

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL DI
KELURAHAN CEMPAKA PUTIH, JAKARTA PUSATCindy Fatikha Sari¹, Suwandi²

Universitas Pelita Bangsa

Email: cindyfatikha67@gmail.com, suwandi@pelitabangsa.ac.id**Abstrak**

UMKM merupakan salah satu penggerak ekonomi masyarakat, namun masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam memasarkan produk secara digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk pemasaran produk. Metode pelaksanaan berupa pelatihan, simulasi, dan pendampingan. Kegiatan dilakukan selama satu bulan dengan fokus pada penggunaan WhatsApp Business, Instagram, dan marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan media digital untuk promosi dan transaksi. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih mandiri dan mampu bersaing di pasar digital.

Kata Kunci: UMKM, pemasaran digital, pelatihan, media sosial.

Abstrak

UMKM are one of the driving forces of the community's economy, but many UMKM actors still experience difficulties in marketing products digitally. This community service activity aims to enhance the capabilities of UMKM actors in utilizing social media and digital platforms for product marketing. The implementation methods include training, simulations, and mentoring. The activities are carried out over a month with a focus on using WhatsApp Business, Instagram, and marketplaces such as Tokopedia and Shopee. The training results show an increase in participants' understanding and skills in using digital media for promotion and transactions. With this training, it is hoped that UMKM actors can become more independent and competitive in the digital market.

Keywords: *UMKM, digital marketing, training, social media.*

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 335

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/krepa.v1i2.365

Copyright : Krepa

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Di tengah perkembangan teknologi informasi, pelaku UMKM diharapkan mampu mengikuti perubahan dengan memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, banyak UMKM di Kelurahan Cempaka Putih belum mengoptimalkan media digital karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM DKI Jakarta (2023), hanya 38% pelaku UMKM di wilayah tersebut yang aktif menggunakan media sosial untuk berbisnis. Hal ini menunjukkan perlunya program pelatihan yang dapat membantu mereka mengembangkan usaha secara digital. Oleh karena itu, tim pengabdian dari Universitas Pelita Bangsa mengadakan pelatihan pemasaran digital sebagai bentuk kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahap utama:

1. Identifikasi Kebutuhan

- Survei awal terhadap 30 UMKM di Cempaka Putih.
- Wawancara terkait kendala pemasaran.

- Penentuan materi pelatihan berdasarkan kebutuhan.

2. Pelatihan dan Simulasi

Pelatihan dilakukan selama 4 kali pertemuan:

- Pertemuan 1: Pengenalan pemasaran digital
- Pertemuan 2: Praktik membuat akun WhatsApp Business dan Instagram Bisnis
- Pertemuan 3: Cara memanfaatkan marketplace
- Pertemuan 4: Strategi konten dan optimasi pencarian (SEO dasar)
- Setiap sesi disertai praktik langsung menggunakan perangkat peserta.

3. Pendampingan

- Monitoring melalui grup WhatsApp.
- Konsultasi mingguan secara daring.
- Evaluasi perkembangan melalui kuis dan penilaian tugas (upload konten produk, membuat katalog digital).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan diikuti oleh 28 peserta dari berbagai jenis usaha (kuliner, fashion, kerajinan tangan, dan jasa). Hasil evaluasi menunjukkan:

- 100% peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial.
- 85% peserta mulai aktif mengunggah konten produk minimal 3 kali seminggu.
- 70% peserta mulai menerima pesanan melalui media digital.
- Peningkatan pemahaman berdasarkan hasil pre-test (rata-rata 45) dan post-test (rata-rata 83).

Dari wawancara tindak lanjut, peserta merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk terus belajar. Tantangan utama adalah konsistensi dalam mengelola akun bisnis dan keterbatasan perangkat (beberapa peserta masih menggunakan HP jadul). Namun, secara umum kegiatan dinilai sangat bermanfaat.

KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital bagi UMKM di Kelurahan Cempaka Putih berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan yang terstruktur dan praktis mampu memberdayakan pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Diperlukan program lanjutan untuk pendalaman strategi branding dan manajemen penjualan online.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Statistik UMKM Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.
2. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
4. Arifin, Z. (2021). "Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM." Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1), 45-52.
5. Google for Small Business. (2023). Digital Tools for Business. Retrieved from: <https://smallbusiness.withgoogle.com>