



Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada UMKM Barokah

Assistance For UMKM in Using Digital Marketing at UMKM Barokah

Ita Purnama^{1*}, Fanisyah Aulia Putri², Kurnia Fajrianti³

¹⁻³ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia

Korespondensi penulis : fanisyahauliaputri.stiebima21@gmail.com*

Article History:

Received: Juni 02, 2025;

Revised: Juni 15, 2025;

Accepted: Juni 29, 2025;

Published: Juli 01, 2025

Keywords: UMKM, Digital Marketing, digital marketing socialization

Abstract: The purpose of this community service is to develop MSMEs in terms of digital marketing and also expand the MSME marketing network. MSME Barokah is one example of MSMEs that need digital marketing assistance. The methods used in community service activities are divided into four stages, namely, surveys, digital marketing socialization, digital marketing assistance, and maintenance and evaluation stages. The form of community service is aimed at developing and also in digital marketing assistance for MSME Barokah so that they can have an unlimited marketing network.

Abstrak

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengembangkan UMKM dalam hal digital marketing juga memperluas jaringan pemasaran UMKM. UMKM Barokah merupakan salah satu contoh UMKM yang membutuhkan pendampingan digital marketing. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat terbagi menjadi empat tahap yaitu, survei, sosialisasi digital marketing, pendampingan digital marketing, serta tahapan pemeliharaan dan evaluasi. Bentuk pengabdian pada masyarakat dengan tujuan mengembangkan dan turut serta dalam pendampingan digital marketing terhadap UMKM Barokah agar dapat memiliki jaringan pemasaran yang tidak terbatas.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, sosialisasi digital marketing.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dan penggunaan internet dalam skala global telah menciptakan peluang bagi konsumen, pemasok dan penjual barang serta jasa untuk berkomunikasi satu sama lain dipasar secara online. Bisnis dengan menggunakan media internet atau yang biasa dikenal dengan bisnis online memiliki peluang yang terhitung luas dan besar, karena banyak masyarakat yang sudah menggunakan internet dalam mengembangkan bisnisnya.

Digital marketing (Pemasaran berbasis digital) adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana, misalnya menggunakan jejaring sosial. Dunia maya tak lagi hanya menghubungkan orang dengan suatu perangkat, namun menghubungkan orang dengan orang lain diseluruh penjuru dunia. Dengan menggunakan pemasaran berbasis digital, aktivitas pemasaran menjadi lebih interaktif dan terpadu, sehingga memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

UMKM Bakso Tuna Barokah adalah salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Penatoi Kecamatan Mpunda. Produk yang dimiliki UMKM ini adalah Bakso Tuna, Mie ayam, Es teller, Es jeruk dan Es Teh. UMKM Barokah didirikan karena ingin memanfaatkan salah satu sumber daya alam yaitu ikan tuna yang akan diolah menjadi bakso tuna sehingga dapat dinikmati dengan sajian yang berbeda. Dalam perjalanan bisnis UMKM tersebut, terdapat hambatan dan rintangan yang membuat UMKM tersebut sulit untuk berkembang. Di antaranya adalah kurangnya pengetahuan terkait digital marketing yang baik. UMKM barokah membutuhkan pendampingan digital marketing dalam memasarkan produknya. Selain itu, diperlukan juga adanya peningkatan kemampuan serta pengetahuan pemilik UMKM terkait hal pemasaran dengan memanfaatkan teknologi.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi empat fase : fase penelitian, fase interaksi, fase pendampingan, dan fase retensi dan evaluasi. Tahap pertama adalah tahap penelitian yang meliputi wawancara dan diskusi mendalam dengan mitra. Tujuan dari fase ini adalah untuk mengenali permasalahan mitra lebih dalam dan memberikan gambaran solusi yang akan diberikan nantinya. Tahap penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 mei 2025 melalui kunjungan ke lapak barokah.

Tahap kedua yakni sosialisasi digital marketing. Tahapan ini bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap UMKM terkait digital marketing. Tahap ini dilakukan pada tanggal 25 mei 2025 yang bertempat di lapak barokah yang beralamat di Kel.Penatoi Kec.Mpunda Kota Bima.

Tahapan ketiga yaitu tahap pendampingan UMKM terkait digital marketing. Tahapan ini meliputi pembuatan akun media UMKM sosial Instagram (@baksotuna_barokah). Tahap pendampingan dilakukan pada tanggal 27 mei 2025.

Tahapan keempat adalah tahap pemeliharaan dan evaluasi. Selama fase pemeliharaan, pembaruan dilakukan kembali untuk memenuhi kebutuhan mitra. Fase ini juga berfungsi sebagai wadah bagi pelaksana untuk menilai kembali hasil kontribusi mitra dan pemangku kepentingan eksternal terkait program kerja, sehingga tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai.

3. HASIL

Program pengabdian masyarakat ini dipraktikan dengan penuh dedikasi di UMKM yang berlokasi di Kelurahan Penatoi, Kecamatan Mpunda, Kota Bima. Pusat perhatian utama kegiatan ini tertuju pada UMKM Barokah yang berkecimpung dalam dunia kuliner. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada memberikan bantuan dalam pengembangan UMKM dengan tujuan mendorong pertumbuhan potensi UMKM di wilayah Penatoi, Kota Bima.

Kegiatan utama dari kegiatan ini terletak pada digitalisasi pemasaran produk UMKM, dengan tujuan strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk-produk unggulan UMKM di wilayah Penatoi, seperti yang dilakukan oleh UMKM Barokah. Salah satu komponen utama dalam upaya pengembangan ini adalah program pendampingan digital marketing yang diterapkan khususnya untuk UMKM Barokah.

Kegiatan ini juga diarahkan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemilik UMKM terkait strategi pemasaran digital. Dengan demikian, diharapkan UMKM barokah dapat lebih mandiri dan berkelanjutan dalam mengelola aspek pemasaran mereka di era digital ini.

Dengan upaya kolaboratif ini, diharapkan bahwa hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya mencakup pengembangan bisnis UMKM secara individu tetapi juga memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi lokal serta peningkatan kualitas hidup masyarakat di sekitar Kelurahan Penatoi, Kecamatan Mpunda Kota Bima.

Survei UMKM

Kegiatan survei merupakan langkah pertama yang dilakukan sebelum menjalankan keseluruhan program pendampingan digital marketing pada UMKM di UMKM barokah. Proses survei dilaksanakan dengan mengunjungi UMKM barokah . UMKM barokah berlokasi di kelurahan Penatoi Kecamatan Mpunda dan telah berdiri sejak tahun 2021, informasi yang diperoleh dari pemilik UMKM mengindikasikan bahwa produk unggulan dari UMKM barokah yaitu bakso tuna yang memiliki daya tarik yang tinggi di kalangan masyarakat.



Gambar 1. Survei Lokasi UMKM Barokah

Sumber : Data Pribadi (2025)

Lapak Barokah selama ini belum menggunakan digital marketing dengan baik. Pemasaran yang dilakukan melalui metode offline atau dari mulut ke mulut. Kekurangan metode ini adalah kurang luasnya area pemasaran yang dijangkau. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang ada, digital marketing merupakan metode yang cocok untuk diterapkan pada UMKM barokah dalam memasarkan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas di luar Kelurahan Penatoi.

Sosialisasi *Digital Marketing*

Selanjutnya, hasil dari survei yang telah dilakukan adalah implementasi kegiatan digital marketing. Sosialisasi mengenai digital marketing ini ditargetkan untuk pelaku UMKM Barokah di Kelurahan Penatoi. Penyampaian materi dilakukan secara langsung, berkomunikasi dengan pemilik usaha. Menjelaskan betapa pentingnya branding produk dalam mempengaruhi proses pemasaran yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya. Apabila produk telah berhasil membangun branding yang efektif, maka tahap pemasaran selanjutnya akan menjadi lebih lancar.



Gambar 2. Sosialisasi *Digital Marketing* di UMKM Barokah

Sumber : Data Pribadi (2025)

Perlu diakui bahwa fenomena penggunaan media sosial telah meluas dan menyeluruh di berbagai lapisan usia. Dengan memahami dan memanfaatkan potensi ini, kegiatan sosialisasi digital marketing diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi UMKM untuk mencapai konsumen mereka di berbagai lokasi, tanpa terkendala oleh batasan geografis. Melibatkan audiens melalui media sosial dapat memberikan ruang yang lebih besar bagi UMKM untuk membangun hubungan dan komunikasi yang lebih erat dengan pelanggan potensial.

Pembuatan Media Digital Marketing

Pembuatan media digital marketing untuk UMKM Barokah menggunakan platform utama, yaitu media sosial. Dalam hal media sosial, pilihan tertuju pada platform instagram. Alasan penggunaan instagram sebagai media pemasaran digital karena tidak adanya biaya yang signifikan, namun memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens dari berbagai lapisan masyarakat. Popularitas instagram sebagai alat promosi memberikan keuntungan bagi pelaku usaha yang memasarkan produknya. Kelebihan instagram sebagai media sosial terletak pada kemudahan penggunaannya, terutama bagi pelaku usaha yang baru memasuki dunia pemasaran produk secara online.

UMKM Barokah awalnya belum memanfaatkan Instagram sebagai sarana pemasaran. Oleh karena itu, pihak pelaksana proyek memberikan pendampingan dalam proses pembuatan akun instagram. Selama pendampingan, penjelasan yang mendetail diberikan terkait jenis konten yang sebaiknya diposting di platform tersebut. Program kerja juga mencakup sesi

pemotretan produk, dimana hasil foto produk ini akan digunakan untuk memperkaya konten yang akan diunggah di akun instagram baksotuna_barokah.



Gambar 3. Akun Instagram UMKM Barokah

Sumber : Data Pribadi (2025)

4. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa digital marketing memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan jangkauan pemasaran produk, terutama di era teknologi yang terus berkembang seperti saat ini. UMKM Barokah menjadi salah satu UMKM yang menjadi representasi dari banyak UMKM lainnya yang masih menghadapi kendala pengetahuan terkait digital marketing.

Proses pendampingan yang diimplementasikan pada UMKM Barokah mencakup inisiatif pembuatan akun instagram. Langkah-langkah ini diarahkan untuk membantu UMKM Barokah agar dapat memahami dan memanfaatkan potensi digital marketing secara optimal. Pembuatan akun instagram bertujuan untuk memanfaatkan platform media sosial yang populer sebagai saluran pemasaran yang efektif.

Dengan diimplementasikannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan UMKM Barokah dapat mengalami perkembangan yang positif. Melalui pemahaman dan penerapan digital marketing yang tepat, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan jangkauan pemasaran ke cakupan pasar yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Aryanto, V. D. W., & Wismantoro, Y. (2020). *Marketing digital: Solusi bisnis masa kini dan masa depan*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Katadata.co.id. (2021). Pengguna Instagram. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-penggunainstagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1.
- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). In *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia* (pp. 2–3).
- We Are Social. (2021). *Digital 2021 Indonesia: All the data, trends, and insights you need to help you understand how people use the internet, mobile, social media, and ecommerce*. Hootsuite. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2019). Digital dengan menggunakan media sosial Facebook dan Instagram bagi industri rumahan di. In *Seminar Santika* (pp. 62–67).