
PKM PENYULUHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI OPTIMALSASI PENJUALAN UMKM DI DESA TAPIAN NAULI IV KEC.TAPIAN NAULI KABUPATEN TAPANULI TENGAH

Nova Zulfani Panggabean¹⁾, Mansur Tanjung²⁾, Azriadi Tanjung³⁾, Muhammad Iqbal Batubara⁴⁾, Jeniusman Ahmad Hutagalung⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al Washliyah Sibolga
novazulfani@gmail.com¹⁾, tanjungmansur@yahoo.co.id²⁾, Riady_basten@yahoo.co.id³⁾,
iqbalbatubara@gmail.com⁴⁾, Jeniusman.htg84@gmail.com⁵⁾

ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan pengabdian program kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah (1) pemahaman dalam manfaat digital marketing sebagai optimalisasi penjualan umkm. Metode pelaksanaan kegiatan penyuluhan digital marketing sebagai optimalisasi penjualan umkm di Desa Tapian Nauli IV Kecamatan Tapian Nauli Kabupaten Tapanuli Tengah meliputi 3 tahapan, yaitu : (1) Tahap Persiapan Penyuluhan, (2) Tahap Pelaksanaan Penyuluhan, (3) Tahap Evaluasi Akhir. Mitra pengabdian masyarakat PKM adalah Desa Tapian Nauli IV, Kecamatan Tapian Nauli, Kabupaten Tapanuli Tengah. Program ini dilaksanakan salah satu upaya untuk menambah wawasan masyarakat di Desa Tapian Nauli IV dalam menjangkau konsumen sebanyak banyaknya dengan cara yang efisien agar bisnisnya bias lebih maju dan berkembang.

Kata kunci : *Digital Marketing, Optimalisasi, dan UMKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi yang cukup besar dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia. Usaha Mikro, kecil dan menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki potensi tumbuh kembang yang besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hal ini ditunjukkan oleh keberadaan UMKM yang telah mencerminkan wujud nyata kehidupan social dan ekonomi bagian terbesar dari rakyat Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi memberi perubahan bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin beragam dan mudah informasi yang didapatkan mengakibatkan pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Teknologi Informasi saat ini tentu membutuhkan sebuah jaringan internet. Masyarakat saai ini sudah mulai banyak melakukan pekerjaan menggunakan internet, termasuk para pedagang dan pelaku UMKM. Perkembangan serta pertukaran perilaku tersebut merupakan tantangan sekaligus peluang bagi para penjual dalam memasarkan dan menjual produknya.

Saat ini berbisnis tidak lagi memerlukan modal yang besar , namun lebih ditekankan adanya kelihaihan dalam mengandalkan peluang, kecerdasan dalam mengelola dana yang ada , reatifitas dalam memanfaatkan tenaga yang ada, dan resources sumber daya yang ada. Jika dahulu UKM hanya dapat melakukan transaksi jual beli di dunia nyata, namun kini bias dilakukan di dunia maya,

* Corresponding author



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License.

bahkan dengan waktu hitungan detik. Ini adalah peluang yang besar bagi pelaku UMKM untuk mulai memiliki penghasilan dengan memanfaatkan internet (digital marketing). Hal ini dikenal dengan bisnis online yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Menjalankan bisnis online sama halnya seperti menjalankan bisnis biasa hanya media yang digunakannya berbeda.

Digital marketing merupakan hal yang dapat memudahkan konsumen sehingga tidak perlu langsung ke outlet untuk membeli makanan dan minuman UMKM, serta dapat memberi kenyamanan dan kemudahan konsumen, sehingga memberikan pengaruh yang baik bagi pemilik UMKM. Peralihan UMKM ke system digital ini bukan sekedar akan mengubah proses pemasaran dan memperluas jangkauan bisnis dengan bantuan teknologi. Lebih dari itu, proses ini juga dapat membantu pelaku usaha untuk menyederhanakan proses produksi hingga mengatur keuangan dengan lebih mudah, transparan, dan cepat. Dengan adanya program digitalisasi kepada pelaku UMKM dapat membuka saluran komunikasi yang lebih baik antara pelanggan dan UMKM. Umpan balik pelanggan dapat diakses dengan lebih mudah, membantu perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan mereka.

KAJIAN TEORITIS

Dengan adanya digital marketing menjadikan pelaku bisnis lebih efektif, efisien dan relevan dalam meraih keberhasilan bisnisnya. Dimana digital marketing juga merupakan salah satu pemanfaatan teknologi digital dalam upaya pemasaran dan pengembangan sebuah bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu para pelaku usaha dituntut untuk mengikuti teknologi dan mengambil seluruh peluang yang ada guna peningkatan dan penutupan target penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program PKM telah dilaksanakan oleh Tim pada hari Selasa, 27 Februari 2024 di Desa Tapian Nauli IV Kecamatan Tapian Nauli Kab. Tapanuli Tengah. Pada kegiatan tersebut terdapat 20 peserta yang hadir yang merupakan masyarakat Desa Tapian Nauli IV. Adapun susunan acara kegiatan dapat dilihat pada table berikut :

Susunan Acara PKM

WAKTU	ACARA	PENANGGUNG JAWAB
10.00-10.30	Persiapan	Mahasiswa STIE Al Washliyah 2024
10.30-10.45	Pembukaan acara	Pembawa Acara
10.45-11.00	Wawancara dan observasi	Mahasiswa KKN Kel. IX STIE Al Washliyah 2024

* Corresponding author



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License.

11.00-11.30	<ul style="list-style-type: none">• Materi Penyuluhan Digital Marketing sebagai optimalisasi penjualan UMKM di Desa Tapian Nauli IV.• Diskusi / tanya jawab	Nova Zulfani Panggabean,S.E.,M.M. (Pemateri)
11.00-11.15	Penutupan acara	Mahasiswa STIE Al Washliyah 2024

Peserta (masyarakat) antusias mengikuti kegiatan penyuluhan dari awal hingga akhir acara, khususnya pada saat diskusi dan tanya jawab. Diskusi berlangsung menarik karena banyak interaksi antara pemateri dengan peserta seputar pemahaman, permasalahan hingga tanya jawab guna pendalaman materi.

Hasil dan luaran pada Materi Penyuluhan Digital Marketing sebagai optimalisasi penjualan UMKM di Desa Tapian Nauli IV yang disampaikan oleh Nova Zulfani Panggabean,S.E.,M.M. dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada tahap awal dilakukan wawancara dan observasi kepada peserta mengenai pemahaman tentang Penyuluhan Digital Marketing sebagai optimalisasi penjualan UMKM di Desa Tapian Nauli IV. Hasilnya menunjukkan bahwa 70% peserta memahami tentang digital marketing.
2. Setelah materi disampaikan, peserta antusias menyampaikan berbagai pertanyaan. Mayoritas pertanyaan fokus pada penerapan digital marketing pada penjualan UMKM.
3. Pada wawancara dan observasi akhir, menunjukkan perubahan dan peningkatan yaitu :
 - ✓ 85% peserta mengetahui dan memahami apa itu digital marketing.
 - ✓ 90% peserta memahami strategi apa yang diambil dalam melakukan digital marketing untuk penjualan umkm



* Corresponding author



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.



KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan digital marketing dengan sasaran para pelaku UMKM di Desa Tapan Nauli IV Kecamatan Tapan Nauli berjalan sesuai rencana. Hal ini dapat dilihat bagaimana respon dan antusias dari para audiens. Partisipasi dari audiens cukup baik dilihat dari banyaknya audiens yang melakukan sesi tanya jawab secara antusias dalam mengajukan pertanyaan. Bahkan setelah kegiatan penyuluhan ditutup masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang menanyakan beberapa hal guna mendalami lebih jauh mengenai materi yang disampaikan oleh narasumber pada penyuluhan tersebut, hal tersebut menjadikan adanya kegiatan diskusi antara pelaku UMKM dengan narasumber.

Digital marketing merupakan salah satu upaya promosi yang dilakukan melalui media digital/internet. Ini merupakan langkah praktis pemanfaatan media digital saat ini, mencakup pemilihan media digital yang sesuai dengan usaha, mengelola komunikasi yang efektif. Pencapaian dari diadakannya kegiatan penyuluhan digital marketing yakni meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing dan bagaimana hal itu akan menguntungkan bisnis mereka dimasa depan. Hambatan dalam melaksanakan kegiatan ini yaitu beberapa pelaku usaha tidak tiba tepat waktu, telat karena berbagai kesibukan sehingga menyebabkan acara berjalan kurang kondisional serta terdapat beberapa UMKM yang berhalangan hadir.

DAFTAR PUSTAKA

Gideon S. Budiwitjaksono, dkk.(2022). *Pemberdayaan Masyarakat dalam mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya.*

Literasi : Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, Volume 2, Nomor 2, hal.615-624.

Aji Putra, C.,Dhea Restina, A., Dwi Evitasari, R.,Windi Prawita, D.,& Luhur Pambudi, P. (n.d), *Strategi Digital Marketing Untuk meningkatkan PemasaranUMKM di Desa Tapan Nauli IV.*

Rozinah, S., & Meiriki, D.A.(2020). *Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Tapan Nauli IV Kecamatan Tapan Nauli.*

* Corresponding author



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License.

Syari Harahap, H., Komala Dewi, N., Prawesti Ningrum, E., Ilmu Komunikasi, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *In Journal of Community Services i Humanities and Social Sciences (Vol.3, Issue 2)*.

* Corresponding author



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License.