

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE UNTUK UMKM DI DESA KARANGSARI KABUPATEN KARANGANYAR

Kurniawati Darmaningrum<sup>\*1</sup>, Susilaningtyas Budiana Kurniawati<sup>2</sup>, Laksono Sumarto<sup>3</sup>, Mrihrahayu Rumaningsih<sup>4</sup>, Rini Adiyani<sup>5</sup>, Darsono Darsono<sup>6</sup>, Ori Dimas Tri Prasetyo<sup>7</sup>  
<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Tunas Pembangunan Surakarta  
\*e-mail: Kurniawati.darmaningrum@lecture.utp.ac.id

### ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat saat ini, hal tersebut berpengaruh terhadap perkembangan dari penjualan produk yang dahulu dilakukan secara langsung atau konvensional mulai beralih dan beradaptasi menggunakan digital marketing. Hal ini tidak selaras dengan kemampuan beberapa masyarakat terutama pelaku UMKM terkait pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing, terutama di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar. Desa ini memiliki pelaku UMKM yang mempunyai berbagai jenis produk akan tetapi kesulitan dalam melakukan pemasaran online karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Tema dari pengabdian masyarakat ini disesuaikan dengan permasalahan yang saat ini dihadapi oleh pelaku UMKM di desa Karang Sari. Metode penyampaian kegiatan ini melalui ceramah dan diskusi serta praktek penggunaan aplikasi ecommerce yang nantinya akan digunakan oleh peserta UMKM untuk melakukan pemasaran online. Pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, peserta diberi pelatihan terkait digital marketing dan dibimbing untuk memiliki toko online di marketplace Shopee dan dengan tujuan pelaku usaha dapat mengembangkan usaha dan memperluas pasar melalui ecommerce. Kegiatan pengabdian masyarakat ada pendampingan praktik yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa sehingga hasil kepemilikan akun Shopee dapat mencapai 100%.

**Kata kunci:** digital marketing, UMKM, ecommerce, konten pemasaran

### ABSTRACT

*Alongside today's rapid technological advancements, this has influenced the development of product sales that were previously done directly or conventionally, beginning to change and adapt utilizing digital marketing. This is in contradiction to the capabilities of some communities, particularly SMEs perpetrators, in terms of knowledge and skills in digital marketing, particularly in Karang Sari Village, Karanganyar district. This village includes SMEs perpetrators who have a variety of items but struggle with online marketing because to their lack of understanding. The theme of this community commitment is tailored to the present issues confronting SMEs perpetrators in Karang Sari. This activity will be delivered through lectures and discussions, as well as using e-commerce apps that UMKM participants will later utilize to run online marketing. Participants in the implementation of this community's dedication were trained in digital marketing and guided to own online stores in the Shopee marketplace, with the goal of entrepreneurs developing businesses and expanding the market through ecommerce. The community service activities are accompanied by practices carried out by a team of lecturers and students in order to achieve 100% income from Shopee account ownership.*

**Keywords:** digital marketing, SMEs, ecommerce, marketing content.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin beragam dan mudahnya mengakses informasi, semakin cepat pula pertumbuhan ekonominya. Masyarakat saat ini mulai memanfaatkan Internet untuk melakukan banyak pekerjaan, termasuk bisnis (Dewa et al., 2023; Susanti, 2020; Yuniar Rahmadieni Program Studi Ekonomi Syariah et al., 2022). Perkembangan dan perubahan perilaku ini menciptakan tantangan dan peluang bagi pengusaha UMKM untuk memasarkan dan menjual produk mereka. Berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia untuk memajukan perekonomian negara, mulai dari kekuatan negara hingga kesejahteraan keluarga melalui kegiatan ekonomi kreatif, dengan membuat proyek-proyek teknologi yang melakukan upaya untuk berbuat sesuatu. meningkatkan perekonomian.

Sebagian besar masyarakat era 4.0 sekarang mulai dan beradaptasi dengan mengikuti kemajuan teknologi yang pesat, sehingga saat ini teknologi canggih, praktis, dan online mendominasi semua aspek kehidupan. Pergeseran trend belanja dan mulai bermunculnya onlineshop, marketplace, dan e-commerce yang disebabkan oleh mulai banyaknya usahawan yang beralih dari bisnis konvensional ke bisnis digital (Dolega et al., 2021; Setiawan, 2016; Sukmasetya et al., 2021). Hal ini disebabkan oleh dukungan masyarakat untuk belanja online instan yang didorong oleh kemajuan teknologi. Para penjual akan sulit membangun merek dan brand agar dikenal dan bersaing dalam jangkauan pasar yang luas tanpa bantuan atau pemanfaatan pemasaran digital atau online (Anggita Langgeng Wijaya, 2022; Dewa et al., 2023; Sukmasetya et al., 2021).

Digital marketing merupakan perkembangan dari pemasaran konvensional ke arah pemasaran yang beradaptasi dengan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak dilakukan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Adapun kelebihan digital marketing antara lain: (1) kecepatan penyebaran; (2) kemudahan evaluasi; (3) jangkauan lebih luas; (4) murah dan efektif; dan (5) membangun nama brand. Berdasarkan kelebihan digital marketing yang sudah disebutkan tersebut maka disimpulkan digital marketing membantu para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk. Salah satu bagian dari teknologi informasi yang dapat digunakan sebagai alat digital marketing adalah media sosial (Abdurrahman et al., 2020; Dewa et al., 2023; Riyanto et al., 2022; Susanti, 2020)

Penggunaan *digital marketing* saat ini merupakan *trend* yang dapat menjadi peluang bagi UKM untuk menyambut era industri 4.0. Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar (Mudrifah & Risky Angga Pramaja, 2022; Nurmala, 2022; Oktaviani & Rustandi, 2018). Digital marketing mampu mempengaruhi keputusan pembelian melalui berbagai media sosial yang digunakan oleh pelaku usaha (Harto et al., 2021; Oktaviani & Rustandi, 2018). Kegiatan digital entrepreneurship menjadi kegiatan bisnis yang sangat menarik, dimana peserta sangat dapat dengan mudah untuk melakukan praktik bisnis di marketplace yang sudah ada (Gunawan & Hazwardy, 2020). Kegiatan digital entrepreneurship ini mampu menjadi pelaku usaha berperilaku kreatif dan inovatif dalam melakukan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi (Anggita Langgeng Wijaya, 2022; Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017).

Permasalahan yang saat ini dihadapi oleh mitra pengabdian masyarakat adalah kurangnya pengetahuan terkait penerapan *digital marketing* untuk usaha mitra. Usaha mitra yang ada dalam pengabdian masyarakat ini adalah UMKM yang dilakukan dirumah, sebagai contoh ada yang berjualan keripik, kerupuk, usaha toko kelontong, dan usaha jamu tradisional dalam bentuk serbuk. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan *follow up* dari kegiatan KKN yang dilakukan oleh Mahasiswa UTP pada bulan Agustus 2023 di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar. Dari pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan praktek langsung kepada masyarakat ini, diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan digital marketing dan juga memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya *digital marketing* untuk UMKM, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik juga menjadi kendala lainnya, dan kendala selanjutnya adalah kurangnya pemahaman untuk menciptakan strategi konten produk yang menarik.

## 2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat dengan tema digital marketing merupakan sebuah program pelatihan peningkatan kompetensi yang ditujukan kepada pelaku usaha yang ingin atau telah memiliki usaha dalam skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar. Program pengabdian kepada masyarakat diharapkan menjadi solusi bagi pelaku usaha untuk memulai usaha dengan risiko dan modal yang rendah, dimana pelaku usaha akan dibekali kemampuan untuk membuka toko online di beberapa marketplace yang telah ada. Program ini juga memiliki keunggulan bahwa peserta pelatihan dapat memulai usaha dengan modal yang sangat minim dan mendapatkan keuntungan yang besar. Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah: melakukan pendampingan kegiatan digital marketing pada komunitas UMKM di Desa Karang Sari dan memastikan keberlangsungan usaha dari komunitas UMKM di Desa Karang Sari. Selain ini kegiatan digital marketing akan meningkatkan penjualan dan laba, perluasan pangsa pasar, pendalaman loyalitas pelanggan, dan peningkatan keunggulan kompetitif.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini oleh peserta yang mengikuti pelatihan adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian komunitas UMKM Desa Karang Sari dalam digital marketing untuk meningkatkan promosi produk secara modern dan meningkatkan kegiatan produksi melalui peningkatan pesanan produk dari pangsa pasar yang lebih luas. Selain itu, hasil kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi tim pelaksana, yaitu: memberikan pembelajaran sosial bagi dosen dan mahasiswa untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan nyata yang ada di masyarakat. Dosen dan mahasiswa mengimplementasikan keilmuan yang telah dipelajari di kampus (*digital marketing*, *e-commerce*, *multimedia*, *pengantar manajemen*, *kewirausahaan* dan mata kuliah lainnya) sehingga memberikan manfaat bagi masyarakat sekaligus melakukan hilirisasi hasil riset dan implementasi pengetahuan untuk kemajuan UMKM di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan dengan beberapa tahap dalam rangka mendapatkan hasil yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan pengabdian masyarakat. Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian dijelaskan sebagai berikut:

a. Tahap Perencanaan

Kegiatan ini diawali dengan melakukan kunjungan ke Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh warga Desa Karang Sari, dari kegiatan ini disusun materi pelatihan yang akan disampaikan pada tahap pelaksanaan.

b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Pada sesi ini akan dilakukan kegiatan pelatihan terkait *digital marketing* dan penggunaan *ecommerce* yang dilakukan oleh Ibu Kurniawati Darmaningrum, SE., MM. yang merupakan dosen dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan juga merupakan Asesor BNSP yang memiliki kompetensi pada bidang *digital marketing* dan kewirausahaan.
2. Sesi ini juga didampingi oleh tim dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UTP Surakarta untuk mendampingi peserta UMKM membuka *account* dan membantu jika ada kendala pada saat pembukaan akun.

c. Tahap Evaluasi

Tahap akhir evaluasi ini dilakukan penyebaran kuisisioner mengenai tingkat pemahaman mengenai pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar. Pengisian kuisisioner bertujuan untuk

mengidentifikasi sejauh mana pemahaman dan penggunaan digital marketing selama pelaku UMKM menjalankan usahanya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Tahapan Perencanaan

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan berdasarkan evaluasi kegiatan KKN mahasiswa UTP Surakarta yang diselenggarakan pada bulan Agustus 2023 dan memenuhi permintaan dari Desa Karang Sari terkait pelatihan *digital marketing* dan penggunaan *Ecommerce* karena melihat potensi usaha yang dimiliki oleh masyarakat Desa Karang Sari. Tahap perencanaan diperlukan dalam rangkaian kegiatan untuk menyusun rencana, materi dan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

#### b. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diadakan pada hari Kamis, 21 September 2023 bertempat di Balai Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar. Kegiatan dibuka dengan sambutan dari perwakilan pihak desa yang disampaikan oleh Kepala Desa Karang Sari Bapak Hartanto dan sambutan dari perwakilan UTP Surakarta Bapak Ir. Wiyono., M.P.



**Gambar 1. Acara Pembukaan Kegiatan**

Peserta kegiatan ini adalah UMKM yang berada di lingkup Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar sejumlah 50 UMKM yang berdasarkan sumber data yang diperoleh pada kuesioner adalah sejumlah 30 UMKM bergerak dalam bidang kuliner, 15 UMKM bergerak dalam bidang agribisnis, dan 5 UMKM bergerak dalam bidang *fashion*.



**Gambar 2. Data Jenis UMKM Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar**

Pada kegiatan ini, peserta diberikan materi *digital marketing* dan penggunaan *ecommerce* keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu pelatihan pemanfaatan *digital marketing*, praktek pembuatan akun *ecommerce* yang dalam kesempatan ini adalah menggunakan Aplikasi Shopee dan cara penggunaannya, serta praktek pembuatan konten digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dimulai dari jam 09.00 – 13.00. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ekspositori (ceramah) dikombinasikan dengan diskusi dengan peserta terkait pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi dalam usaha mereka. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis memaksimalkan penggunaan *ecommerce* dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik. Adapun dokumentasi kegiatan disajikan pada gambar-gambar berikut ini:



**Gambar 3. Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat**



**Gambar 4. Sesi Penyampaian Materi**



**Gambar 5. Mahasiswa membantu pembukaan akun Shopee dan cara penggunaannya**



**Gambar 6. Sesi dokumentasi Tim Pengabdian dan Peserta**

c. Tahapan Evaluasi

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah dilakukan penyebaran kuisioner mengenai tingkat kepaahaman mengenai pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Karang Sari Kabupaten Karanganyar yang akan digunakan untuk melakukan evaluasi untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pengisian kuisioner bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kepaahaman dan penggunaan digital marketing selama pelaku UMKM menjalankan usahanya.

**Tabel 1. Hasil Kuesioner Evaluasi Kegiatan PkM**

No	Pertanyaan	Hasil
1	Kegiatan pelatihan ini memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan terkait <i>digital marketing</i>	90% peserta memiliki peningkatan pemahaman dan keterampilan terkait <i>digital marketing</i>
2	Peserta memiliki akun Shopee	100% peserta memiliki akun shopee setelah melakukan pelatihan

No	Pertanyaan	Hasil
3	Peserta akan menggunakan Shopee untuk melakukan pemasaran online untuk hasil UMKM mereka	88% Peserta akan menggunakan Shopee untuk melakukan pemasaran online untuk hasil UMKM mereka
4	Peserta mengerti cara penggunaan akun shopee.	96% peserta mengerti cara penggunaan akun shopee
5	Peserta mengetahui cara membuat konten yang menarik	90% peserta mengetahui cara membuat konten yang menarik

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema digital marketing dengan peserta sebanyak 50 orang dimana peserta adalah pelaku usaha yang telah memiliki usaha dengan skala mikro dan menengah. Pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, peserta diajarkan terkait digital marketing dan dibimbing untuk memiliki toko online di marketplace Shopee dan dengan tujuan pelaku usaha dapat mengembangkan usaha dan memperluas pasar melalui ecommerce.

Kelebihan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya pendampingan praktik yang dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa sehingga hasil kepemilikan akun Shopee dapat mencapai 100%. Kekurangan dari kegiatan ini. Beragamnya peserta yang berasal dari latar belakang usia yang berbeda, menjadikan peserta sangat heterogen dengan berbagai kemampuan yang dimiliki peserta terkait teknologi, sehingga beberapa peserta masih kesulitan dalam penggunaan akun Shopee dan pembuatan konten.

Agar kegiatan pelatihan ini dapat memberikan hasil yang optimal, harus ada beberapa rekomendasi atau tindak lanjut yang perlu dilakukan, diantaranya: peserta yang telah selesai mengikuti pelatihan pengabdian kepada masyarakat dengan tema digital marketing, diharapkan terus menjalankan usaha toko online yang telah dibuat selama mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing. Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya, perlu melibatkan pelaku usaha toko online yang telah sukses agar dapat berbagi ilmu dan. Pelaksanaan pelatihan dapat dilakukan dalam kelompok kecil, sehingga mudah dalam melakukan kontrol dari hasil pembelajaran pelatihan..

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pengabdian dan memberi dukungan terhadap pengabdian ini yaitu: Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang sudah membantu agar kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat MANAGE*, 1(2), 88–92.
- Anggita Langgeng Wijaya. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Remaja Karang Taruna Pemilik Online Shop Di Desa Sambirejo Kec. Jiwan Kab. Madiun. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat*, 4(1).

- Dewa, I., Yuda, M., Atmanegara, S., Arief, M. H (2023). Pemanfaatan pemasaran digital melalui platform media sosial guna menambah penghasilan pemangku UMKM. *Communnity Development Journal*, 4(3), 5963–5967.
- Dolega, L., Rowe, F., & Branagan, E. (2021). Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102501. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102501>
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Harto, B., Rozak, A., & Yanto Rukmana, A. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1).
- Mudrifah, & Risky Angga Pramuja. (2022). Pendampingan Digital Marketing pada Umkm Pkk Karangploso View-Ngenep (Program Bemo “Belajar Marketing Online”). *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(1).
- Nurmala, S. (2022). Peningkatan Pemasaran UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Increasing MSME Marketing Through Digital Marketing Training. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 281–289. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i3.6340>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Prastya Nugraha, A. E., & Wahyuhastuti, N. (2017). Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i1.701>
- Riyanto, S., Nur, M., Azis, L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 5, Issue 1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/abdimas>
- Setiawan, Iwan; S. Y. (2016). *New Content Marketing : Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. [http://portal.upj.ac.id/slims/index.php?p=show\\_detail&id=7271&keywords=](http://portal.upj.ac.id/slims/index.php?p=show_detail&id=7271&keywords=)
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. In *Jurnal Abdimas PHB* (Vol. 4, Issue 3).
- Susanti, E. (2020). 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*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Yuniar Rahmadieni (2022). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan pemasaran berbasis teknologi pada UMKM Di Desa Bulusulur. In *Al Basirah Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 2, Issue 1). <https://ejournal.staimaswonogiri.ac.id/index.php/albasirah>