



Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal Pada UMKM di Desa Dukuh Damu Kab. Tegal

Digital Marketing Training for Local Products for MSMEs in Dukuh Damu Village, Tegal Regency

Sonhaji¹, Haries Anom SAN², Toto Sudibyo³, Sri Lestari⁴, Rizki Fitriani⁵, Amelia Dwi Cahyani⁶
¹²³⁴⁵⁶Universitas Bhamada Slawi

Email: sonhaji98@gmail.com, anom.haries@gmail.com, tototania@gmail.com,
srilestarislw18@gmail.com, rizkifitriani715@gmail.com, ameliadwicahyani5@gmail.com

Korepondensi Penulis: sonhaji98@gmail.com

Article History:

Received: Februari 14, 2025;

Revised: Maret 18, 2025;

Accepted: Maret 27, 2025;

Published: April 29, 2025;

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Optimization, Social Media*

Abstract; *The development of industry 4.0 and digital transformation are currently the main keys to the movement of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. However, they still face three complex problems, namely the lack of digital literacy for marketing, the need for business capital and difficulties in logistics distribution. Market opportunities in the digital era seem increasingly open and will produce many benefits that will be obtained if only MSMEs are smart in transforming to take advantage of digitalization trends.*

Digital marketing not only helps MSMEs increase sales, but also helps them build brands, increase visibility, and build better relationships with customers. In addition to having a good understanding of digital marketing, MSMEs can also optimize the use of social media.

The materials presented to partners:

- 1. Providing materials through an introduction to the basics of digital marketing, Ethics and Cyber Security*
- 2. Training for MSMEs on Optimizing Social Media by creating social media accounts.*
- 3. Holding effective message training. This ability must be possessed by business actors because with attractive images and messages it will increase the interest of potential consumers to buy the product.*

The method used is by lectures and by conducting structured practice with a target of achieving at least 75% of Skills and 25% of Knowledge fulfilled

Abstrak; Perkembangan industri 4.0 dan transformasi digital saat ini menjadi kunci utama bergeraknya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Namun mereka masih menghadapi tiga persoalan pelik yakni minimnya literasi digital untuk pemasaran, perlunya modal usaha dan kesulitan dalam distribusi logistik. Peluang pasar di era digital terlihat semakin terbuka dan akan menghasilkan banyak keuntungan yang akan diperoleh jika saja UMKM cerdas bertransformasi memanfaatkan tren digitalisasi.

Digital marketing tidak hanya membantu UMKM meningkatkan penjualan, tetapi juga membantu mereka membangun merek, meningkatkan visibilitas, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Selain memiliki pemahaman digital marketing yang baik, UMKM juga dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial.

Adapun Materi yang disampaikan kepada mitra :

1. Pemberian materi melalui pengenalan dasar digital marketing, Etika dan Keamanan Cyber
2. Pelatihan kepada UMKM mengenai Optimalisasi Media Sosial dengan pembuatan akun-akun media sosial.
3. Mengadakan pelatihan pesan efektif. Kemampuan ini harus dimiliki oleh pelaku usaha karena dengan gambar dan pesan yang menarik akan meningkatkan minat calon konsumen untuk membeli produk tersebut.

Metode yang digunakan dengan ceramah dan dengan melakukan praktek terstruktur dengan target ketercapaian minimal 75 % Keterampilan dan 25 % Pengetahuan terpenuhi

Kata Kunci : UMKM, *Digital Marketing*, Optimalisasi, Media Sosial

I. PENDAHULUAN

Peranan dan kontribusi kaum perempuan kini menjadi faktor penting dalam menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan, upaya pemulihan, reformasi, serta transformasi ekonomi. Maka, sangat penting untuk memberikan kesempatan yang setara kepada perempuan untuk berkontribusi lewat kegiatan perekonomian bagi ibu negeri. Di Indonesia, peranan perempuan dalam perekonomian semakin hari makin signifikan. Pada sektor Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM), 53,76% pelakunya perempuan dan 97% pekerjanya pun perempuan. Sementara itu, kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional ialah 61%. Pada bidang investasi, kontribusi perempuan 60% (Indonesia.go.id, 2021).

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku bisnis untuk mempromosikan bisnisnya adalah media komunikasi virtual atau media internet. Pelaku bisnis dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang menawarkan peluang besar untuk memperluas penjualan produk melalui media digital. Pelaku bisnis perlu memanfaatkan berbagai cara untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan produknya, salah satunya adalah memanfaatkan peluang yang ada. Namun, menurut data yang dirilis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM), hanya sekitar 3,79 juta pemilik usaha yang menggunakan platform daring untuk memasarkan produknya. Jumlah ini mencakup sekitar 8% dari total pelaku usaha di Indonesia 59,2 juta (www.cnnindonesia.com).

Perkembangan industri 4.0 dan transformasi digital saat ini menjadi kunci utama bergeraknya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. namun mereka masih menghadapi tiga persoalan pelik yakni minimnya literasi digital untuk pemasaran, perlunya modal usaha dan kesulitan dalam distribusi logistik. peluang pasar di era digital terlihat semakin terbuka dan akan menghasilkan banyak keuntungan yang akan diperoleh jika saja UMKM cerdas bertransformasi memanfaatkan tren digitalisasi.

Pelaku bisnis khususnya UMKM sebaiknya mulai menyiapkan masa depan dengan investasi pada pengembangan keahlian digital serta responsif terhadap industri, bisnis dan perkembangan teknologi (tribunnews.com, 2023).

Seperti yang telah disebutkan di atas, salah satu tantangan digitalisasi UMKM di Indonesia adalah rendahnya tingkat literasi digital. Walaupun hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang digelar OJK di tahun 2022 menunjukkan peningkatan, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih di angka 49,68 persen. Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa indeks literasi di wilayah pedesaan masih di belakang indeks wilayah perkotaan, dengan angka 48,43 persen dibandingkan wilayah perkotaan di angka 50,52 persen. Lebih lanjut, hingga saat ini baru sebanyak 20,5 juta UMKM dari total 65 juta UMKM yang sudah masuk dalam ekosistem digital. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar bisnis belum memiliki strategi untuk memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka (tempo.co, 2023).

Desa Dukuh Damu, Luas daerah 191.150 hektar dengan jumlah penduduk 4.737 jiwa, terdiri dari laki-laki 2.335 jiwa dan perempuan 2.402 jiwa, usia produktif 2.223 (data tahun 2025) Berdasarkan survey lapangan, diketahui hampir sebagian masyarakat di desa Dukuh Damu menjadi pelaku UMKM baik di bidang jasa maupun produksi. Beberapa UMKM bahkan telah berhasil melakukan penjualan hingga ke luar daerah.

Temuan lain dari hasil survey menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya, UMKM yang dilakukan warga di desa Dukuh Damu belum memanfaatkan teknologi secara maksimal. Sebagai gambaran, pada saat menentukan usaha apa yang akan dijalankan atau produk apa yang akan dijual, hanya sebatas pada melihat peluang yang ada disekitar tempat tinggal, tanpa melakukan survey lebih mendalam. Sedangkan untuk usaha yang telah berjalan, teknologi yang dimanfaatkan baru sebatas pada menggunakan media sosial (seperti *facebook* dan *whatsapp*) sebagai sarana penjualan. Fitur-fitur teknologi lainnya (seperti memunculkan lokasi usaha di *Google Maps*) belum dimanfaatkan secara maksimal.

Digital marketing memungkinkan seseorang memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Hingga tahun 2025 ini belum ada data yang menunjukkan pelaku usaha yang menerapkan *e-commerce* untuk menjual produk yang dihasilkan. Ini menjadi salah satu hal yang patut diperhatikan ditengah kemajuan dalam bidang pemasaran. Media promosi konvensional hendaknya dapat berkolaborasi dengan media digital, sehingga pelaku usaha lebih maksimal dalam memasarkan produk. Padahal seharusnya, melihat perkembangan saat ini, sudah saatnya UMKM lebih terfokus pada pemanfaatan digitalisasi sehingga tercipta efisiensi dalam menjalankan operasional usahanya serta sistem pemasaran dan memperluas jaringan marketingnya.

Dalam rangka mendukung peningkatan pemanfaatan digitalisasi untuk masyarakat, terutama untuk pelaku UMKM di Desa Dukuh Damu Kecamatan Lebaksiu, maka melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat menyelenggarakan kegiatan dengan tema “Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal Pada UMKM” Desa Dukuh Damu Kabupaten Tegal.

II. PERMASALAHAN MITRA

Pengetahuan pemasaran digital tidak terbatas pada studi promosi dan pemasaran, tetapi juga mencakup penggunaan media Internet baru dalam proses komunikasi dan penjualan. Pada saat yang sama, banyak orang menggunakan media daring ini tetapi tidak tahu bagaimana menggunakan teknologi secara bijak. Alangkah baiknya jika saat ini kita memperkenalkan pemasaran digital kepada para pelaku UMKM di Desa Dukuhdamu. Diharapkan melalui acara ini para UMKM Desa Dukuhdamu dapat mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan

baru sehingga menjadi pengguna teknologi yang dapat memanfaatkan media internet secara bijak, karena banyak hal yang dapat dimanfaatkan dan dipelajari secara aktif dari perkembangan internet terutama pemasaran produk.

Solusi Yang ditawarkan

Berdasarkan uraian tentang permasalahan pada mitra tersebut maka kami akan mengadakan pelatihan pada UMKM Dukuh Damu. Adapun materi yang akan kami sampaikan adalah dalam bentuk pelatihan yang akan diberikan meliputi :

a. Dasar Media Sosial

Sebagai dasar dalam media sosial adalah pembuatan akun, baik akun gmail, facebook, maupun akun di instagram

b. Etika dan Keamanan Cyber

Sebagai dasar dalam media sosial, di ajarkan cara beretika dan keamanan dalam bermedia sosial, agar terhindar dari tindakan pidana dan kejahatan hacker.

c. Optimalisasi Media Sosial

Setiap produk dari media sosial biasanya dilengkapi dengan fitur-fitur Bisnis, dimana di fitur bisnis kita bisa mengotimalkan dan menawarkan apa yang mau di pasarkan di jual, misalnya dengan WA Bisnis, Facebook dengan Marketplace dan instagram bisnis.

III. METODE PELAKSANAAN

Dalam Pelaksanaan PKM di Desa Dukuh Damu, Kabupaten Tegal dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 orang.



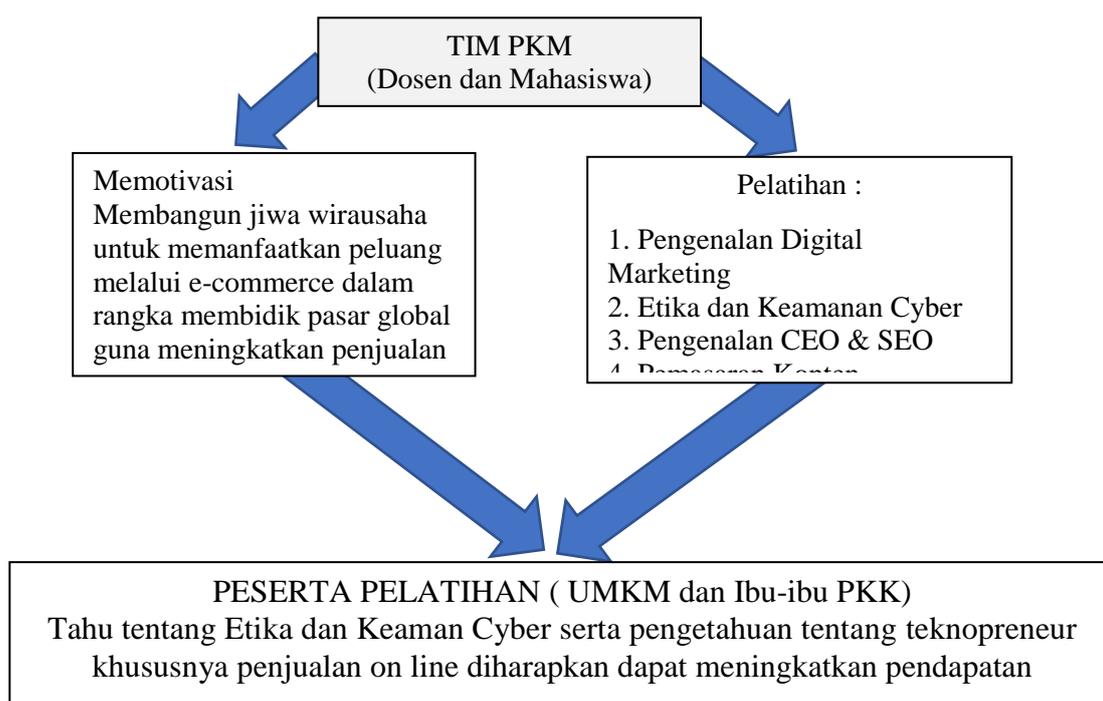
Gambar 1. Peserta Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal di Desa Dukuh Damu Kegiatan Pengabdian ini beranggotakan Dosen dan dibantu oleh beberapa mahasiswa.



Gambar 2 : Penyampaian materi dan tanya jawab

Adapun metode yang digunakan adalah :

- a. Pemberian materi
- b. Melakukan praktik sesuai dengan materi yang diberikan
- c. Tanya jawab dan diskusi



Gambar 3. Alur Kegiatan PKM



Gambar 4. Praktik Google Map dipandu oleh Mahasiswa

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 16 Maret 2023 bertempat di Desa Harjosari Kidul, Kab. Tegal mendapatkan capaian hasil sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan dilakukan pada hari Kamis, 24 April 2025 dari jam 08.00 sd 16.00 WIB dihadiri oleh 30 orang. Sebelum acara dilaksanakan peserta mengisi daftar hadir yang sudah disediakan oleh tim PKM.

Acara dibuka oleh Kepala Desa Dukuh Damu dan Ketua tim PKM memberikan pengarahan tentang tujuan PKM dan manfaat Digital Marketing secara terperinci. Dilanjutkan dengan sesi teori dan praktek. Teknik pembelajaran dengan metode ceramah, tanya jawab, diskusi dan penugasan dengan praktek langsung dengan Garget dengan pembagian kelompok- kelompok kecil.

Materi cara membuat media pembelajaran dengan *power point*, disampaikan oleh tim setahap demi setahap dan diulang-ulang dengan bantuan slide *power point* agar mudah dipelajari. Setelah itu, diberi kesempatan kepada para peserta untuk bertanya, apabila ada yang kurang jelas. Tujuannya, agar peserta dapat menyimak dan mengikuti langkah-langkah yang dilatihkan kepada mereka. Setelah semua materi disampaikan, pemateri masih memberi kesempatan kepada peserta untuk bertanya tentang hal-hal yang belum dipahami. Materi pertama yaitu pelatihan tentang Pengenalan Dasar Digital Marketing, teori tentang Digital Marketing disampaikan oleh tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Manfaat dari Digital Marketing sendiri yaitu sebagai media pemasaran dan penjualan produk online.

Setelah materi cara membuat Dasar Media Marketing, dilanjutkan dengan materi Optimasi media sosial dengan pembuatan akun-akun media sosial. Manfaat dari Optimasi media sosial dalam pembuatan akun-akun media sosial yaitu agar memaksimalkan penggunaan garget terutama untuk bisnis.

2. Tahap Evaluasi

Setelah pemberian materi teori dan praktek, tim pemateri memberi kesempatan kepada peserta pelatihan untuk mempraktekkan langsung dibawah pengawasan tim pemateri. Dengan memberi kasus agar mengulang kembali langkah-langkah pembuatan akun media sosial misalnya : WA Bisnis, IG Bisnis maupun facebook bisnis. Hal ini dilakukan untuk melihat

ketercapaian kompetensi peserta dalam mengikuti pelatihan ini. Hasil membuat ulang media pembelajaran tersebut, dijadikan informasi awal dalam melakukan evaluasi pelaksanaan PKM ini. Standar skor yang menjadi kriteria keberhasilan peserta minimal memperoleh skor 75 (tujuh puluh lima). Dari hasil evaluasi diperoleh bahwa, 90% peserta yang ikut dalam kegiatan pelatihan pembuatan akun media sosial telah dapat membuat media sosial dengan memanfaatkan secara maksimal.

V. KESIMPULAN

Dari Pelatihan Digital Marketing, dengan objek untuk pengabdian masyarakat yaitu warga Desa Dukuh Damu Kabupaten Tegal Khususnya UMKM nya sudah berjalan dengan baik, hingga bisa disimpulkan sebagai berikut :

1. Peserta aktif mengikuti pelatihan dari setiap pemateri karena sangat bermanfaat bagi pemasaran dan penjualan online
2. Peserta aktif melakukan diskusi dan tanya jawab dengan pemateri baik saat pemberian materi maupun ketika diakhir sesi pelatihan.
3. Peserta berkomitmen akan selalu meningkatkan pemahaman Digital Marketing.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan Syukur alhamdulillah, atas dukungan dari berbagai pihak sehingga kami dapat melaksanakan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Produk Lokal Pada UMKM di Desa Dukuh Damu Kabupaten Tegal”.

Pengabdian masyarakat ini disusun sebagai kegiatan pada tri dharma perguruan tinggi di Universitas Bhamada Slawi. Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Bhamada Slawi
2. Kepala Desa Dukuh Damu
3. Ketua LPPM Universitas Bhamada Slawi
4. Dosen Program Studi Informatika dan Teknik Mesin atas kerjasamanya
5. Para peserta Pelatihan dalam hal ini UMKM dan ibu-ibu PKK Desa Dukuh Damu

Kami menyadari bahwa dalam menyusun laporan pengabdian ini masih belum sempurna, kami mohon dan berharap dapat saran dan kritik untuk kesempurnaan pada pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- E. Susanti, “PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI PADA UMKM DI DESA SAYANG KECAMATAN JATINANGOR,” *Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, vol. 1, no. 2, p. 36, Jul. 2020, doi: 10.24198/sawala.v1i2.26588.
- H. Wijoyo, H. Haudi, A. Ariyanto, D. Sunarsi, and M. F. Akbar, “Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus),” *IKRA-ITH ABDIMAS*, vol. 3, no. 3, pp. 169–175, Nov. 2020, Accessed: Jul. 05, 2023. [Online]. Available : <https://journals.upi->

- yai.ac.id / index.php / IKRAITH-ABDIMAS/article/view/778
Indonesia.go.id - Kontribusi Ekonomi Kaum Perempuan untuk Negeri
- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKUUMKM DI DESA KERTOHARJOKELURAHAN KURIPAN KERTOHARJO. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 359-368.
- Septian, F., Syaripudin, A., Pungkastyo, D. A., & Nugroho, F. A. (2021). SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKMDAN PEMUDA KARANG TARUNA CILANDAK BARAT. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 2(1), 72-80.
- UMKM Indonesia Masih Hadapi Kendala Rendahnya Literasi Digital - *TribunNews.com*
Rendahnya Tingkat Literasi Digital Jadi Tantangan Digitalisasi UMKM - *Gaya Tempo.co*
Profil Desa Harjosari Kidul 2023 Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal (*slawiayu.com*)
- Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 31-36.