

Peningkatan Literasi Digital UMKM melalui Pelatihan Pemasaran Digital dan E-Commerce di Kota Cirebon

Ade Rizki Rinaldi^{1*}, Agus Bahtiar², Aziz Chairul Imam³, Bima Anurgraha Djajnegara⁴

^{1,3,4}Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

²Program Studi Sistem Informasi, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}aderizkirinaldi.ikmi@gmail.com, ²agusbahtiar.ikmi@gmail.com,

³azizchairulimam.ikmi@gmail.com, ⁴bimaanugrahadjajanegeara.ikmi@gmail.com

(* : coressponding author)

Abstrak— Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan pemasaran online dan e-commerce. Program ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan pengelolaan bisnis secara online. Permasalahan yang dihadapi mitra UMKM antara lain keterbatasan dalam penggunaan media sosial, belum optimal dalam mengelola marketplace, serta kurangnya strategi branding untuk memperluas jangkauan pasar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program ini memberikan solusi berupa pelatihan literasi digital yang meliputi strategi pemasaran online, optimisasi media sosial, pengelolaan akun marketplace, dan manajemen transaksi berbasis digital. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi dan modul pelatihan, pelaksanaan workshop, pendampingan intensif, serta evaluasi perkembangan mitra. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pemasaran online. Sebagian besar peserta telah mampu membuat dan mengelola akun media sosial dan marketplace untuk bisnis mereka, serta menerapkan strategi digital marketing dalam mempromosikan produk. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa modul pelatihan, template panduan digital, dokumentasi kegiatan, serta terbentuknya komunitas UMKM berbasis digital. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM dapat lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet, serta memperkuat daya saing di era digital yang terus berkembang. Program ini juga merekomendasikan adanya pendampingan lanjutan agar UMKM dapat terus mengembangkan keterampilan digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi Digital, UMKM, Pemasaran Online, E-Commerce, Pelatihan dan Pendampingan

Abstract—This community service program aims to improve digital literacy among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through training in online marketing and e-commerce. The background of this program stems from the low level of understanding and skills among MSME actors in utilizing digital technology to support business marketing and management online. The problems faced by MSME partners include limited use of social media, suboptimal management of online marketplaces, and a lack of digital branding strategies to expand market reach. To address these issues, the program offers a solution in the form of digital literacy training, which includes online marketing strategies, social media optimization, marketplace account management, and digital-based transaction management. The implementation method of this program involves several stages: identifying partner needs, preparing training materials and modules, conducting workshops, providing intensive mentoring, and evaluating the development of the partners. The results of this program show that participants experienced a significant increase in their understanding and skills in online marketing. Most participants were able to create and manage social media and marketplace accounts for their businesses and apply digital marketing strategies to promote their products. In addition, this program produced several outputs, including training modules, digital guide templates, activity documentation, and the formation of a digital-based MSME community. With this program, it is expected that MSMEs can become more adaptive to technological developments, expand their market reach, increase their revenue, and strengthen their competitiveness in an ever-evolving digital era. The program also recommends ongoing mentoring so that MSMEs can continuously develop their digital skills in a sustainable manner.

Keywords: Digital Literacy, Msmes (Micro, Small, And Medium Enterprises), Online Marketing, E-Commerce, Training and Mentoring

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Di era digital, pemanfaatan teknologi dalam bisnis menjadi faktor krusial bagi keberlangsungan usaha, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun,

banyak pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital, yang menghambat mereka untuk memanfaatkan peluang pemasaran online dan e-commerce secara optimal. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, hanya sekitar 20% dari total UMKM di Indonesia yang telah terdigitalisasi, sementara sisanya masih bergantung pada metode pemasaran konvensional. Kurangnya keterampilan dalam pemasaran digital mengakibatkan UMKM sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Permasalahan ini semakin relevan dengan adanya perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke platform online dalam mencari produk dan jasa. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi digital bagi UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan mereka.

1.2 Permasalahan Mitra

Mitra dalam program ini adalah para pelaku UMKM yang mengalami berbagai tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, di antaranya:

1. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, optimasi marketplace, dan strategi branding online.
2. Kurangnya keterampilan dalam pengelolaan e-commerce, termasuk pembuatan katalog digital, pengelolaan transaksi online, dan layanan pelanggan berbasis digital.
3. Terbatasnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan digital, sehingga UMKM kesulitan mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkompetisi di dunia digital.

Ketidaksiapan digital ini berdampak pada rendahnya daya saing UMKM, keterbatasan akses pasar, dan sulitnya meningkatkan penjualan di era digital. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan pemasaran online dan e-commerce agar mereka dapat mengatasi tantangan tersebut.

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui pelatihan pemasaran online dan e-commerce. Adapun tujuan yang ingin dicapai meliputi:

1. Jangka pendek: Memberikan pemahaman dasar tentang pemasaran digital, media sosial, dan platform e-commerce kepada UMKM.
2. Jangka panjang: Meningkatkan daya saing UMKM melalui pemanfaatan strategi digital marketing dan pengelolaan e-commerce yang efektif, sehingga dapat meningkatkan omzet dan memperluas jangkauan pasar mereka.

1.4 Manfaat Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan ini, diharapkan mitra dan pihak terkait akan mendapatkan berbagai manfaat, antara lain:

1. Mitra UMKM mendapatkan peningkatan keterampilan digital, sehingga mampu mengelola bisnis secara lebih modern dan efisien.
2. Akses pasar yang lebih luas melalui platform online, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis mereka.
3. Peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital untuk pemasaran dan transaksi bisnis.
4. Dampak ekonomi yang lebih baik, dengan meningkatnya daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis berbasis digital.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, program ini menggunakan metode pelaksanaan yang sistematis, terdiri dari beberapa tahapan utama:

- a. Identifikasi Kebutuhan

1. Melakukan survei awal terhadap UMKM untuk memahami tingkat literasi digital mereka.
2. Mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi dalam pemasaran online dan e-commerce.
- b. Perancangan Program Pelatihan
 1. Menyusun kurikulum dan modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.
 2. Menyiapkan materi pelatihan berbasis praktik, termasuk studi kasus dan simulasi bisnis digital.
- c. Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop
 1. Mengadakan sesi pelatihan mengenai pemasaran digital, manajemen marketplace, dan strategi e-commerce.
 2. Memberikan bimbingan langsung dalam membuat akun bisnis di media sosial dan marketplace.
 3. Melatih peserta dalam pembuatan konten digital yang menarik dan optimalisasi pemasaran online.
- d. Pendampingan dan Evaluasi
 1. Memberikan pendampingan intensif kepada peserta dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh.
 2. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap perkembangan UMKM pasca-pelatihan.
 3. Memberikan umpan balik dan strategi tambahan yang dapat diterapkan oleh masing-masing UMKM.
- e. Penyusunan Laporan dan Publikasi Hasil
 1. Mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan, termasuk perubahan yang terjadi pada UMKM peserta.
 2. Membuat laporan akhir yang mencakup keberhasilan dan tantangan dalam pelaksanaan program.
 3. Menyusun rekomendasi untuk program serupa di masa depan guna meningkatkan efektivitas pelatihan.

Dengan metode ini, diharapkan program dapat berjalan secara sistematis dan memberikan hasil yang optimal bagi peningkatan literasi digital UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL

Hasil dari pelaksanaan program Peningkatan Literasi Digital Bagi UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Online dan E-Commerce:

1. Hasil Pelaksanaan Program

Hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan program ini mencakup:

- a. Peningkatan pemahaman peserta terhadap pemasaran digital dan strategi e-commerce.
- b. UMKM berhasil membuat dan mengoptimalkan akun media sosial serta marketplace untuk bisnis mereka.
- c. Dampak positif terhadap peningkatan penjualan, dengan beberapa UMKM melaporkan adanya peningkatan transaksi online setelah pelatihan.
- d. Terbentuknya komunitas UMKM digital, yang saling mendukung dalam mengembangkan bisnis berbasis digital

3.2 LUARAN

Luaran konkret yang dihasilkan dari kegiatan ini meliputi:

- a. Modul pelatihan digital marketing dan e-commerce yang dapat digunakan oleh UMKM secara berkelanjutan.

- b. Peningkatan keterampilan digital pada peserta, yang dibuktikan dengan keberhasilan mereka dalam mengelola bisnis online.
- c. Pembuatan dan optimalisasi akun bisnis di platform digital oleh peserta UMKM.
- d. Dokumentasi hasil pelatihan berupa laporan kegiatan dan testimoni peserta yang menunjukkan peningkatan pemahaman mereka.

Foto Kegiatan.



Gambar 1. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Program peningkatan literasi digital bagi UMKM melalui pelatihan pemasaran online dan e-commerce telah berhasil memberikan dampak positif bagi peserta. Pelatihan ini membantu meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM dalam mengelola bisnis secara lebih efektif di era digital. Berdasarkan hasil evaluasi, sebagian besar peserta mampu menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari, yang berdampak pada peningkatan jangkauan pasar dan potensi omzet mereka.

Selain itu, program ini juga menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM yang antusias untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, namun masih membutuhkan bimbingan dan pendampingan lebih lanjut agar dapat mengoptimalkan penggunaan media digital secara maksimal.

1. Rekomendasi

Hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan program ini mencakup:

Untuk meningkatkan efektivitas program serupa di masa depan, beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan adalah:

A. Pendampingan Berkelanjutan

- a. Mengadakan sesi mentoring atau konsultasi secara berkala agar peserta dapat mengatasi tantangan yang muncul setelah pelatihan.
- b. Membentuk komunitas atau forum diskusi sebagai wadah berbagi pengalaman dan solusi.

B. Pengembangan Materi yang Lebih Interaktif

- a. Menyediakan materi pelatihan dalam bentuk video tutorial, webinar, atau e-learning yang dapat diakses kapan saja.

- b. Menggunakan studi kasus UMKM yang relevan agar peserta lebih mudah memahami penerapan strategi pemasaran digital.

C. Kolaborasi dengan Platform Digital dan Pemerintah

- a. Menggandeng e-commerce dan media sosial untuk memberikan pelatihan lebih lanjut dan akses ke fitur premium bagi UMKM.

- b. Bekerja sama dengan pemerintah dalam program pemberdayaan UMKM agar mendapatkan dukungan dan pendanaan yang lebih luas.

D. Evaluasi Dampak Jangka Panjang

- a. Melakukan survei lanjutan untuk mengukur perkembangan peserta setelah program berakhir.

- b. Menggunakan data ini sebagai dasar untuk penyempurnaan program berikutnya.

Dengan rekomendasi ini, diharapkan program pelatihan literasi digital dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi UMKM dalam menghadapi tantangan di era digital.

REFERENCES

- Hairunnisa, A., & Suryani, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 22-30
- Hidayat, W., & Utami, R. (2021). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 87-96.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Nurjanah, I., & Yulianto, A. (2020). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 115-124. <https://doi.org/10.21009/JREB.013.2.05>
- Prasetyo, P. E., & Sutopo, W. (2018). Improving MSMEs Performance Through E-commerce Adoption: The Case of Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(3), 1-11.
- Raharjo, P., & Purwanegara, B. (2019). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing bagi UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 51-59.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 79(1), 1-17. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2017.tb00560.x>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, S. (2020). *Panduan Praktis Digital Marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Andi Publisher.