



PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL BAGI PELAKU USAHA SKALA KECIL DI DESA MATTIRO ULENG KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN

Romansyah Sahabuddin¹, Ilma Wulansari Hasdiansa², Tenri Sayu P Dipoatmodjo³,
 Wiwin Riski Windarsari⁴, Achmad Ridha⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Makassar

Post-el: romansyah@unm.ac.id¹, ilma.wulansari@unm.ac.id², tenrisayu4g@gmail.com³,
wiwin.riski.windarsari@unm.ac.id⁴ achmad.ridha@unm.ac.id⁵

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi pelaku usaha skala kecil di Desa Mattiro Uleng, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Kurangnya pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk mengakibatkan keterbatasan jangkauan pasar dan menurunnya daya saing produk lokal. Program ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan media sosial dan marketplace sebagai alat promosi. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten promosi yang menarik, mengelola akun bisnis di media sosial, serta mendaftarkan produk di marketplace. Beberapa pelaku usaha melaporkan adanya peningkatan penjualan dan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, terbentuk komunitas UMKM digital di desa ini yang memungkinkan pelaku usaha untuk berbagi informasi dan saling mendukung dalam pemasaran digital. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku usaha, meskipun masih terdapat tantangan, seperti akses internet yang terbatas. Diharapkan, pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan dapat semakin meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil di desa ini dalam menghadapi pasar yang kompetitif.</i></p>	<p>Diajukan : 12-8-2024 Diterima : 8-10-2024 Diterbitkan : 25-10-2024</p> <p>Kata kunci: Pemasaran digital; UMKM; Media sosial, Marketplace; Desa Mattiro Uleng.</p> <p>Keywords: Digital marketing; UMKM; Social Media; Marketplace; Mattiro Uleng Village</p>
<p>Abstract</p> <p><i>This community service program aims to improve digital marketing skills for small-scale business actors in Mattiro Uleng Village, Pangkajene and Kepulauan Regency. The lack of utilization of digital media in product marketing results in limited market reach and decreased competitiveness of local products. This program is carried out through training and mentoring in using social media and marketplaces as promotional tools. The results show an increase in participants' abilities in creating attractive promotional content, managing business accounts on social media, and registering products in the marketplace. Several business actors reported increased sales and wider market reach. In addition, a digital MSME community was formed in this village that allows business actors to share information and support each other in digital marketing. This program has succeeded in increasing digital literacy among business actors, although there are still challenges, such as limited internet access. It is hoped that further training and ongoing mentoring can further increase the competitiveness of small business actors in this village in facing a competitive market.</i></p>	

Cara mensitasi artikel:

Sahabuddin, R., Hasdiansa, I.W., Dipoadmodjo, T.S.P., Windarsari, W.R., & Ridha, A. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Digital Bagi Pelaku Usaha Skala Kecil di Desa Mattiro Ulung Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 2(3), 491-495. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha kecil untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. Dalam konteks ini, pemasaran digital menjadi alat penting untuk mendukung pelaku usaha skala kecil, terutama yang berada di daerah terpencil seperti Desa Mattiro Ulung, agar dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa terbatas oleh geografis.

Namun, banyak pelaku usaha di Desa Mattiro Ulung yang belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan keterampilan tentang teknologi, serta keterbatasan akses terhadap informasi pemasaran digital. Penggunaan media sosial dan marketplace masih tergolong rendah dan belum menjadi alat utama dalam pemasaran mereka.

Dampak kurangnya pemanfaatan pemasaran digital ini terlihat dari rendahnya daya saing produk lokal dan terbatasnya pasar yang bisa dijangkau. Kebanyakan pelaku usaha kecil di desa ini hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar lokal, yang membatasi pertumbuhan usaha mereka.

Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pemasaran digital kepada pelaku usaha kecil di Desa Mattiro Ulung. Melalui pendekatan partisipatif, para pelaku usaha diajarkan bagaimana menggunakan media sosial dan marketplace sebagai platform promosi yang efektif.

Selain itu, program ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya kehadiran digital dalam era globalisasi saat ini. Dengan peningkatan literasi digital, diharapkan para pelaku usaha dapat mandiri dalam mengelola pemasaran dan promosi produk mereka sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Pemasaran digital memberikan beberapa keuntungan, seperti biaya yang lebih efisien, akses pasar yang lebih luas, dan kemampuan untuk menjangkau konsumen potensial kapan saja dan di mana saja. Dengan pelatihan ini, pelaku usaha kecil di Desa Mattiro Ulung diharapkan dapat memanfaatkan peluang digital untuk mengembangkan usaha mereka.

Program ini juga membuka peluang bagi terbentuknya komunitas digital di kalangan pelaku usaha kecil di desa tersebut. Komunitas ini dapat menjadi wadah untuk saling berbagi informasi dan pengalaman, serta mendorong kolaborasi dalam memasarkan produk secara digital.

METODE PELAKSANAAN

Program dilaksanakan melalui beberapa tahap, yaitu survei pendahuluan, pelatihan, serta pemantauan dan evaluasi. Survei bertujuan mengidentifikasi kebutuhan dan kemampuan pelaku usaha. Pelatihan fokus pada penggunaan media sosial dan marketplace untuk promosi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan program dan memberikan bimbingan lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengikuti pelatihan, pelaku usaha di Desa Mattiro Ulung menunjukkan peningkatan dalam keterampilan pemasaran digital mereka. Beberapa peserta mulai aktif menggunakan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk mempromosikan produk-produk mereka, yang sebagian besar berupa hasil olahan makanan laut dan kerajinan tangan khas desa.

Peningkatan keterampilan ini juga terlihat dari kemampuan peserta dalam membuat konten promosi yang menarik. Mereka dilatih untuk mengambil foto produk yang baik menggunakan ponsel pintar dan menulis deskripsi yang menarik. Dengan keterampilan ini, produk mereka menjadi lebih mudah dikenali dan menarik minat konsumen.

Selain itu, beberapa peserta berhasil membuat akun bisnis di marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Penggunaan marketplace ini membantu mereka menjangkau konsumen yang lebih luas dan mengurangi ketergantungan pada toko fisik. Dalam beberapa bulan, beberapa pelaku usaha melaporkan peningkatan penjualan melalui platform ini.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan pada pelaku usaha

Dampak program ini tidak hanya terlihat dari peningkatan penjualan, tetapi juga dari perubahan mindset pelaku usaha terhadap teknologi digital. Mereka kini melihat pemasaran digital sebagai kebutuhan dan peluang baru untuk mengembangkan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Program ini juga berhasil membentuk komunitas UMKM digital di Desa Mattiro Ulung. Komunitas ini menjadi tempat bagi para pelaku usaha untuk saling bertukar informasi, berbagi pengalaman, dan saling mendukung dalam menerapkan pemasaran digital. Hal ini memperkuat jaringan pelaku usaha di desa tersebut.

Sebagai hasil dari pembentukan komunitas ini, beberapa peserta mulai mengadakan kegiatan bersama untuk meningkatkan keterampilan mereka lebih lanjut, seperti membuat konten promosi bersama atau berkolaborasi dalam promosi produk antar anggota komunitas. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa peserta yang aktif menggunakan media sosial dan marketplace secara konsisten mengalami peningkatan pendapatan dan memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini menunjukkan bahwa program pengabdian ini berhasil dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam pemasaran digital.



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Tim Pengabdian

Pengembangan keterampilan pemasaran digital diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan pelaku usaha tetapi juga membuka peluang lapangan kerja baru. Pembentukan komunitas UMKM digital di Desa Mattiro Ulung menunjukkan adanya perubahan positif dalam cara pandang pelaku usaha terhadap pemasaran digital.

Kegiatan ini berhasil mengatasi keterbatasan pengetahuan pemasaran digital pada UMKM, namun terkendala oleh akses internet yang kurang stabil. Adanya pelatihan berbasis praktik memberikan pemahaman lebih dalam kepada peserta, meski keterbatasan waktu dan perbedaan tingkat pemahaman masih menjadi tantangan.

Pembahasan

Program pengabdian ini memberikan solusi nyata terhadap masalah rendahnya keterampilan pemasaran digital pada pelaku usaha kecil di Desa Mattiro Ulung. Pelatihan yang diberikan mampu menjawab kebutuhan para pelaku usaha yang sebelumnya belum memahami bagaimana memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk mereka.

Peningkatan keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik menjadi salah satu capaian penting dalam program ini. Pelaku usaha kini memiliki kemampuan untuk mempresentasikan produk mereka secara lebih profesional, yang sebelumnya sulit dilakukan tanpa pengetahuan pemasaran digital yang memadai.

Penerapan pemasaran digital juga membantu pelaku usaha mengatasi keterbatasan geografis. Dengan media sosial dan marketplace, mereka tidak lagi terbatas pada konsumen lokal, tetapi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas di luar wilayah desa. Hal ini menjadi peluang besar bagi perkembangan usaha mereka.

Pembentukan komunitas digital di desa ini menunjukkan adanya perubahan dalam pola pikir pelaku usaha. Mereka kini lebih terbuka untuk saling mendukung dan berkolaborasi, yang sebelumnya jarang terjadi karena persaingan antar pelaku usaha. Komunitas ini diharapkan terus berkembang menjadi wadah yang mendukung pemasaran digital secara berkelanjutan.

Namun, program ini juga menghadapi beberapa tantangan, seperti akses internet yang kurang stabil di beberapa lokasi di desa tersebut. Hal ini menjadi hambatan bagi pelaku usaha dalam menjalankan pemasaran digital secara konsisten, terutama bagi mereka yang berada di area dengan sinyal internet yang terbatas.

Waktu pelatihan yang terbatas juga menjadi kendala dalam mendalami strategi pemasaran digital yang lebih kompleks, seperti analisis data atau manajemen iklan

berbayar. Saran untuk pelatihan lanjutan dengan durasi yang lebih panjang perlu dipertimbangkan agar pelaku usaha dapat mempelajari aspek yang lebih mendalam.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan keterampilan pemasaran digital pelaku usaha kecil di Desa Mattiro Ulung. Diharapkan, pelaku usaha dapat mempertahankan dan mengembangkan kemampuan ini untuk keberlangsungan usaha mereka di era digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemasaran digital pelaku usaha kecil di Desa Mattiro Ulung. Diharapkan, pelaku usaha terus mengembangkan keterampilan mereka dan meningkatkan jangkauan pasar melalui pemasaran digital.

Saran

1. Perlu peningkatan kualitas akses internet di desa tersebut untuk mendukung pemasaran digital.
2. Pendampingan Berkelanjutan bagi Pelaku UMKM yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut untuk mempertahankan keberhasilan pemasaran digital.
3. Perlu ada pelatihan lebih mendalam untuk pengelolaan iklan berbayar dan analisis data pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyati, A., & Handoko. (1983). *Manajemen Produksi*. BPKC, UGM, Yogyakarta.
- Basu Swasta. (1991). *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty Yogyakarta.
- ES, Dedi Purwana, Rahmi, & Shandy Aditya. (2017). "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)" *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol. 1, No. 1.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace". *Penelitian Manajemen Terapan*, Vol. 6.