



## STRATEGI DIGITAL MARKETING BERBASIS KOMUNITAS DI DESA PENANGGUNGAN TRAWAS MOJOKERTO

Alimatul Farida<sup>1\*</sup>, Muhammad Rizky Ramadhani<sup>2</sup>, Risma Nuril Lailia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan

\*Penulis Korespondensi : [farida@yudharta.ac.id](mailto:farida@yudharta.ac.id)

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Komunitas pelaku UMKM desa Penanggungan Trawas Mojokerto belum mampu menerapkan strategi pemasaran dengan tepat dan akurat melalui pemanfaatan peluang teknologi digital, sehingga produk UMKM tidak mampu bersaing di pasar dengan jangkauan yang luas, dan konsumen menjadi terbatas. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital atau digital marketing pada komunitas pelaku UMKM beserta pemerintah desa untuk memanfaatkan website desa dan instagram sebagai media pemasaran hasil produk unggulan desa Penanggungan Trawas Mojokerto. Kegiatan pengabdian terdiri dari observasi, Focus Group Discussion, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil kegiatan ini pertama, pemerintah desa menyediakan wadah bersama yang terintegrasi untuk digital marketing melalui website desa dan pembuatan instagram UMKM desa. Kedua, terjadi perubahan perilaku pada komunitas UMKM yaitu sudah mulai memasarkan produknya melalui website desa pada menu lapak desa dan Instagram UMKM desa. Digital marketing memberikan dampak pada perubahan perilaku komunitas UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk-produknya dengan jangkauan yang luas.</i></p>	<p>Diajukan : 09-8-2024          Diterima : 13-10-2024          Diterbitkan : 25-10-2024</p> <p><b>Kata kunci:</b>  <i>digital marketing, komunitas UMKM, penanggungan</i></p> <p><b>Keywords:</b>  <i>digital marketing, MSME community, penanggungan</i></p>
<p><b>Abstract</b></p> <p><i>The MSME community in Penanggungan Trawas Village, Mojokerto, has not been able to implement marketing strategies appropriately and accurately through the use of digital technology opportunities, so that MSME products are unable to compete in a market with a wide reach, and consumers are limited. Therefore, this service aims to provide knowledge about digital marketing strategies to the MSME community and the village government to utilize village websites and Instagram as marketing media for superior products from Penanggungan Trawas village, Mojokerto. Service activities consist of observation, Focus Group Discussion, implementation and evaluation. The first result of this activity is that the village government provides an integrated joint platform for digital marketing through the village website and the creation of an Instagram for village MSMEs. Second, there has been a change in behavior in the MSME community, namely that they have started marketing their products through the village website on the village stall menu and village MSME Instagram. Digital marketing has an impact on changing the behavior of the MSME community to utilize digital technology to market their products with a wide reach.</i></p>	
<p><b>Cara mensitasi artikel:</b>          Farida, A., Ramadhani, M.R., &amp; Lailia, R.N. (2024). Strategi Digital Marketing Berbasis Komunitas di Desa Penanggungan Trawas Mojokerto. <i>IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication</i>, 2(3), 410-416. <a href="https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD">https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD</a></p>	

## PENDAHULUAN

Desa Penanggungan merupakan desa wilayah daerah pegunungan yang berada di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Desa Penanggungan mempunyai potensi keindahan alam pegunungan yang dapat dimanfaatkan sebagai wisata alam dan lahan pertanian yang berkualitas. Dari potensi ini masyarakat desa Penanggungan mayoritas mata pencahariannya petani, dan pedagang (Tarji 2021). Dari rincian mata pencaharian terdapat berbagai jenis usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada masyarakat desa Penanggungan Trawas Mojokerto.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan yang meningkatkan pertumbuhan, pergerakan, dan pembangunan ekonomi masyarakat kelompok-kelompok usaha kecil hingga menengah (Fadhilah and Pratiwi 2021). Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) mencapai sekitar 66 juta (Kadin 2024).

Meningkatnya pertumbuhan dan jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang sangat besar tidak lepas dari tantangan perkembangan teknologi yang perlu diatasi bersama oleh pelaku-pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Tantangan tersebut diantaranya inovasi dan teknologi, Sumber Daya Manusia, produktivitas (Kadin 2024) maupun digital marketing (Siregar et al. 2023).

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penjualan dalam mencapai tujuan usaha. Pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang mampu menerapkan strategi pemasaran dengan tepat dan akurat melalui pemanfaatan peluang teknologi dalam meningkatkan penjualan produknya, maka produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) tersebut dapat meningkat, bertahan dan mampu bersaing di pasar (Kurniawan et al. 2022).

Dari beberapa tantangan yang di hadapi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM), strategi pemasaran merupakan kendala utama yang dihadapi oleh masyarakat desa Penanggungan Trawas Mojokerto. Permasalahan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam strategi pemasaran masyarakat desa Penanggungan Trawas Mojokerto diantaranya adalah 1) rendahnya kualitas sumber daya manusia, kualifikasi pendidikan keahlian maupun profesionalitas yang seadanya oleh masyarakat desa. Oleh karena itu perlu diadakan pelatihan dan pendampingan dalam mengelola dan meningkatkan strategi penjualan di pasar, 2) Masyarakat desa sebagian besar menggunakan metode pemasaran tradisional terbatas dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran modern dan teknologi digital marketing membuat produk-produk unggulan desa sulit bersaing di pasar yang lebih kompetitif. Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sangat penting dalam memasarkan produk. Media sosial dan platform e-commerce menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Setiadi and Asri 2023). Namun, sebagian besar masyarakat desa Penanggungan Trawas Mojokerto belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan teknologi ini secara efektif.

Dari penjelasan yang telah disebutkan, menunjukkan bahwa kondisi tersebut berdampak pada rendahnya produktivitas dan daya saing produk UMKM di pasar. Secara realita pelaku UMKM terbatas dalam melakukan pemasaran produknya, hanya memasarkan produknya secara lokal dengan jumlah konsumen yang terbatas. Pelaku

UMKM tidak mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan digital marketing.

Untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM yang dikelola komunitas UMKM masyarakat Desa Penanggung Trawas Mojokerto dapat dilakukan melalui kegiatan workshop dan pendampingan pembuatan website pemasaran komunitas pelaku UMKM melalui website yang dikelola desa. Kegiatan ini penting dilakukan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang pemasaran, sehingga mampu mengoptimalkan potensi desa dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Dengan strategi pemasaran yang tepat, produk-produk unggulan desa Penanggung akan lebih dikenal dan diminati oleh konsumen, baik di dalam maupun di luar daerah.

## METODE

Dalam pengabdian masyarakat ini bertempat di desa Penanggung Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 7 minggu yaitu pada 1 Juli – 20 Agustus 2024. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian dapat dilihat pada gambar 1. Berikut ini;

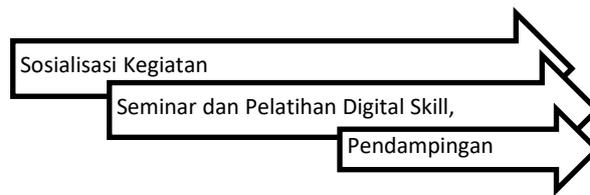


Gambar 1. Tahapan Metode Pelaksanaan Pengabdian

**Observasi**, merupakan tahapan awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Tujuan dilaksanakan kegiatan observasi yaitu untuk mengamati dan memahami perilaku subjek dan memperoleh pemahaman yang jelas mengenai perkembangan kondisi yang sedang berjalan serta seluruh latar belakang permasalahannya (Abdussamad 2021). Subjek dalam observasi pengabdian ini yaitu aparature desa dan masyarakat desa Penanggung Trawas Mojokerto. Tim pelaksana secara langsung melaksanakan kegiatan observasi ke lokasi desa Penanggung Mojokerto terkait komunitas UMKM dalam pengembangan pemasarannya yang sudah dilaksanakan.

**FGD (Focus Group Discussion)**, tahapan berikutnya yang dilakukan untuk pengumpulan data yaitu melakukan FGD (Focus Group Discussion). Tujuan utama dari FGD atau diskusi kelompok adalah untuk memperoleh interaksi data yang dihasilkan dari suatu diskusi kelompok untuk memfokuskan atau memberikan penekanan persamaan dan perbedaan pengalaman serta informasi terkait perspektif data yang dihasilkan dalam kelompok tersebut (Afiyanti 2008). FGD atau diskusi kelompok dilaksanakan tim pelaksana bersama kepala desa, pemerintah desa, komunitas pelaku UMKM dan perwakilan masyarakat.

**Pelaksanaan**, dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan beberapa tahapan diantaranya Sosialisasi Kegiatan, Seminar dan Pelatihan Digital Skill, Pendampingan Pengelolaan dan Penggunaan Website. Tahapan proses pelaksanaan dapat dilihat pada gambar 2. Berikut ini:



Gambar 2. Tahapan Proses Pelaksanaan

**Evaluasi dan Sustainability**, pada tahapan ini tim pelaksana melakukan evaluasi dari hasil seminar dan pendampingan yang telah dilaksanakan sehingga terdapat adanya perubahan atau menunjukkan kinerja peningkatan. Kemudian memastikan adanya tingkat keberlanjutan program untuk kesejahteraan masyarakat baik masa kini maupun masa yang akan datang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Penanggungan adalah salah satu dari 13 desa yang ada di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto, yang mempunyai empat dusun yaitu Sendang, Kemendung, Ngembes dan Penanggungan. Merupakan desa yang bernuansa pegunungan dengan luas desa sekitar 474 Ha. Kondisi geografis pegunungan membuat tanah di desa Penanggungan cukup subur dan sangat mendukung untuk dijadikan lahan pertanian sayuran, buah-buahan, padi, jagung, ubi dan singkong. Oleh karena itu mayoritas penduduk desa Penanggungan berprofesi sebagai petani dan pedagang. Selain itu desa Penanggungan juga mempunyai potensi wisata alam dan UMKM.

Dari gambaran desa Penanggungan yang telah disebutkan, maka tahapan kegiatan pengabdian ini sebagai berikut;

### Tahap 1 - Observasi Fakta Lapangan

Tahapan awal kegiatan pengabdian ini yaitu melakukan survei ke lokasi desa Penanggungan Trawas Mojokerto menemui mitra atau masyarakat desa pelaku UMKM untuk melihat profil mitra atau masyarakat desa pelaku UMKM yang berhubungan dengan pemasaran yang sudah dilaksanakan.

Dari hasil interview secara langsung dengan pelaku UMKM menyatakan bahwa pelaku UMKM rata rata usia diatas 45 tahun dengan pendidikan rata-rata SD dan SMP. Para pelaku UMKM dalam melaksanakan pemasaran masih menggunakan penjualan secara langsung/direct selling, hanya 25% yang sudah mengenal media pemasaran melalui whatshaap, facebook dan instagram. Sedangkan media pemasaran melalui marketplace pelaku UMKM masih belum familiar. Selain itu pelaku UMKM tidak mau memberikan Brand pada produknya dengan alasan tidak diperbolehkan oleh pelanggan tetap yang sudah membeli produknya karena akan tertera alamat dan no HP yang mudah untuk dihubungi. Hal ini merupakan keterbatasan pelaku UMKM di desa Penanggungan Trawas Mojokerto.

### Tahap 2 - FGD (Focus Group Discussion)

Tahapan setelah observasi dan terkumpul beberapa informasi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Selanjutnya tim pelaksana melakukan diskusi bersama kepala desa beserta perangkat, komunitas pelaku UMKM, dan perwakilan tokoh masyarakat untuk menganalisa hasil dari data dan informasi yang sudah terkumpul dari masing-masing

pelaku UMKM. Dari hasil FGD (Focus Group Discussion) dapat diambil kesimpulan bahwa pertama, profesionalitas, skill dan pengetahuan tentang strategi pemasaran masih rendah. Kedua, website desa sudah ada akan tetapi pemanfaatannya tidak dapat maksimal untuk UMKM. Jadi perlu adanya workshop strategi pemasaran digital kreatif untuk menambah wawasan pengetahuan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM. Yang kedua perlu pendampingan pengembangan website dan media instagram desa supaya bisa dimanfaatkan sebagai sarana kemudahan dalam pemanfaatan teknologi informasi dan pelayanan serta pemasaran produk unggulan UMKM berbasis komunitas masyarakat desa Penanggung Trawas Mojokerto.

### Tahap 3 - Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan workshop dan pendampingan pengembangan website, ada tiga kegiatan yaitu sosialisasi, workshop dan pendampingan.

**Sosialisasi**, sosialisasi dilakukan dengan cara offline yaitu mendatangi setiap kegiatan yang dilakukan kelompok masyarakat desa Penanggung Trawas Mojokerto seperti kegiatan PKK, Kelompok Tani Wanita, tahlilan bapak-bapak, dan yasinan ibu-ibu. Sosialisasi dilaksanakan pada minggu ke dua selama satu minggu yaitu tanggal 7 - 13 juli 2024.

**Workshop**, pada minggu ketiga kegiatan berikutnya adalah kegiatan workshop pemasaran digital kreatif dengan narasumber bapak Sulhan, S.Sos., M.AB. Kegiatan ini dihadiri 25 peserta perwakilan pelaku UMKM dari 4 dusun di desa Penanggung Trawas Mojokerto. Selain perwakilan dari pelaku UMKM, kepala desa beserta perangkat juga turut berpartisipasi dalam mendukung kegiatan workshop tersebut. Hasil dari workshop ditanggapi oleh pemerintah desa Penanggung Trawas Mojokerto dengan memfasilitasi pelaku UMKM untuk membuat digital market secara komunitas/bersama. Program ini dirintis untuk mempromosikan produk-produk unggulan desa dalam satu wadah yang terintegrasi supaya mampu meningkatkan penjualan serta mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas. Mengingat potensi UMKM desa Penanggung Trawas Mojokerto cukup banyak.



Gambar 3. Kegiatan Workshop

**Pendampingan**, Pelaksanaan berikutnya adalah pendampingan terhadap penambahan menu pada website desa. Pendampingan dilaksanakan dengan aparat desa atau admin yang ditunjuk oleh desa sebagai operator website desa untuk mengelola dan mengoperasikan website desa. Untuk UMKM pada website desa pada menu lapak desa, menu lapak desa ini menyajikan tampilan seluruh profil UMKM mulai makanan ringan,

kuliner, jasa, perdagangan, dan agribisnis. Website lapak desa Penanggung Trawas Mojokerto dapat anda kunjungi pada laman berikut <https://www.penanggung-mjkab.desa.id/>.



Gambar 4. Website Lapak desa

Selain website desa media digital marketing berbasis komunitas disajikan juga pada instagram UMKM Penanggung. Alamat instagram UMKM desa penanggung Trawas Mojokerto dapat di lihat pada link berikut <https://instagram.com/umkmpenanggung>



Gambar 5. Instagram UMKM desa

Pada tahap pendampingan ini admin digital marketing desa diberikan pengarahan dan diajarkan cara menampilkan foto produk yang bagus, cara berjualan (menerima dan menjawab pesanan) di website lapak desa penanggung dan instragram. Pada tahapan ini diperlukan pembelajaran dan motivasi yang baik supaya mitra mampu memanfaatkan media digital untuk perkembangan bisnisnya dan mampu bersaing di pasaran yang lebih luas.

**Tahap 4 - Evaluasi dan Sustainability**

Pada tahap pengkajian dan keberlanjutan ini, pemerintah desa menilai kegiatan ini bermanfaat karena mampu mengoptimalkan kembali website desa yang sebelumnya kosong dan eror tidak dapat digunakan karena kemampuan digital pemerintah desa yang masih terbatas pada operasi dan pengelolaan website desa. Setelah diadakan workshop dan pendampingan, maka pemerintah desa Penanggung Trawas Mojokerto sudah dapat mengoperasikan dan memfasilitasi komunitas pelaku UMKM dengan digital market untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan permasalahan yang diinformasikan pelaku UMKM desa Penanggungan Trawas Mojokerto terkait jangkauan pemasaran yang terbatas dan rendahnya SDM dalam skill dan pengetahuan tentang pemasaran. Maka tim pengabdian masyarakat memberikan solusi dengan melakukan kegiatan workshop pemasaran digital kreatif berbasis komunitas dan melakukan pendampingan tentang pemanfaatan website lapak desa serta pembuatan instagram UMKM desa Penanggungan. Saran terkait program lanjut yang bisa diberikan adalah tentang market place yang belum dikenal oleh masing-masing pelaku UMKM desa Penanggungan Trawas Mojokerto.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Pengabdian Masyarakat mengucapkan terimakasih atas kerjasamanya dan kesediaan tempat pada Kepala Desa, Aparatur Desa dan Masyarakat Desa Penanggungan Trawas Mojokerto yang sangat antusias dan semangat dalam pelaksanaan kegiatan Workshop Strategi Pemasaran Digital, pelatihan serta pendampingan pengembangan Website buka lapak untuk komunitas UMKM desa Penanggungan Trawas Mojokerto. Dan LPPM Universitas Yudharta Pasuruan atas kerjasamanya sebagai nara sumber workshop dan pendanaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan I. Makasar: CV. Syakir Media PRes.
- Afiyanti, Yati. 2008. "(Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 12: 58–62.
- Fadhilah, Dian Azmi, and Tami Pratiwi. 2021. "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha 'Kremes Ubi' Di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang)." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen XII* (1): 17–22.
- Kadin. 2024. "UMKM Indonesia." KADIN INDONESIA Indonesian Chamber of Commerce and Industry. 2024. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.
- Kurniawan, Agung Widhi, M. Ikhwan Maulana Haeruddin, Muhammad Ichwan Musa, and Khaidir Syahrul. 2022. "Peningkatan Daya Saing Umkm Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing." *Prosiding Seminar Nasional Hailpengabdian 2022*, 741–47. <http://eprints.unm.ac.id/28749/>.
- Setiadi, Egi, and Kholifatul Husna Asri. 2023. "The Role of Digital Marketing as an Online Marketing Strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) Based on Islamic Sharia in Teluk Pinang Village, Ciawi District." *Alif 2* (1): 7–14. <https://doi.org/10.37010/alif.v2i1.1235>.
- Siregar, Gustina, Mutia Arda, Wawan Septiawan Damanik, Syaiful Amri Saragih, Popy Popy, and Muhammad Zulham. 2023. "Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Kelompok Tani Keloria." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 29 (1): 60–63.
- Tarji. 2021. "Sejarah Desa Penanggungan Trawas Mojokerto." Website Resmi Desa Penanggungan Trawas Mojokerto. 2021. <https://www.penanggungan-mjkkab.desa.id/artikel/2014/5/1/profil-potensi-desa>.