



---

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN  
BAGI UKM DI KOTA PADANG**

**Romi Susanto<sup>1\*</sup>, Jhon Fernos<sup>2</sup>, Yosep Eka Putra<sup>3</sup>, Habibatul Hidayati<sup>4</sup>, Teguh Hidayat<sup>5</sup>, Hane Johan<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Akademi Keuangan dan Perbankan Padang

<sup>4,5</sup>Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi “KBP” Padang

<sup>6</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi El Hakim

romisusanto@akbpstie.ac.id\*

---

**Article History:**

Received: 12-12-2023

Revised: 17-12-2023

Accepted: 18-12-2023

**Keywords:** Digital Marketing, Strategi Pemasaran, UKM

**Abstract:** Digital marketing adalah merupakan upaya aktivitas pemasaran melalui media digital atau online. Biasanya media yang banyak digunakan adalah melalui situs atau website, forum online, hingga yang paling populer adalah social media seperti *facebook*, *instagram*, *youtube* dan lain-lain. Pelatihan ini bertujuan dapat membawa perubahan sikap, perubahan Minat serta menumbuhkan motivasi para UKM di Kota Padang mengenai pemasaran digital (Digital Marketing). Metode yang dilakukan pada pelatihan sebagai berikut : pertama, metode ceramah. Metode ini lebih banyak digunakan untuk strategi menyampaikan materi sesuai dengan tujuan pelatihan yang dijelaskan secara terinci oleh Para narasumber. Kedua, diskusi serta berbagai pengalaman. Terakhir, memberikan praktik secara langsung pembuatan akun pada peserta pelatihan disertai dengan tutorial. Media digital yang digunakan yaitu akun bisnis yang terdapat di media sosial seperti GoogleBisnis. Hasil yang didapatkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut bahwa minimnya pengetahuan para peserta UKM tentang digital marketing serta kegiatan pemasaran yang dilakukan masih sangat tradisional. namun terdapat beberapa peserta yang sudah menggunakan sosial media untuk promosi produk UKM, tetapi tidak memisahkan akun bisnis dan akun pribadinya, dan beberapa peserta yang lainnya belum menggunakan sosial media sebagai media promosi sebab terbatasnya teknologi yang dimiliki.

---

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

---

**PENDAHULUAN**

Digital marketing adalah merupakan salah satu bentuk usaha yang digunakan untuk melakukan pemasaran dan mempromosikan sebuah *brand* atau produk melalui dunia digital atau internet. Dengan tujuannya bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. (Nur Sabila 2019)

Menurut (Ridwan, 2019). Salah satu platform media yang paling banyak digunakan dalam pemasaran digital adalah GoogleBisnis. Google Bisnis adalah aplikasi gratis yang Mudah di gunakan UKM menemukan bisnis di berbagai layanan Google seperti *Google search* dan *Maps*. Menurut (Afrilia1, 2018), Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat terutama perkembangan teknologi internet yang keberadaannya membawa dampak dan panorama dunia pemasaran. Banyaknya pelaku bisnis yang beralih strategi

melalui digital marketing karena dianggap lebih efektif dari pada sistem yang lain. Karena keunggulan digital marketing yang bisa memberikan kenyamanan, kemudahan, serbaguna, dan lebih cepat dibanding sistem yang lain. Hal ini sangat memudahkan konsumen dan menjadi media yang efektif bagi pemasar dalam menjangkau target pasar mereka. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning* elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran. (Fandy Tjiptono 2014)

Ada beberapa UKM yang terdapat di Kota Padang. Namun, upaya pemasaran yang dilakukannya masih minim serta masih secara tradisional. Maka untuk itu perlu diadakan pelatihan akan pentingnya penggunaan digital *marketing* agar dapat meningkatkan pemasaran produk, keuntungan dan memperluas cakupan tujuan bisnisnya serta mendukung akan aktivitas penjualan yang semakin baik kedepannya.

Metode tersebut secara tidak langsung membuka pola pikir peserta pelatihan bahwa teknologi dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Konsep pemasaran melalui media sosial umumnya dilakukan yaitu pembeli dapat melihat produk secara langsung dan telah memberikan alamat dan kontak di media sosial guna untuk melakukan pemesanan, sehingga dapat melakukan pembelian suatu barang tanpa harus membuang waktu dan tenaga. Dari deskripsi masalah tersebut, dapat kita simpulkan bahwa peran Digital *Marketing* sangat penting bagi UKM. Dengan mengadakan suatu program kegiatan Sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan Digital *Marketing* guna meningkatkan perekonomian di Kota Padang tersebut.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan sebagai berikut ini:

1. Observasi Metode ini dilakukan guna untuk mengidentifikasi permasalahan dalam Digital Marketing dan Perencanaan di sini pelaksanaan program secara konseptual, operasional dan *job description* dari Tim Pameri.
2. Desain Modul yang akan diberikan dalam pelatihan dibuat lebih menarik agar lebih mudah dipahami oleh Para pelaku UKM tersebut serta dapat menumbuhkan minat untuk membaca serta melihat.
3. Pemaparan materi diskusi serta simulasi tentang bimbingan Digital Marketing sebagai strategi dalam Pemasaran, dalam bentuk metode ceramah dan diskusi. Metode ceramah dan diskusi ini lebih banyak digunakan sesuai dengan tujuan pelatihan yang dijelaskan secara terinci oleh narasumber, sebab metode tersebut tidak membutuhkan banyak modal dan peralatan. Hanya mengutamakan Material dan *Skills* yang menyampaikan pesan tentang peran pentingnya digital *marketing* dalam pengembangan kegiatan UKM. Konferensi tersebut juga menampilkan beberapa contoh UKM yang telah berhasil dalam menggunakan serta memanfaatkan media digital sebagai kegiatan marketing. Oleh sebab itu, para peserta pelatihan diharapkan dapat menyadari pentingnya akan memanfaatkan digital *marketing* saat ini.
4. Memberikan Pelatihan tentang Digital *Marketing* sebagai strategi pemasaran sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Berikut ini beberapa alat serta bahan yang akan digunakan adalah:

1. Laptop dan layar proyektor digunakan untuk menampilkan beberapa materi pelatihan berupa ceramah dan tutorial langsung untuk pelaku UKM.
2. Gadget seperti *handphone* yang disertai dengan paket data atau internet. Hp akan digunakan untuk mengakses sosial media sosial yang akan digunakan dalam Pemasaran secara digital.

Langkah-Langkah Kegiatan dalam melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat antara lain sebagai berikut:

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan dua tahapan, dimana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan Tahap persiapan seperti tempat serta perlengkapan yang akan digunakan untuk Pengabdian Kepada masyarakat. Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat. Tahap ini melakukan kegiatan Pengabdian dengan Pemateri dan langsung diskusi dengan seluruh pihak yang terlibat serta pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kota Padang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bagi Ukm Di Kota Padang” dilaksanakan pada hari Jum’at, 17 November 2023 di Aula Kampus AKBPSTIE-KBP Padang dimana laporan hasil kegiatan pelaksanaannya sebagai berikut :

Persiapan pelatihan dan pembekalan dimulai dari tanggal 10 - 16 November 2023. Ada beberapa hal yang harus dipersiapkan berupa Pemateri yang akan menyampaikan materi dalam sesi ceramah, persiapan narasumber, materi yang di cetak untuk dibagikan kepada peserta pelatihan. menata tempat kegiatan, menyiapkan penyusunan daftar hadir peserta, perlengkapan, konsumsi, dan lain-lain. Selanjutnya Sesi pelatihan pertama pada pukul 09.00 tanggal 17 November 2023 berupa pemaparan materi tentang peran pentingnya digital *marketing* dalam pengembangan kegiatan UKM yang di sampaikan narasumber. Sesi pertama berlangsung selama 40 menit kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya-jawab, setelah itu dilanjutkan dengan pemateri lainnya dengan waktu dan kegiatan yang sama.

Terakhir kegiatan pelatihan ini diakhiri dengan sesi foto bersama serta ucapan terima kasih dari panitia pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat kepada peserta dengan harapan agar pelatihan yang diberikan bisa bermanfaat bagi kemajuan usaha UKM ke depannya di kota Padang tersebut.

Hasil yang diperoleh melalui kegiatan pengabdian masyarakat “Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bagi UKM Di Kota Padang” yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan memanfaatkan serta mengelola digital *marketing* sebagai alat promosi dan penjualan untuk produk. Pemasaran digital telah berkembang pesat sejak penggunaan internet menjadi populer. Tingkat penggunaan ini Dipicu oleh kehadiran *smartphone* yang sangat terjangkau harganya. Namun, penggunaan digital *marketing* ini belum terlalu meluas di kalangan pengusaha khususnya UKM di Kota Padang. Sebagian besar UKM di Kota Padang ini beranggapan bahwa digital *marketing* sebagai tempat terjadinya transaksi, yang sangat berbeda dengan kenyataannya tentang deskripsi digital *marketing* yang sebenarnya. Karena digital *marketing* berguna untuk pemanfaatan seluruh sumber daya internet sebagai wadah untuk memberikan informasi tentang produk-produk UKM. Sehingga bisa dipasarkan secara luas. Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut untuk memberikan solusi atas permasalahan yang telah dihadapi oleh pelaku UKM yaitu kurangnya pemahaman, kapasitas serta

pengetahuan tentang pentingnya digital *marketing* menjadi sarana untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran UKM dan dengan sendirinya biasa menjadi penghasilan yang lebih meningkat.

2. Memberikan praktik secara langsung dengan masyarakat pelaku UKM khususnya peserta pelatihan disertai dengan tutorial pembuatan akun media sosial. Sosial media yang digunakan salah satunya yaitu GoogleBusiness. Peserta pelatihan akan dibekali tutorial dan praktik membuat akun media digital dan mengoptimalkan media digital untuk sarana pemasaran guna menjangkau pemasaran agar target pasar lebih luas supaya dapat mendorong penjualan produk yang lebih banyak serta meningkatkan penghasilan.



**Gambar 1.** Photo Bersama Dosen Panitia Pelaksana PKM



**Gambar 2.** Penandatanganan Kerja Sama



**Gambar 3.** Sosialisasi Pelatihan Digital *Marketing*

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaku Usaha Kecil Menengah merupakan pilar terpenting dalam sektor ekonomi di Indonesia. karena berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Namun, di tengah zaman digitalisasi yang semakin canggih, masih banyak para UKM yang masih awam serta minimnya pengetahuan tentang memahami manfaat beserta peran besar dalam menggunakan teknologi, khususnya penggunaan media digital sebagai digital *marketing*. Untuk itu perlunya pelatihan digital *marketing*, agar mampu menumbuhkan Pengetahuan dan minat dalam memasarkan produknya secara luas. Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat tersebut dengan mengadakan pelatihan kepada peserta UKM di Kota Padang dan Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan juga dapat membawa dampak positif baik itu terhadap perubahan sikap, perubahan Minat serta menumbuhkan motivasi untuk melakukan pemasaran dalam bentuk digital *marketing* bagi pelaku Usaha Kecil Menengah di Kota Padang. Sehingga berpotensi memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas guna menghasilkan tingkat penjualan agar semakin meningkat dan mendapat penghasilan yang lebih besar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana berkat partisipasi, peran serta bantuan dari semua pihak. Terima kasih kami sampaikan kepada :

1. Ibu Dr. Afriyeni, SE. MM selaku Direktur Keuangan dan Perbankan Padang.
2. Bapak Muhammad Rivandi, SE, M. Sc selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.
3. Bapak/ Ibu narasumber dan Pemateri yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu sehingga kegiatan yang telah kami laksanakan dapat terlaksana dengan baik dan maksimal.
4. Para UKM yang bersedia menjadi mitra pengabdian, Serta seluruh pihak yang sudah membantu terlaksananya kegiatan ini, Semoga kegiatan tersebut dapat memberikan manfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Heidrick and Struggles. 2009. The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis
- [2] Ridwan, I. M. D. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. Pengabdian Kepada Masyarakat
- [3] Afrilia1, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. Jurkom, Riset Komunikasi, 1(1).
- [4] Chaffey, Dave dan PR Smith. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Digital Marketing, 5th Edition. Abingdon: Routledge.
- [5] Chaffey, D., & Smith, P. (2017). Digital Marketing Excellence. Dalam D. Chaffey, & P. Smith, Digital Marketing Excellence (hal. 82-133). New York: Routledge.
- [6] Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- [7] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.