



MENINGKATKAN KESADARAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM BERASTAGI

Yola Yolanda¹, Purnaya Sari Tarigan², Anita Tarihoran³, Suci Pertiwi⁴
Program Studi Akuntansi, Universitas Mikroskil¹²³⁴
yola.yolanda@mikroskil.ac.id¹

Abstrak

Tujuan dari dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan digital marketing pada UMKM yang terdapat di Berastagi, Sumatera Utara. Kegiatan dilakukan sebagai respon terhadap rendahnya penerapan pemasaran digital di lingkungan UMKM Berastagi, padahal potensi wisata dan produk lokalnya sangat besar. Keterbatasannya pengetahuan dan keterampilan digitalisasi, kurangnya kesadaran pelaku UMKM mengenai digital marketing, kesulitan mengikuti perkembangan tren dan teknologi terbaru dan kurangnya memanfaatkan digital marketing merupakan masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Berastagi. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki tujuan sebagai berikut ada;ah Meningkatkan kesadaran UMKM tentang pentingnya digital marketing, Membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan digital marketing dan Meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan digital marketing.

Kata Kunci: UMKM. Digital Marketing, Teknologi

Abstract

The purpose of this community service activity (PkM) is to increase awareness and digital marketing skills in MSMEs in Berastagi, North Sumatra. The activity was carried out as a response to the low application of digital marketing in the Berastagi UMKM environment, even though the potential for tourism and local products is very large. Limited knowledge and skills of digitalisation, lack of awareness of UMKM actors regarding digital marketing, difficulty in following the latest trends and technology and lack of utilising digital marketing are problems faced by UMKM actors in Berastagi. The objectives of community service activities have the following objectives; ah Increase UMKM awareness about the importance of digital marketing, Equip UMKM with digital marketing knowledge and skills and Improve the ability of UMKM to utilise digital marketing.

Keywords: UMKM. Digital Marketing, Technology

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dan cara berbisnis. Digital marketing menjadi kunci penting bagi pelaku usaha, untuk meningkatkan visibilitas, meningkatkan penjualan, dan bersaing di pasar global. Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan digital marketing secara efektif. Di era digital yang berkembang pesat ini, digital marketing telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern. Digital marketing atau pemasaran digital adalah pendekatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menjangkau dan menarik pelanggan. Melalui berbagai platform digital seperti media sosial, mesin pencari, email, dan website, perusahaan dapat berkomunikasi dengan target pasar mereka secara lebih efektif dan terukur. Tidak seperti pemasaran tradisional, digital marketing menawarkan kemampuan untuk melacak dan menganalisis data secara real-time, memungkinkan bisnis untuk mengoptimalkan kampanye mereka berdasarkan insight yang akurat. Dengan lebih dari 5 miliar pengguna internet di seluruh dunia, digital marketing membuka peluang yang sangat besar bagi bisnis untuk memperluas jangkauan mereka melampaui batasan geografis.

Digital marketing telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan mereka secara fundamental. Kehadiran internet dan teknologi digital telah menciptakan lanskap pemasaran yang dinamis, di mana interaksi antara brand dan konsumen menjadi lebih personal, terukur, dan real-time. Transformasi ini didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin digital savvy, dengan sebagian besar keputusan pembelian dimulai dari pencarian online. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia (Sulaksono, 2020).

Digital marketing telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Sebelum era digital, UMKM sering kali terbatas pada pasar lokal dan metode pemasaran tradisional yang membutuhkan biaya besar. Namun sekarang, dengan adanya digital marketing, UMKM dapat menjangkau pelanggan potensial di manapun dengan biaya yang lebih terjangkau. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM di Kecamatan Berastagi adalah keterbatasannya pengetahuan dan keterampilan digitalisasi, kurangnya kesadaran pelaku UMKM mengenai digital marketing, kesulitan mengikuti perkembangan tren dan teknologi terbaru dan kurangnya memanfaatkan digital marketing.



Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki tujuan sebagai berikut ada;ah Meningkatkan kesadaran UMKM tentang pentingnya digital marketing, Membekali UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan digital marketing dan Meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan digital marketing.

Berdasarkan hal ini, maka diperlukan pelatihan meningkatkan kesadaran digital. Hal ini dapat dipenuhi dalam kegiatan meningkatkan kesadaran digital pada UMKM di Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo Sumatera Utara.

2. Bahan dan Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Kegiatan awal dilakukan dengan membahas permasalahan mitra dengan mengenali permasalahan yang dihadapi oleh mitra
2. Tim pengabdian kepada masyarakat kemudian mengelompokkan dan mengurangi masalah yang terdapat pada mitra lalu menyusun modul yang diperlukan dalam penyuluhan tentang kesadaran UMKM mengenai digital marketing di Kecamatan Berastagi
3. Modul akan diberikan kepada mitra untuk digunakan pada saat pelatihan digital marketing dilakukan

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 19 sampai dengan 20 Desember 2024. Pelaksanaan dilakukan dalam waktu 2 hari yaitu, Jumat dan Sabtu. Pelaksanaan kegiatan dimulai dari pengajaran materi pelatihan dan persiapan pelaksanaan kegiatan lainnya. Pada saat pelaksanaan kegiatan pelatihan, peserta UMKM yang berjumlah 10 orang. Pelatihan dibawakan oleh 4 (empat) orang pengajar yang memiliki bagian atau topik yang dibawakan dalam pengabdian. Materi yang disusun kemudian disampaikan pada UMKM yang berada di Kecamatan Berastagi dalam bentuk softcopy.

Pembahasan mengenai pengabdian kepada masyarakat pada UMKM di Kecamatan Berastagi yaitu tahap awal pelatihan dengan pengenalan konsep dasar digital marketing, identifikasi potensi pasar online contohnya adalah Shoppe, Tiktok Shop, dan banyak lagi lainnya, setelah itu materi dasar yang harus dipahami mengenai fundamental digital marketing, pengelolaan media sosial bisnis dan pemasaran melalui *marketplace*. Tim pengabdian memberikan evaluasi dan pengembangan dengan cara *assessment* pemahaman

manteri, memonitoring implementasi dan feedback perbaikan. Melalui pelatihan dalam peningkatan dalam pemahaman digital marketing pelaku UMKM dapat membangun fondasi yang kuat dalam memahami kesadaran dan mengimplementasikan marketing untuk pengembangan bisnis pelaku UMKM.



4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan berdasarkan pelatihan terdapat pemahaman dalam Digital marketing menjadi instrumen vital bagi perkembangan UMKM di era digital ini. Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan infrastruktur, digital marketing tetap menawarkan peluang yang signifikan bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas

Saran pengabdian kepada masyarakat adalah perlunya penjualan digital marketing agar penjualan produk UMKM di Kecamatan Berastagi agar mudah dibeli diluar Kota Berastagi. Mulai dari dasar dan bertahap dalam penjualan, memaksimalkan platform gratis, dan focus pada konten yang berkualitas.

6. Daftar Rujukan

Sulaksono, J. 2020. Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri