



PENDAMPINGAN *DIGITAL MARKETING* UMKM DESA MIRIGAMBAR GUNA MENINGKATKAN KEMANDIRIAN DI ERA DIGITAL

DIGITAL MARKETING ASSISTANCE FOR UMKM IN MIRIGAMBAR VILLAGE TO IMPROVE INDEPENDENCE IN THE DIGITAL ERA

Femi Wahyuni⁽¹⁾, Deny Yudiantoro⁽²⁾, Desy Aprilia Dewi⁽³⁾, Eni Susilowati⁽⁴⁾, Ahmad Ja'farudin⁽¹⁾

¹⁻⁵⁾Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Indonesia

***Corresponding Email:** wahyunifemi898@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Submitted: 25 April 2025

Accepted: 28 April 2025

Published: 30 April 2025

Keywords:

Digital marketing, Social media, SME

ABSTRACT

This Community Service aims to increase the understanding of the Mirigambar Village Community, especially micro business actors, regarding the importance of Digital Marketing. Digital marketing has grown rapidly since the increasing use of the internet by the Community. Therefore, MSME actors in Mirigambar Village need to be given an introduction to digital marketing so as not to be left behind by the increasingly rapid progress of information technology. Current business developments show that consumers prefer online transactions rather than conventional transactions. The majority of people in Mirigambar Village, especially MSME business actors, have not implemented digital marketing as a means of marketing their products. Therefore, MSME actors need to be given an introduction to digital marketing. It is hoped that MSME actors in Mirigambar Village can get to know more about digital marketing in particular more optimally and their MSME products can be better known by the outside community in the future. The results of the community service carried out by Sharia Accounting Students of Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung are that MSME actors in Mirigambar Village are able to create Marketplace accounts on Shopee and are able to use them. During the post-mentoring evaluation, business

actors in Mirigambar Village had already obtained customers from the marketplace that had been created by students. In addition to being able to use several Marketplaces, business actors are also able to create product photos. With the ability to utilize digital marketing, the hope of implementing this service is that business actors are able to compete in the Digital era.

PENDAHULUAN

Digital marketing telah berkembang pesat sejak meningkatnya penggunaan internet. Namun belum banyak pelaku bisnis yang sadar akan pemanfaatan *digital marketing*, khususnya UMKM (Wati et al., 2020). Maka dari itu para pelaku UMKM perlu pengenalan mengenai *digital marketing* agar dapat mengimbangi kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat. Pemanfaatan sosial media dapat membantu pemasaran produk bagi UMKM, mempermudah proses promosi dan jual beli, serta dapat meminimalisir biaya, karena proses pemasaran serta branding bisa dilakukan melalui platform media sosial yang bisa dilakukan secara gratis (Novita et al., 2023).

Penggunaan sosial media lebih terjangkau dibandingkan dengan media konvensional, seperti iklan di surat kabar dan spanduk yang menjadi daya tarik utamanya. Menghemat biaya promosi khususnya bagi UMKM yang baru berdiri atau sedang berkembang merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Promosi produk atau jasa melalui aplikasi sosial media dapat diyakini para pelaku bisnis UMKM lebih menarik dibandingkan dengan menggunakan media konvensional. Informasi dalam bentuk gambar, grafik, foto dan video yang menarik dan kreatif dapat diciptakan sendiri oleh pelaku bisnis UMKM. Informasi dengan tampilan yang menarik dapat membuat promosi produk atau jasa menjadi lebih efektif. Manfaat lain dari penggunaan media sosial yang telah teridentifikasi adalah memungkinkan para pelaku bisnis UMKM mendapat akses kepada para pelanggan baru. Pelaku bisnis UMKM menyadari bahwa informasi yang diberikan atau dibagikan dalam akun sosial media dapat dengan cepat menyebar luas ke berbagai kalangan konsumen. Dengan menyebarkan informasi tersebut, pelaku bisnis UMKM dapat memperoleh pelanggan yang secara geografis letaknya jauh (Novita et al., 2023).

Di era digital ini, kehadiran media sosial membuka peluang bagi UMKM untuk mempromosikan usaha dan produknya. Pengenalan produk ini dapat dilakukan baik melalui aplikasi *chat online* seperti Whatsapp, media sosial seperti Facebook dan Instagram, toko *online* di berbagai *platform e-commerce* seperti Shopee dan GoFood. Tugas kita sebagai mahasiswa adalah dapat menjembatani para pelaku UMKM untuk belajar tentang pemasaran digital, yang dapat diimplementasikan dengan melaksanakan kegiatan

pengabdian kepada masyarakat. Selain itu dengan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa, para pelaku UMKM di Desa Mirigambar juga dapat menguasai pemasaran menggunakan teknologi digital secara berkelanjutan. Artinya, setelah kegiatan pengabdian kepada Masyarakat, para pelaku UMKM bisa terus dapat memanfaatkan pemasaran digital (Junaedi & Sudiwijaya, 2022).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang melibatkan seluruh civitas akademik, salah satunya yaitu mahasiswa. Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang pendidikan tinggi yang menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki kewajiban menjaga etika dan mentaati norma perguruan tinggi untuk menjamin terselenggaranya Tridharma dan berkembangnya budaya akademik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diantaranya, pemberian pelatihan kepada masyarakat, pemberian layanan kepada masyarakat, maupun penerbitan karya pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk jurnal (Nurhadi et al., 2024).

Pada pelaksanaan observasi sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Desa Mirigambar terutama pelaku bisnis UMKM banyak yang belum menerapkan digital marketing sebagai sarana dalam pemasaran produk. Berangkat dari kondisi lapangan tersebut, UMKM perlu diberikan pengenalan mengenai *digital marketing*, tentunya untuk mempermudah memasarkan produk yang dimiliki, supaya lebih mudah dijangkau konsumen secara lebih luas. Dengan diadakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan para pelaku UMKM Desa Mirigambar bisa lebih mengenal, mendalami dan mampu memanfaatkan Platform Digital, khususnya pemasaran menggunakan *Marketplace*. Pada pengabdian ini pelaku UMKM di dampingi dalam menggunakan aplikasi *Marketplace Shopee*. Pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa dan Juga dosen terdiri dari pembuatan foto produk, Pembuatan akun di *Marketplace Shopee*, Pembuatan diskripsi Produk, pelayanan saat transaksi terjadi berupa kecepatan dalam membalas pertanyaan pelanggan serta pendampingan packaging produk sebelum di kirimkan, serta layanan purna jual dalam penanganan keluhan dari pelanggan. Pengabdian ini dilakukan selama 1 bulan dengan harapan pelaku UMKM yang di dampingi mampu menggunakan aplikasi *Marketplace Shopee* secara mandiri.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui program kerja dari

Himpunan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah (HMPS AKS) bersama Dosen Pemasaran UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dr. Deny Yudiantoro MM. Metode Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa Akuntansi Syariah diawali dengan melakukan observasi ke beberapa desa terkait penggunaan *Platform* digital dalam pemasaran produk. Dari beberapa desa yang di observasi akhirnya di pilih Desa Mirigambar, dikarenakan mayoritas pelaku UMKM masih melakukan pemasaran dengan cara konvensional. Metode pendampingan yang dilakukan kepada pelaku UMKM Desa Mirigambar adalah dengan klasikal dan praktik langsung. Klasikal dilakukan dengan presentasi yang dilakukan oleh Dr. Deny Yudiantoro, Terkait pentingnya digital marketing. Setelah pendampingan secara klasikal dilakukan, 50 Pelaku UMKM di dampingi mahasiswa terkait penggunaan *Marketplace Shopee*. Pendampingan di lakukan mulai dari pengambilan foto produk, pembuatan akun *marketplace* serta pemberian deskripsi produk, hingga *packaging* sebelum pengiriman. Jumlah Pelaku UMKM Desa Mirigambar yang di dampingi berjumlah 50 pelaku UMKM dan pendamping berasal dari anggota HMPS Akuntansi Syariah berjumlah 51 Mahasiswa. Pola pendampingan praktik dilakukan dengan langsung masing masing pelaku UMKM di dampingi satu mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Akuntansi Syariah dan Dosen, merupakan program pendampingan pada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan dan pengembangan masyarakat di Desa Mirigambar yang fokus pada Pemasaran digital menggunakan *Marketplace Shopee*. Program ini bertujuan menghadirkan perubahan praktis dalam aspek pemasaran guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku UMKM di Desa Mirigambar. Sebagai kaum intelektual dengan kapasitas akademik yang mumpuni, mahasiswa memiliki posisi strategis untuk berkontribusi di tengah masyarakat. Kontribusi tidak hanya terkait dengan keilmuan dan teori, tetapi juga terkait dengan tataran praktis, berupa strategi penjualan yang dilakukan melalui *marketplace*. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat diawali dengan kegiatan pendampingan secara klasikal yang dilakukan tanggal 3 oktober 2024.



Gambar 1. Sambutan Kepala Desa Mirigambar dan Pemaparan Materi

Pemaparan materi dilakukan oleh Dr. Deny Yudiantoro, MM selaku Dosen marketing dan Bisnis di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pemaparan yang dilakukan terkait tentang pentingnya pemasaran secara digital, khususnya menggunakan *Marketplace Shopee*. Materi yang di sampaikan juga terkait pentingnya menggunakan foto produk yang menarik untuk menciptakan rasa penasaran dari calon pelanggan. Dalam penjualan secara online melalui *marketplace* tidak hanya foto produk saja yang bisa membuat calon pelanggan tertarik, akan tetapi deskripsi produk juga sangat penting sehingga pemahaman calon pelanggan terhadap produk yang ditawarkan juga bagus. Dalam sesi klasikal pemateri juga menyampaikan terkait bagaimana cara membuat deskripsi produk yang mudah dipahami oleh calon pelanggan. Saat bertransaksi secara online, calon pembeli tidak hanya fokus pada produk, tapi juga memperhatikan layanan yang diberikan

oleh penjual. Sesi klasikal yang di sampaikan oleh Dr. Deny Yudiantoro, MM juga menyampaikan cara memberikan layanan berupa *fast respon*. Dalam menanggapi pesan dari calon pembeli, setiap penjual harus cepat dalam membalas segala pertanyaan calon pelanggan. Guna menjaga kepercayaan calon pelanggan maka admin *marketplace* harus sering *online*, memeriksa pesan yang dikirimkan oleh calon pelanggan. Kecepatan dalam merespon pesan merupakan salah satu bentuk layanan yang di inginkan oleh pelanggan. Setelah terjadi transaksi pembelian dan notifikasi muncul yang menunjukkan pembeli sudah membayar, maka sebisa mungkin penjual harus melakukan pengiriman barang secepat mungkin. Pemateri juga mengajarkan trik dalam melakukan *packaging* produk sebelum di kirim kepada pelanggan. Pengemasan yang rapi serta aman merupakan salah satu indikator yang akan menciptakan kepuasan pelanggan, serta dapat meminimalisir komplain dari pelanggan. Beberapa trik tersebut di sampaikan oleh pemateri guna memperkaya wawasan pelaku usaha yang ada di Desa Mirigambar untuk bertransaksi menggunakan *marketplace*.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab

Pendampingan selantutnya dilakukan oleh mahasiswa dari tanggal 4-13 Oktober 2024. Pendampingan tersebut dilakukan oleh setiap mahasiswa, dimana satu mahasiswa mendampingi satu pelaku usaha. Pendampingan yang di lakukan oleh mahasiswa diawali dengan pembuatan akun di Shopee oleh masing-masing pelaku UMKM dengan dampingan mahasiswa. Pelaksanaan pendampingan ini dilakukan kolektif, dimana pendampingan dilakukan secara berkelompok guna memudahkan pemecahan masalah saat terjadi kendala. Pendampingan berkelompok 5-10 pelaku UMKM diharapkan jika satu pelaku lupa nanti

bisa di ingatkan oleh pelaku yang lain. Hal ini mengingat pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa tidak *full day*, melainkan beberapa jam saja dan selanjutnya bagi pelaku UMKM yang kesulitan bisa dilanjutkan sendiri dengan bantuan pelaku yang lain. Pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa juga secara online, Dimana saat pelaku UMKM yang didampingi menghadapi masalah, mereka bisa menghubungi pendamping masing masing.



Gambar 3. Pendampingan oleh Mahasiswa

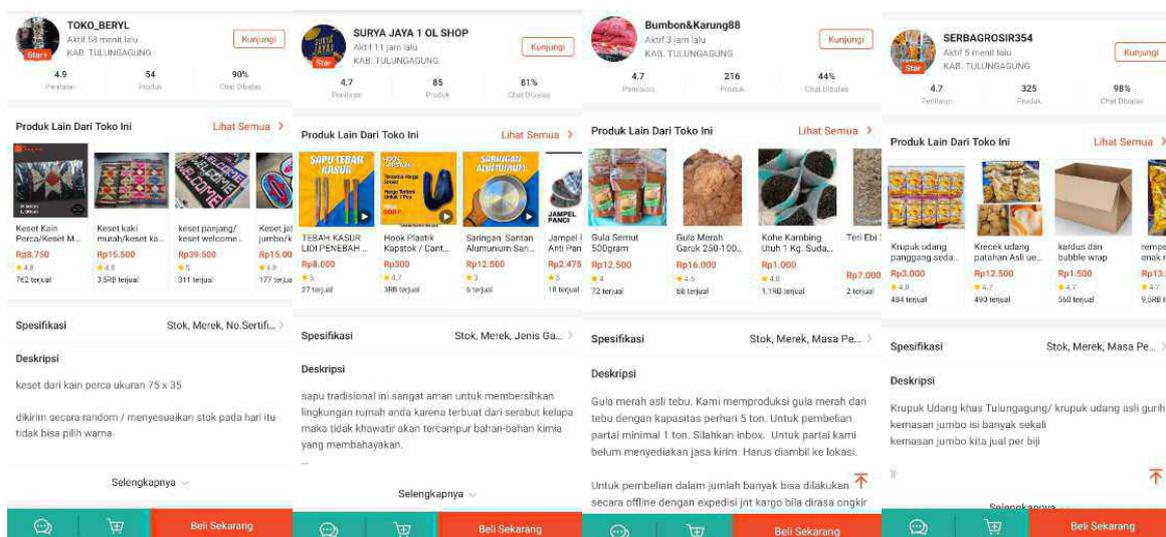
Setelah semua pelaku UMKM mempunyai akun di Shopee, mahasiswa melakukan pendampingan berupa pembuatan Photo produk serta pembuatan deskripsi produk. Himpunan Mahasiswa Akuntansi Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung juga memberikan alat berupa studio foto produk kepada pelaku UMKM. Studio photo produk diberikan pada perwakilan pelaku UMKM, dimana kedepanya semua pelaku UMKM bisa

menggunakan studio photo produk tersebut secara bergantian. Saat pendampingan, pelaku UMKM juga diberi kesempatan untuk mencoba dan mengkreasikan photo produk masing-masing. Hasil gambar produk yang telah berhasil di buat oleh pelaku UMKM, selanjutnya di *upload* di akun Shopee masing-masing, disertai pemberian deskripsi produk. Masing-masing produk di tambah dengan deskripsi yang dibuat secara jelas dengan harapan bisa lebih mudah di pahami oleh calon pembeli, sehingga bisa menarik minat calon pelanggan. Pendampingan mahasiswa terkait dengan photo produk serta pemberian deskripsi produk dilakukan mahasiswa dengan Pelaku UMKM pada tanggal 15-21 Oktober 2024. Monitoring mahasiswa juga dilakukan secara *online* dengan memantau akun shopee dari masing masing pelaku UMKM. Untuk meningkatkan kemampuan masing-masing pelaku UMKM, mahasiswa juga memberi kesempatan pada UMKM binaanya, untuk membuat photo produk lain yang dimiliki.



Gambar 4. Pembuatan foto produk dan deskripsi produk

Minggu terakhir Pendampingan pada masyarakat di Desa Mirigambar yang dilakukan mahasiswa adalah melakukan evaluasi terhadap akun shopee yang telah di buat pelaku UMKM. Selain membuat akun shopee, mahasiswa juga membantu memasarkan produk Pelaku UMKM binaan dengan cara memposting produk di akun media sosial mahasiswa. Guna meningkatkan kepercayaan calon pelanggan, mahasiswa juga berinisiatif membeli produk yang di jual menggunakan akun shopee dan memberi penilaian positif. Strategi uji coba tersebut, akan memberikan pengalaman bagi Pelaku UMKM melayani pelanggan di akun shopee. Pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa juga memungkinkan pelaku UMKM mempunyai pengalaman melakukan *packaging* produk sebelum di kirim.



Gambar 5. Akun Shopee beberapa Pelaku UMKM Binaan

Dengan dilaksanakannya kegiatan pendampingan tersebut, diharapkan pelaku usaha di Desa Mirigambar terbiasa melakukan penjualan di *marketplace*, selain melakukan penjualan secara konvensional. Pengalaman penjualan *online* akan dapat memberikan peluang baru dalam menjual produk kepada pelanggan. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Kepala Desa Mirigambar disaat pembukaan menyatakan bahwa, “Pelatihan yang dilakukan tersebut harapanya dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan omzet penjualan dan penjualan lebih modern.” Dengan keberhasilan pelatihan ini maka kedepanya pelaku UMKM dapat meningkatkan omzet penjualanya serta bisa mengedukasi pelaku usaha yang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan ini berjalan dengan sukses berkat dukungan Pemerintah desa setempat dan juga semangat dan antusiasme pelaku UMKM yang di dampingi. Pendampingan ini telah berhasil mengedukasi 50 Pelaku UMKM setempat dalam memasarkan produknya melalui marketplace. Program pendampingan yang dilakukan juga memberikan kontribusi berupa peningkatan omzet, dimana dari hasil evaluasi yang di lakukan 2 bulan pasca pendampingan, sudah banyak pesanan yang diterima melalui *marketplace shopee* yang telah di buat. Dengan keberhasilan tersebut beberapa pelaku usaha yang di dampingi juga mempunyai inisiatif menggunakan *marketplace* lain guna menciptakan ekstensifikasi penjualan. Program ini juga berhasil meningkatkan pemahaman Pelaku UMKM di Desa Mirigambar tentang branding dan pemasaran digital dengan *marketplace*, sekaligus mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya penggunaan teknologi informasi untuk mempromosikan produk atau jasa, mengingat saat ini masyarakat Indonesia sudah terbiasa melihat produk dari *platform digital*. Melalui pendampingan langsung dalam pembuatan dan penggunaan shopee, pemilik UMKM di Desa Mirigambar memiliki peluang untuk memperluas pasar mereka, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk. Pemanfaatan strategi pemasaran digital diharapkan dapat menjadi kekuatan utama bagi UMKM untuk terus berkembang, tetap bertahan, dan bersaing dalam era digital.

Saran

Berdasarkan hasil dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, disarankan agar pelaku UMKM di Desa Mirigambar bisa terus mendapatkan pendampingan secara berkala dalam menerapkan strategi branding dan digital marketing. Pelaku UMKM di Desa Mirigambar Juga harus selalu melakukan upgrade ilmu dan wawasan terkait pemasaran di era digital. Untuk saat ini proses pembelajaran di bidang *digital marketing* tidak perlu mengundang pembicara bereputasi atau bersertifikasi, tapi cukup lihat berbagai tutorial di kanal Youtube. Dengan pelaksanaan pendampingan tersebut kedepan diharapkan pelaku UMKM bisa lebih mandiri dalam melakukan penjualan dengan platform digital, serta mengedukasi pelaku usaha yang lain dalam penggunaan *platform digital*.

DAFTAR PUSTAKA

- Junaedi Filosa Sukmono Adinda PS Kencana Sovia S Sari Haryadi AN Rasyid Erwan Sudiwijaya Zein M Muktaf, F. G. (n.d.). Penulis.
- Novita, W., Fitriadi, Y., & Rama Nopiana, P. (2023). Pelatihan Laporan Keuangan Dengan Google Spreadsheet Dalam Rangka Meningkatkan Pengetahuan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora* , 2(2), 217–225. <https://doi.org/10.55123/Abdisoshum.V2i2.2052>
- Nurhadi (et al). 2017. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Wati, H. D., I. Ekawati, P. Ratna. 2020. Seleksi Massa dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Jagung Lokal Varietas Guluk-Guluk. *J. Cemara*. 17(2): 75-81.
- Yudiantoro, Deny (2024). Pendampingan Pokdarwis dan Pengelolaan Wisata Pantai di Tulungagung Dalam Meningkatkan Engagement Pengunjung Melalui Media Sosial Marketing. *Ar-Rehla Journal*. Vol 4 No. 1, Hal 1-18.