

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DESA SUKAMAJU, KECAMATAN GERAGAI, TANJUNG JABUNG TIMUR

Endah Tri Kurniasih¹, Arniwita², Novi Peramasari³, Faradilla Herlin⁴, Riko Kurniawan⁵,
Shessy Maharani⁶, Lisa Anggraini⁷

^{1,2,3,4,5} Dosen Universitas Muhammadiyah Jambi

^{6,7} Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jambi

e-mail : ¹endahtrikurniasih@umjambi.ac.id, ²arniwita38@gmail.com,
³noviperamasari11@gmail.com, ⁴faradilla.surya@gmail.com,
⁵kurniawanriko86@gmail.com

Abstrak

Program pelatihan pemasaran digital di Desa Sukamaju, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, dilaksanakan untuk memperkuat daya saing UMKM lokal di tengah perkembangan teknologi dan persaingan pasar. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh keterbatasan pelaku usaha dalam strategi pemasaran, khususnya pemanfaatan media digital. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan intensif yang terstruktur. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital, keterampilan dalam mengelola media sosial, serta motivasi dalam mengembangkan usaha berbasis platform online. Selain itu, kegiatan ini berdampak pada meningkatnya kapasitas manajemen pemasaran, perluasan akses pasar, serta penguatan daya saing produk lokal UMKM. Secara keseluruhan, pelatihan terbukti efektif meningkatkan kemampuan pelaku UMKM mengintegrasikan teknologi digital ke dalam praktik usaha. Hal tersebut diharapkan menjadi langkah strategis dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat serta mewujudkan pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan di Desa Sukamaju.

Kata kunci: Pelatihan, Digital Marketing, Manajemen, UMKM, Daya Saing

1. PENDAHULUAN

UMKM menjadi tulang punggung perekonomian desa, termasuk di Desa Sukamaju, Kecamatan Geragai. Produk-produk yang dihasilkan sebenarnya cukup beragam dan berkualitas, hanya saja sebagian besar pelaku usaha masih kesulitan dalam pemasaran. Di era sekarang, pemasaran tradisional sudah kurang efektif karena konsumen lebih banyak mengandalkan internet dan media sosial.

Digital marketing hadir sebagai solusi untuk memperluas pasar, memperkenalkan produk, sekaligus meningkatkan daya saing. Namun begitu, banyak pelaku UMKM di Desa Sukamaju belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital secara tepat. Mereka memerlukan pendampingan, terutama dalam hal manajemen pemasaran digital, agar mampu mengelola media sosial, menggunakan e-commerce, dan membangun citra produk yang lebih profesional. Pemasaran digital hadir sebagai solusi untuk memperluas jangkauan pasar, memperkenalkan produk, dan meningkatkan daya saing. Permasalahan pelaku UMKM di desa ini belum memiliki pemahaman yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Mereka membutuhkan pendampingan, terutama dalam manajemen pemasaran digital, agar mampu mengelola media sosial, menggunakan e-commerce, dan membangun citra produk yang lebih profesional. Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian menyelenggarakan program pendampingan pemasaran digital. Tujuannya adalah untuk memberikan keterampilan praktis dan pengalaman langsung kepada para pelaku UMKM. Diharapkan, kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan pemasaran, mendorong kemandirian, dan membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk lokal mereka.



Gambar 1. Materi Narasumber

2. METODE PELAKSANAAN

a. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Balai Desa Sukamaju, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur.
8 Agustus 2025, mulai pukul 09.30 WIB sampai selesai.

b. Metode Pelaksanaan

Sasaran kegiatan adalah pelaku **UMKM Desa Sukamaju** yang bergerak di berbagai bidang usaha (kuliner, kerajinan, dan produk lokal lainnya). Peserta dipilih berdasarkan keaktifan usaha dan kesiapan mengikuti pendampingan..

Kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan. Kegiatan ini diikuti oleh 15 UMKM yang terdapat di desa Sukamaju

Kecamatan Geragai Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Pada Kegiatan ini Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jambi berkolaborasi dengan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jambi yang sedang melaksanakan KKN di desa tersebut. Adapun tahapannya sebagai berikut:

Metode Pelaksanaan Kegiatan

a. Sosialisasi

Tahap ini diawali dengan pengenalan konsep dasar digital marketing dan urgensinya bagi UMKM di era digital. Peserta diberikan pemahaman mengenai manfaat pemasaran online, seperti jangkauan pasar yang lebih luas, efisiensi biaya promosi, serta peluang peningkatan daya saing. Sosialisasi dilakukan melalui presentasi interaktif dan diskusi agar peserta lebih mudah memahami relevansi pemasaran digital terhadap usaha mereka.

b. Pelatihan

Pada tahap ini, peserta mendapatkan materi terstruktur mengenai manajemen media sosial, teknik pembuatan konten digital yang menarik, serta strategi branding untuk memperkuat identitas usaha. Metode penyampaian dilakukan dengan kombinasi ceramah, studi kasus, dan simulasi, sehingga peserta tidak hanya menerima teori tetapi juga mampu menghubungkannya dengan kebutuhan usaha masing-masing.

c. Praktik

Peserta dilibatkan dalam kegiatan praktik, seperti membuat akun bisnis di media sosial, menyusun konten promosi (gambar, video, dan teks), serta melakukan simulasi pemasaran melalui marketplace online. Tahap ini bertujuan agar peserta memiliki keterampilan nyata dan dapat langsung mengaplikasikannya pada usaha mereka.

d. Pendampingan

Setelah praktik, peserta mendapatkan bimbingan personal dan kelompok dari tim pendamping. Pendampingan mencakup penggunaan platform digital secara berkelanjutan, manajemen pelanggan secara online, hingga cara melakukan evaluasi efektivitas promosi. Dengan pendekatan mentoring, peserta didampingi agar mampu menghadapi kendala teknis maupun strategi di lapangan.

e. Evaluasi

Tahap akhir adalah evaluasi untuk menilai keterampilan, kreativitas, dan motivasi peserta setelah mengikuti program. Evaluasi dilakukan melalui observasi praktik, penilaian hasil konten yang dibuat, serta kuesioner kepuasan dan refleksi diri peserta. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk mengetahui sejauh mana peningkatan kemampuan peserta sekaligus memberikan rekomendasi pengembangan lanjutan.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan peserta cukup antusias. Pada tahap sosialisasi, peserta merasa terbuka wawasannya tentang pentingnya digital marketing. Dalam sesi pelatihan, peserta belajar dasar-dasar manajemen digital marketing, mulai dari membuat akun bisnis, mengatur konten promosi, hingga memahami cara kerja marketplace.

Hasil praktik menunjukkan sebagian besar peserta mampu membuat konten sederhana dengan foto produk yang menarik. Mereka juga mulai memahami pentingnya konsistensi dalam promosi. Meski ada kendala seperti keterbatasan perangkat dan jaringan internet, hal itu dapat diatasi dengan pendampingan langsung.

Setelah kegiatan, beberapa UMKM mulai mencoba menjual produk lewat media sosial dan sebagian bahkan sudah menerima pesanan. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan

motivasi sekaligus keberanian untuk memanfaatkan digital marketing dalam usaha mereka.

secara keseluruhan, kegiatan pendampingan digital marketing berjalan lancar dengan partisipasi aktif dari para pelaku UMKM Desa Sukamaju. Antusiasme terlihat sejak tahap sosialisasi, ketika peserta menyadari pentingnya memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran.

Pada sesi pelatihan, peserta mempelajari dasar-dasar manajemen digital marketing, termasuk cara mengelola akun bisnis, membuat konten promosi yang menarik, dan menggunakan marketplace online. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sudah mampu mengaplikasikan materi dengan baik.

Beberapa pencapaian nyata dari kegiatan ini antara lain:

a. Pembuatan Spanduk Usaha

Para UMKM didampingi dalam mendesain dan mencetak spanduk usaha untuk memudahkan promosi secara offline. Spanduk ini menampilkan identitas produk, kontak, dan logo sederhana yang memudahkan pelanggan mengenali usaha mereka.



Gambar 2 : Hasil Spanduk UMKM

- b. **Kemampuan Membuat Konten Promosi Sendiri**
Peserta mulai mampu mendesain konten sederhana, seperti foto produk dengan keterangan harga dan kontak WhatsApp. Mereka juga belajar menggunakan aplikasi editing ringan yang bisa dioperasikan dengan smartphone.
- c. **Promosi Mandiri melalui Media Sosial**
Setelah praktik langsung, sebagian peserta sudah berani mengunggah produk di akun media sosial bisnis mereka. Beberapa bahkan mencoba strategi sederhana, seperti memberikan promo harga khusus untuk pelanggan online.
- d. **Peningkatan Kreativitas dan Kepercayaan Diri**
Peserta menjadi lebih percaya diri untuk berinovasi dalam promosi, baik dengan spanduk maupun konten digital. Hal ini menjadi modal penting agar usaha mereka lebih dikenal dan mampu bersaing.

Kegiatan pelatihan pemasaran digital di Desa Sukamaju bertujuan untuk meningkatkan keterampilan praktis UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Pelaksanaan program berjalan lancar dan mendapat partisipasi aktif dari peserta. Pada tahap awal, peserta diberikan sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital. Kemudian, mereka menerima pelatihan mendalam mengenai manajemen media sosial, pembuatan konten promosi, dan penggunaan marketplace. Hasilnya, peserta mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat secara mandiri, seperti mendesain dan mencetak spanduk, membuat konten promosi yang menarik menggunakan smartphone, serta mempromosikan produk melalui media sosial. Peningkatan kreativitas dan kepercayaan diri juga terlihat jelas, mendorong mereka untuk lebih berani dalam berinovasi. Dengan demikian, program ini berhasil memberikan keterampilan nyata yang dapat langsung diterapkan oleh UMKM, menggabungkan sarana promosi offline dan online untuk memperluas jangkauan pasar.

4. KESIMPULAN

Program pelatihan pemasaran digital untuk UMKM di Desa Sukamaju, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, dinilai berhasil dan berjalan dengan baik. Antusiasme serta respons positif dari para pelaku usaha menunjukkan bahwa program ini sangat relevan dan dibutuhkan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru tentang pentingnya pemasaran digital, tetapi yang terpenting, juga menghasilkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam kegiatan usaha mereka sehari-hari.

Dari pelaksanaan kegiatan, ada beberapa poin penting yang bisa disimpulkan:

- a. **Peningkatan Pengetahuan dan keterampilan**
Para peserta kini mulai memahami dasar-dasar pemasaran digital, mulai dari strategi branding hingga pengelolaan akun bisnis. Istilah seperti konten promosi, marketplace, dan penggunaan media sosial untuk usaha pun kini tidak lagi asing bagi mereka.
- b. **Kemampuan membuat media promosi mandiri**
Dengan adanya pendampingan, para UMKM mampu mendesain spanduk sederhana untuk promosi offline. Dengan adanya pendampingan, para UMKM kini bisa lebih mandiri dalam memasarkan produk. Mereka tidak hanya mampu mendesain

spanduk sederhana untuk promosi offline, tetapi juga belajar membuat konten digital sendiri, seperti foto produk dan unggahan promosi untuk media sosial.

c. Meningkatnya motivasi dan rasa percaya diri

Setelah pelatihan, keraguan para peserta untuk memanfaatkan media digital berubah menjadi keberanian untuk mencoba. Beberapa pelaku UMKM kini sudah berani mengunggah produk mereka ke Instagram dan WhatsApp Business, bahkan ada yang mulai menjajaki marketplace. Keberhasilan mendapatkan pesanan online pertama semakin menguatkan kepercayaan diri mereka untuk terus mengembangkan usaha secara digital.

d. Dampak Ekonomi dan sosial

Secara ekonomi, program ini membuka peluang baru untuk meningkatkan pendapatan keluarga para pelaku UMKM. Sementara itu, dari sisi sosial, kegiatan ini sukses menumbuhkan semangat kebersamaan di antara mereka. Para peserta saling berbagi pengalaman dan mendukung satu sama lain dalam mengoptimalkan media digital.

e. Kebutuhan Dukungan untuk keberlanjutan

Meskipun hasil awal program ini menjanjikan, keberlanjutan dan dampaknya memerlukan dukungan dari berbagai pihak. Pemerintah desa dan mitra eksternal diharapkan dapat membantu dengan menyediakan akses internet yang lebih stabil, mengadakan pelatihan lanjutan secara berkala, serta membuka peluang untuk memperluas pasar digital bagi UMKM desa.



Gambar 3 : Dokumentasi tim pengabdian Masyarakat Bersama Sekertaris Desa Suka Maju Bersama Tim Pengabdian Masyarakat

Secara keseluruhan, program pendampingan pemasaran digital ini bukan sekadar pelatihan singkat, melainkan sebuah langkah awal yang strategis untuk memberdayakan masyarakat desa agar lebih mandiri dalam memasarkan produk mereka. Dengan keterampilan baru yang telah didapatkan, para pelaku UMKM kini lebih siap menghadapi persaingan, baik di tingkat lokal

maupun yang lebih luas. Hal ini menjadikan mereka sebagai motor penggerak perekonomian Desa Sukamaju di masa depan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Amelia, F., Gusmania, Y., & Ismarti. (2022). *Strategi Digital Marketing dalam Mengembangkan UMKM*. Jakarta: Media Aksara.

Endah, S., & Berli, P. K. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Pengembangan UMKM Lokal. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Kreatif*, 2(1), 276–283.

Farida, Elok. (2024). *Tren Digital Marketing: Menggabungkan Inovasi dan Kreativitas untuk UMKM*. Semarang: Putra Lereng Sumbing.

Irmayanti, H. S., & Megavitry, R. (2020). Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Peningkatan Kapasitas UMKM. *Pengabdi: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–50.

Neneng Kurniah, dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran Digital untuk UMKM Desa*. Bandung: CV Kreatif Mandiri.

Saptutyningsih, E., & Wardani, D. T. K. (2020). Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0. *Jurnal Warta LPM*, 21(2), 56–63.

Wibowo, A., & Prasetyo, R. (2021). Strategi Branding UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 45–54.

Yuliana, D. (2023). *Transformasi UMKM melalui Pendampingan Digital Marketing di Era Ekonomi Kreatif*. Yogyakarta: Pustaka Mandiri.