

## Pelatihan *Digital Marketing* Pada Media Sosial Dan *Marketplace* Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

Arini Arini<sup>1</sup>, Andi Zahran Budiman<sup>2</sup>, Restu Agung Maulana<sup>3</sup>, Elizabeth Siagian<sup>4</sup>, Aprilia Milanda Putri<sup>5</sup>, Ummi Fadhilah Ramadani<sup>6</sup>, Oktavyandi Situmorang<sup>7</sup>, Muhammad Rizky<sup>8</sup>, Petra Franciscus<sup>9</sup>, Nur Kaisah<sup>10</sup>, Putri Feby Febryanti .P<sup>11</sup>., Indah Juniyantri<sup>12</sup>, Nike Lina<sup>13</sup>, Feronika Br. Simamora<sup>14</sup>, Erawati Manalu<sup>15</sup>, Triani Angelika Sinaga<sup>16</sup>

<sup>1-16</sup>Universitas Lancang Kuning  
Jl. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581  
Email: [arini@unilak.ac.id](mailto:arini@unilak.ac.id)

### **Abstract**

*This training activity aims to provide education to MSME actors in Sialang Munggu Village in understanding and skills in using the marketplace so that MSME actors can understand good and correct promotional methods, especially in terms of online sales. The method of this training activity is by providing direct/face-to-face socialization regarding Digital Marketing on social media and the MSME product marketplace. The hope of implementing this training is that MSMEs can understand and be skilled in using the marketplace so that when they make online sales they will have higher quality, which will have an impact on increasing income in the future.*

**Keywords:** *training, Digital Marketing, Social Media, Marketplace, products, MSMEs*

### **Abstrak**

*Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM Kelurahan Sialang Munggu dalam pemahaman dan keterampilan menggunakan marketplace sehingga pelaku UMKM bisa memahami cara promosi yang baik dan benar khususnya dalam hal penjualan secara online. Metode kegiatan pelatihan ini dengan cara memberikan sosialisasi secara langsung/ tatap muka mengenai Digital Marketing pada media sosial dan marketplace produk UMKM. Harapan dari pelaksanaan pelatihan ini adalah agar pelaku UMKM dapat memahami dan terampil dalam menggunakan marketplace sehingga pada saat melakukan penjualan online lebih berkualitas yang berdampak pada peningkatan pendapatan pada masa yang akan datang*

**Kata kunci:** *pelatihan, Digital Marketing, Media Sosial, Marketplace, produk, UMKM*

## **1. PENDAHULUAN**

Era revolusi industri 4.0 dan sedang berjalan ke arah 5.0, membuat semua pihak untuk dapat berbenah mengikuti laju perkembangan industri. Tidak terkecuali dengan sistem pemasaran dan penjualan yang semakin berkembang dan konsumen yang semakin kompleks. Teknologi informasi adalah suatu alat untuk menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya. Tujuannya adalah untuk menyajikan informasi guna pengambilan keputusan pada perencanaan, pemrakarsaan, pengorganisasian, pengendalian kegiatan operasi suatu perusahaan yang menyajikan sinergi pada proses mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi organisasi yang bersifat manajerial dalam kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan memiliki peranan yang sangat penting bagi Kelurahan Sialang Munggu, karena jumlahnya sangat banyak dan tersebar dimana-mana, serta dapat memberi kesempatan kerja yang potensial. Peranan UMKM tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan Kelurahan Sialang Munggu, namun demikian usaha pengembangan yang telah dilaksanakan masih belum memuaskan hasilnya, karena pada kenyataannya kemajuan UMKM sangat kecil dibandingkan dengan kemajuan yang sudah dicapai usaha besar. Padahal, UMKM memiliki banyak hal dalam keunggulan diantaranya inovasi dalam

pengembangan produk, hubungan kemanusiaan yang akrab, menciptakan kesempatan kerja yang cukup banyak, dan mampu menyesuaikan pasar yang selalu berubah dengan cepat. Keunggulan-keunggulan inilah yang bisa digunakan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena semakin terbukanya pasar didalam negeri, merupakan ancaman bagi UMKM dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar dampak globalisasi. Oleh karena itu pembinaan dan pengembangan UMKM saat ini dirasakan semakin mendesak dan sangat strategis untuk mengangkat perekonomian rakyat, maka kemandirian UMKM dapat tercapai dimasa mendatang. Dengan berkembangnya perekonomian rakyat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka kesempatan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan (Agustina, 2017; Agustina and Suprianto, 2019; Agustina, Suprianto and Rosalin, 2019).

Diera sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *ecommerce*-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. (Warfhana, 2018). Media lain yang seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. (Rachmawati, 2018)

Adapun UMKM dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah 30 umkm yang kreatif dan inovatif yang terdiri dari makanan, minuman, kerajinan serta jasa. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang *Digital Marketing* agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Selain itu pelaku UMKM juga diberikan pendampingan dalam pembuatan akun di media digital beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal untuk kebutuhan promosi usaha UMKM. Pelatihan Digital Marketing ini dilakukan Tim PPK Ormawa Himpunan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning dalam rangka mahasiswa belajar untuk pendampingan masyarakat terkait permasalahan UMKM, karena khalayak sasarannya adalah masyarakat yang memiliki Usaha sehingga

## 2. METODE

### Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Pelatihan *Digital Marketing* Pada Media Sosial Dan *Marketplace* Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Kelurahan Sialang Munggu” dilaksanakan di Sekre Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM), dengan alamat Jl. Cipta Karya, Gg. Hiu, Kelurahan Sialang Munggu, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru.

### Peserta

Kegiatan ini diikuti oleh 30 pelaku UMKM Kelurahan Sialang Munggu, penyampaian materi oleh kepala UPT IPO Disperindag Prov Riau Ibu Dra. Raja Hasdiana Dewi, MM., M.Si., Macc, serta Tim Pelaksana PPK Ormawa HMJ Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

## Metode Pelaksanaan

Metode yang dilakukan oleh tim PPK Ormawa HMJ Manajemen selama kegiatan pengabdian bagi masyarakat dengan pelaku UMKM Kelurahan Sialang Munggu: (1) Waktu dan Tempat: waktu dari pengabdian kepada Pelaku UMKM ini dilaksanakan secara tatap muka dan tempat pelaksanaan dilakukan di LPM Kelurahan Sialang Munggu. (2) Program Kegiatan: Sebelumnya tim PPK Ormawa HMJ Manajemen melakukan observasi dan wawancara terhadap kebutuhan pelaku UMKM dan menemukan masalah yang dialami Pelaku UMKM khususnya kesulitan dalam mempromosikan produk pada forum *digital marketing* kemudian tim merancang solusi masalah yang dialami Pelaku UMKM tersebut. Dan mempersiapkan kebutuhan untuk pelatihan *digital marketing* serta menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian masyarakat. (3) *Pres-test* dan *Pos-test*. Tim PPK Ormawa HMJ Manajemen akan memberikan pre-test dan post test untuk mengetahui dan memonitoring sejauh apa peserta memahami dan terampil pada *digital marketing*. (4) Instrumen Pengabdian; Instrumen yang dibutuhkan adalah modul pengabdian serta alat pendukung lainnya seperti infokus, ruangan, dll. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada Kelurahan Sialang Munggu. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada 12 Juli 2024. Para peserta yang hadir pada waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah UMKM Kelurahan Sialang Munggu yang telah ikut serta dalam kegiatan pengabdian ini sebanyak 30 dengan produk yang berbeda-beda.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan mengenai Pelatihan *Digital Marketing* Pada Media Sosial Dan *Marketplace* Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kelurahan Sialang Munggu ini dilakukan pada hari Jum'at, Tanggal 12 Juli 2024 dimulai jam 13.30- 15.30 WIB. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan dengan tatap muka bersama pelaku UMKM, banyak ditemukan bahwa pelaku UMKM masih sulit melakukan mengelola forum marketplace sendiri. Marketplace merupakan platform yang memungkinkan pembeli dan penjual bertemu dan melakukan transaksi. Hubungan marketplace menyediakan produk atau layanan, sementara pembeli mencari dan membeli barang yang mereka butuhkan. Marketplace memfasilitasi interaksi antara kedua belah pihak, penjual dapat membangun brand awareness di luar marketplace dengan stratego seperti konten marketing, media sosial, dan kampanye influencer yang dapat mendukung reputasi dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan memanfaatkan berbagai aspek digital marketing, penjual di marketplace dapat meningkatkan visibilitas, menarik lebih banyak pembeli, dan mengoptimalkan hasil penjualan mereka. Sebaliknya, marketplace menyediakan platform yang memungkinkan implementasi dan pengukuran strategi digital marketing dengan lebih efektif. Akibatnya pelaku UMKM hanya melakukan penjualan secara langsung atau dengan cara membuka stand- stand di sekolah-sekolah ataupun dititipkan di warung-warung atau bisa juga dengan menyewa tempat. Hal ini membuat pelaku UMKM hanya mendapat penghasilan dari satu sisi saja. Untuk mengatasi permasalahan diatas, maka dilakukan pengabdian ini guna meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta pelatihan dalam digital marketing pada media sosial dan marketplace. Peserta pelatihan diberikan materi tentang digital marketing dan marketplace dan selanjutnya diberikan arahan bagaimana cara membuat akun media sosial untuk marketplace sampai pada penarikan kesimpulan hasil dari akun media sosial tersebut. Setelah proses tersebut dilakukan sesi tanya jawab terkait produk UMKM yang ada pada pelaku usaha dan apakah sudah memiliki akun media sosial masing-masing. Terakhir dilakukan evaluasi untuk melihat sejauh mana keberhasilan program kegiatan pengabdian ini. Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh hasil bahwa peserta sebagian sudah ada yang memiliki akun media sosial, dan sebagian belum memiliki akun media sosial. Hal ini terlihat dari pemateri yang memberikan pertanyaan kepada pelaku UMKM tersebut. Hal tersebut bisa di lihat **Gambar 1** dibawah ini:



Gambar 1. Tim memberikan Pelatihan *Digital Marketing* Pada Media Sosial Dan *Marketplace* Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) dengan narasumber kepala UPT IPO Disperindag Prov Riau Ibu Dra. Raja Hasdiana Dewi, MM., M.Si, Macc,

Tim juga memberikan *pre-test* kepada pelaku UMKM Kelurahan Sialang Munggu untuk mengetahui dan memonitoring sejauh apa mereka memahami pelatihan *Digital Marketing* pada Media Sosial dan *Marketplace* ini, berikut ini hasil rekapan kuesioner sebelum pelaksanaan pelatihan:

**Tabel 1 Hasil Rekapitulasi *Pre-test* Pelatihan**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		%	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Pelaku UMKM pernah mengikuti pelatihan pembuatan Akun Media Sosial	0	7	0	100
2.	Pelaku UMKM sudah mengetahui cara membuat Akun Media Sosial	0	7	0	100
3.	Pelaku UMKM mengetahui manfaat dari Aplikasi Marketplace	0	7	0	100
4.	Pelatihan Digital Marketing hal yang rumit	7	0	100	0
5.	Pelaku UMKM puas dengan pelatihan digital marketing	0	7	0	100

Sumber:

Sebelumnya pemateri menjelaskan lebih dalam tentang *Digital Marketing*, *E-Commerce*, *Online Shop*, serta *Marketplace* kemudian pemateri memberikan tutorial penggunaan akun media sosial menggunakan *smartphone*.

Pemateri memberikan gambaran tentang bagaimana cara mempromosikan produk pada media sosial. Selanjutnya pemateri memberikan pemahaman tentang *marketplace* yang terdiri contoh *marketplace*, contoh *e-commerce*, dan bagaimana cara mempromosikan *online shop*. Pemateri juga memberikan pengertian tentang tips sukses penjual di marketplace umum.

Setelah penyampaian materi dasar, maka pemateri mulai memperkenalkan aplikasi Marketplace, yaitu menu-menu yang terdapat pada aplikasi, bagaimana cara mendaftar akun dan langkah-langkah lainnya sehingga mereka bisa memahami dengan baik fungsi aplikasi ini dalam mengolah data khususnya cara mempromosikan produk yang baik. Setelah memperhatikan materi yang dijelaskan dengan serius, maka mereka mulai mengoperasikan menggunakan akun marketplace dengan produk yang telah ada. Produk inilah yang akan di promosikan pada fitur akun marketplace, dimulai dengan mengambil foto produk dan pada akhirnya akan mengupload foto produk mereka dan memberikan keterangan lokasi pasar dan memberikan harga pasar produk tersebut. Untuk melihat sejauh mana pelaku UMKM yang ikut dalam pelatihan ini serius dan mau berusaha mengenal aplikasi marketplace ini maka pemateri langsung melakukan proses bimbingan selama pelatihan berlangsung. Dengan menyikapi sikap dari pelaku UMKM yang belum paham maka pemateri memberikan arahan kepada tiap pelaku UMKM yang bertanya tentang kendala yang dihadapi.

Tim pelaksana juga memperhatikan apakah dalam promosi produk sudah sesuai dengan langkah-langkah yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga memperoleh hasil yang tepat. Selesai dengan prosedur, maka pemateri melanjutkan dengan sesi tanya jawab pelaku UMKM yang masih kebingungan mengenai Akun Marketplace.

Selama proses pelatihan berlangsung, dapat dilihat bahwa pelaku UMKM sudah mulai bisa mengoperasikan aplikasi ini walau belum sepenuhnya mengingat langkah-langkah yang dijelaskan dan dipraktekkan. Yang menarik adalah terjadi proses diskusi disertai pertanyaan-pertanyaan yang bisa membuka wawasan diantara para mahasiswa sendiri.

Harus diakui bahwa masih ada pelaku UMKM yang masih bingung malah cenderung takut untuk memulai proses pembuatan akun media sosial dalam kegiatan ini. Salah satu penyebabnya adalah pelaku UMKM sudah menganggap penggunaan aplikasi ini sulit sehingga tidak mau untuk mencoba bahkan tidak percaya diri, padahal aplikasi ini sangat mudah digunakan. Setelah pelaksanaan pelatihan selesai, tim pelaksana mengadakan evaluasi berupa *post test* untuk mengetahui tingkat pemahaman para masyarakat pada pelaksanaan pengabdian. Hasil *post test* tersebut dapat dilihat dari rekapitulasi kuesioner setelah dilaksanakan pelatihan tersebut, bisa dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

**Tabel 2 Hasil Rekapitulasi *post-test* Pelatihan**

No	Pertanyaan	Jawaban Responden		%	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Pelaku UMKM pernah mengikuti pelatihan pembuatan Akun Media Sosial	7	0	100	0
2.	Pelaku UMKM sudah mengetahui cara membuat Akun Media Sosial	7	0	100	0
3.	Pelaku UMKM mengetahui manfaat dari Aplikasi Marketplace	7	0	100	0
4.	Pelatihan Digital Marketing hal yang rumit	0	7	0	100
5.	Pelaku UMKM puas dengan pelatihan digital marketing	7	0	100	0

### **Luaran Yang dicapai**

Luaran yang diharapkan dari pelaksanaan pelatihan ini adalah agar pelaku UMKM dapat memahami dan terampil dalam menggunakan aplikasi *marketplace* sehingga pada saat pengolahan aplikasi marketplace bisa lebih berkualitas yang

berdampak pada produk yang dihasilkan lebih menguntungkan pelaku UMKM sendiri. Pelaku UMKM merasa memperoleh informasi pengetahuan baru sebagai bekal kelak masyarakat luas lebih mengenal produk mereka di masa yang akan datang. Tidak kalah pentingnya, pelaku UMKM menyadari bahwa dalam memahami konsep *digital marketing* harus mengetahui ciri-ciri khusus. Pemilihan menggunakan akun media sosial karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan media sosial yang lain sehingga menjadi media sosial yang banyak peminat.

Luaran yang diharapkan ini tidak seratus persen bisa dicapai. Berdasarkan hasil kuesioner setelah pelatihan diatas (Tabel 5.2) walaupun pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan sudah memahami pelatihan ini, ternyata masih ada kendala yang dihadapi yaitu mereka kadang-kadang masih lupa menggunakan media sosial ini. Kedepannya, pelaku UMKM harus sering menggunakan media sosial ini supaya tidak lupa.

#### 4. Kesimpulan

Pelatihan ini memberikan manfaat besar bagi pelaku UMKM selaku peserta pelatihan Digital Marketing Pada Media Sosial Dan Marketplace Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Sehingga dalam proses pembuatan akun media sosial bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha UMKM serta dapat meningkatkan penjualan usaha UMKM

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan kepada Tim Pelaksana PPK Ormawa HMJ Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning atas partisipasinya dalam pembuatan pelatihan, serta seluruh peserta Pelaku UMKM Kelurahan Sialang Munggu.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andono, F. A., & Girindratama, M. W. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Melalui Platform Sosial Media Dan Marketplace Bagi Umkm Kerajinan Aksesoris. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 178-186. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2359>
- Arini, A., Zaharman, Z., & Novianti, S. (2023). Pelatihan Produktivitas Ibu Rumah Tangga (IRT) dalam Memanfaatkan Limbah Lidi Kelapa Sawit. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 16-22. <https://doi.org/10.54951/comsep.v4i1.414>
- Dien, H. E., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Zuraida, V., & Ririd, A. R. T. H. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan Aplikasi Online Marketplace bagi UMKM di Lapak Berkah PKK Singosari Malang. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 436. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6030>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i1.147>
- Fahimah, M., Satiti, W. S., Fadhli, K., Listiani, A., Putri, A. U., & Santoso, T. A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Instagram Dan Marketplace Bagi Pelaku Umkm Desa Kalikejambon, Jombang. *Jurnal Abdi Inovatif (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 61-70. <https://doi.org/10.31938/jai.v2i2.481>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120-125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital

- Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 2(2), 104. <https://doi.org/10.37535/102004220223>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Siska, E., & Prapto, D. A. W. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pulo Gadung Jakarta Timur Pada Masa New Normal. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(2), 59-75. <https://doi.org/10.56174/jap.v2i2.422>
- Vedamurthi, K. V. (n.d.). *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer* 2(3): 1-6. 2(3), 1-6.