



## **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UMKM DESA KATERUNGAN MELALUI WORKSHOP PELATIHAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING**

**Feri Tirtoni <sup>1</sup>, Dani Susanto <sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi PGSD, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia

\*Corresponding Email : [feri.tirtoni@umsida.ac.id](mailto:feri.tirtoni@umsida.ac.id)

---

### **Informasi Artikel**

### **Abstrak**

#### **Kata kunci:**

Digital Marketing,  
Pelatihan, UMKM

Pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sudah seharusnya ditingkatkan. Tren pemasaran yang saat ini berkembang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan pemasaran secara online. Oleh karenanya, untuk mendukung berkembangnya UMKM di Katerungan maka dilakukan kegiatan pelatihan dan penyuluhan dengan pelatihan digital marketing untuk UMKM. Dimana pelatihan ini menggunakan metode sosialisasi penggunaan aplikasi Canva dan Shopee untuk menunjang pemasaran produk secara digital. Hasil penelitian ini menunjukkan antusiasme peserta dalam menyerap informasi yang diberikan.

Diterima: 2023-08-07

Disetujui: 2023-09-07

Dipublikasikan: 2024-  
01-30

---

#### **Abstract**

The importance of developing and empowering micro, small and medium enterprises (MSMEs) is time to be developed. Marketing trends that are currently developing allow businesses to do marketing online. Therefore, to support the development of MSMEs in Katerungan, it is necessary to carry out community service activities by conducting training and counseling with digital marketing training for MSMEs. Where this training uses the socialization method of using the Canva and Shopee applications to support digital product marketing. The results of this study indicate the enthusiasm of the participants in absorbing the information provided.

## PENDAHULUAN

Penting untuk menekankan nilai menumbuhkan dan memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena UMKM bebas dari hambatan dan tahan terhadap perubahan sosial dan lingkungan. Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan dan pembangunan di Indonesia, UMKM juga membantu negara dalam memerangi masalah pengangguran.(Hidayat, 2016).

Perekonomian internasional saat ini tidak diragukan lagi sangat dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan ekonomi dunia digital. Sebagian besar tren pemasaran dunia telah bergeser dari offline ke online. Digital marketing adalah kegiatan jual beli yang dilakukan secara daring untuk mengiklankan atau mempromosikan suatu barang melalui e-commerce atau media sosial lainnya. Menurut (Sumarni, 2019) Proses marketing barang atau jasa dengan menggunakan media internet dikenal dengan digital marketing. Tujuan pemasaran secara digital tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan, juga untuk mengenalkan barang dan jasa baru, meningkatkan citra produk, dan menjalin interaksi konsumen yang positif. Sangat menguntungkan bagi produsen untuk menjalankan strategi Pemasaran Digital karena memungkinkan calon konsumen untuk mendapatkan pengetahuan mengenai suatu barang dan jasa secara daring.

Penggunaan e-commerce memiliki banyak pengaruh dalam meningkatkan penghasilan UMKM. Bisnis yang memanfaatkan internet memiliki banyak keuntungan dalam meminimalisasi waktu, mempercantik display produk pada iklan, dan dapat menjangkau banyak segmen pasar dan konsumen. Bagi pelanggan, keuntungan yang diperoleh adalah mudahnya dalam melakukan kegiatan belanja. Tidak bisa dipungkiri bahwa pelanggan bisa merasa terhibur dengan melihat persaingan penawaran produk antara satu toko ke toko yang lainnya dalam satu situs belanja online.

Selain menggunakan e-commerce sebagai tempat untuk memasarkan produk para produsen juga harus melakukan branding atau membuat desain produk mereka dengan semenarik mungkin untuk memancing tumbuhnya keinginan membeli dari para calon konsumen. Salah satu aplikasi yang mempermudah dalam membuat desain interaktif adalah Canva. Canva merupakan situs dan aplikasi yang berguna untuk membuat desain secara daring yang dapat digunakan untuk membuat konten sosial media, banner, flyer, presentasi dan lain sebagainya. Proses mendesain dapat digunakan dengan menggunakan gadget, komputer ataupun laptop.

Dari data yang didapat dan tren yang terjadi di kalangan masyarakat, dibutuhkan pelatihan untuk mensosialisasikan pemasaran secara digital untuk memberikan insight baru untuk para pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka. Tujuan yang dicapai dalam kegiatan sosialisasi adalah memberikan penyuluhan berupa tata cara membuat sponsor untuk pembuatan media sosial seperti. Dan juga memberikan pelatihan untuk membuat toko dalam sebuah e-commerce dan juga cara untuk memasukkan sebuah produk dalam toko serta cara untuk membuat deskripsi produk agar memudahkan

calon konsumen untuk mengetahui detail sebuah produk yang dipasarkan jelas pada bagian ini. Jelaskan tujuan yang hendak dicapai pada kegiatan pengabdian.

## **METODE**

Metode pada kegiatan yang diberikan pada peserta UMKM berikut yakni dengan cara pemberian pelatihan keterampilan dan pendekatan melalui sosialisasi. Dengan cara penyampaian materi dan dilanjutkan dengan kegiatan tanya jawab, pada proses pelatihan menggunakan aplikasi media sosial shopee dan aplikasi editing canva yang guna menunjang kemampuan yang akan diperoleh peserta sosialisasi. Metode pendekatan ialah menggunakan cara praktik penggunaan aplikasi yang dimulai pada proses pembuatan akun shopee, mendaftarkan toko online, menuliskan deskripsi produk yang akan dijual pada platform Online tersebut. Kemudian dilanjutkan pada kegiatan praktik aplikasi canva dimulai pada mendaftarkan akun, mencoba salah satu template editing, ganti foto dan teks. Peserta diberikan contoh bagaimana penanganan realitas yang telah dijumpai pada sektor UMKM. Berikut ini adalah deskripsi aktivitas yang dilaksanakan secara terstruktur : 1. Koordinasi dengan narasumber dan dosen pembimbing lapangan dari universitas Muhammadiyah Sidoarjo. 2. Menyusun tata laksana kegiatan sosialisasi. 3. Melaksanakan kegiatan sosialisasi berupa “Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM”. 4. Memberikan Praktik pada peserta 5. Melakukan evaluasi yang telah disampaikan guna mengetahui pemahaman masyarakat desa katerungan terhadap materi yang telah disampaikan. 6. Mendampingi peserta sosialisasi dengan wawancara dan membantu proses penggunaan media sosial shopee dan canva. 7. Memberikan bingkisan pada peserta yang aktif pada kegiatan 8. Melakukan foto bersama dengan narasumber, dosen pembimbing lapangan serta peserta yang telah ikut serta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sesuai dengan hasil terlaksananya kegiatan Pengabdian Masyarakat yang bertajuk pemberdayaan masyarakat Katerungan dapat disimpulkan jika masyarakat desa Katerungan pelaku UMKM sangat menyambut dengan hangat kegiatan sosialisasi yang dilakukan. Masyarakat pelaku UMKM juga merasa senang karena mendapat pelatihan serta dapat bertukar pikiran dengan mahasiswa mengenai pelaksanaan pemasaran produk secara digital. Dalam kegiatan ini tidak terdapat kendala yang berarti sehingga menambah antusiasme peserta.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui program sosialisasi yang dilakukan dengan tema Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM merupakan suatu program yang bertujuan mengenalkan strategi pemasaran secara digital kepada pelaku UMKM. Digital Marketing sendiri memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap persaingan UMKM dalam memasarkan produk, jika dipresentasikan hingga 78% (Wardhana, 2015). Strategi-strategi yang dapat dilakukan dalam melakukan pemasaran secara digital dapat meliputi mengenai kejelasan informasi akan produk, ketersediaan visual yang mendukung ilustrasi produk, ketersediaan platform online untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan

pelaku usaha dan konsumen, tersedianya alat transaksi dan bentuk opsi pembayaran, serta kemampuan pelaku usaha untuk menarik konsumen baru serta melakukan penguatan terhadap citra produk yang dimiliki.

Kegiatan Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM ini diharapkan sangat berguna dan dapat mendukung pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produk yang telah dihasilkan. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM di desa Katerungan mendapat insight dalam melakukan pemasaran secara digital. Insight tersebut berupa cara menggunakan aplikasi Canva untuk membuat visual produk yang menarik sehingga dapat menambah daya tarik konsumen. Selain itu, pelatihan penggunaan aplikasi Canva dapat berguna untuk membuat iklan yang nantinya dapat dipajang di platform lain, seperti sosial media dan situs jual beli secara daring.

Selain itu, dengan merebaknya minat belanja online di kalangan masyarakat, pelatihan yang dilakukan juga meliputi cara menggunakan aplikasi belanja online terbesar yaitu Shopee. Aplikasi Shopee sendiri merupakan aplikasi yang mudah digunakan dan merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat. Dengan demikian penggunaan aplikasi Shopee sebagai media yang digunakan dalam memasarkan produk tidak akan menjadi tantangan yang berarti bagi peserta. Pelatihan penggunaan aplikasi ini meliputi bagaimana cara membuat akun toko, dan bagaimana cara mengunggah produk, menggunakan fitur gratis ongkir dan lain sebagainya.

Hal ini disambut positif oleh para peserta, seluruh peserta berantusias mengikuti dan memahami materi dengan baik. Dengan ini, diharapkan peserta dapat menyerap seluruh materi pelatihan dan penyuluhan serta menjadi lebih kreatif dalam menggunakan percepatan teknologi.



**Gambar 1.**Sesi penyerahan piagam kepada pemateri I



**Gambar 2.**Dokumentasi pemateri II dengan panitia

## **KESIMPULAN**

Sosialisasi Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM diikuti oleh para pelaku UMKM masyarakat Desa Katerungan dengan baik dan antusias. Hal ini nanti diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara online pada platform digital agar barang yang dihasilkan dapat dikenal secara luas dan menjangkau pasar yang lebih lebar. Percepatan teknologi, dapat berperan baik dalam kehidupan masyarakat sekitar jika digunakan dengan baik pula. Melalui merebaknya minat belanja online pada aplikasi Shopee dapat menguntungkan pelaku UMKM dalam usaha memasarkan produknya, disamping itu dengan adanya aplikasi editing Canva juga berpengaruh besar dalam memberikan visualisasi produk yang menarik sebelum diunggah pada platform jual beli online.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh KKN-T Kelompok 16 mengucapkan terimakasih banyak kepada Feri Tirtoni, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Juga terimakasih banyak kepada Farah Isnani Ambarwati selaku pemateri yang telah memberikan sosialisasi mengenai digital marketing. Dan tak lupa kepada seluruh peserta UMKM yang memberikan kesempatan untuk mensosialisasikan materi mengenai Digital Marketing.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v1i1.256>
- Abdurrahman, Ginanjar, Hardian Oktavianto, Ega Yusni Habibie, and Anggar Wahyu Hadiyatullah. "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage* 1, no. 2 (2020): 88-92.

Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 77-88).

Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset penjualan bagi klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 117-120.

Firman Mansir, H. P. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkeru*, 1(1), 39-50.

Hidayat, E. (2016). Kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. CNN Indonesia. Edisi, 21.

Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>

Wardhana, Aditya. "Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia." Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV. Vol. 4. 2015.

Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021, November). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 294-300).

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.

Rifai, Z., & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604-609.

Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.

Supriyanto, A. (2022). Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Uliq Food di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 3(1), 38-46.

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), 36-50.

Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839