



## Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UKM Pada Masyarakat Kelurahan Salo

Andi Alfianto Anugrah Ilahi<sup>1\*</sup> Muhammad Rasyd Gery Runtu<sup>2</sup> M Iqbal A Sapada<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Corresponding Email: [alvian260@gmail.com](mailto:alvian260@gmail.com)

### ABSTRAK

Pelatihan Pemasaran Digital Masyarakat Desa Salo merupakan program pelatihan yang bertujuan untuk memperkuat keterampilan pemasaran digital di kalangan masyarakat setempat. Program ini dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan dan dukungan yang diperlukan bagi individu di Kecamatan Salo untuk mengembangkan usahanya sendiri. Dalam pelatihan ini, peserta akan mempelajari aspek-aspek penting dalam memasarkan produk melalui platform pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan strategi penjualan bisnis. Melalui pemasaran digital. Dengan pelatihan ini diharapkan masyarakat Desa Salo dapat meningkatkan potensi perekonomiannya, menciptakan lapangan kerja baru, dan berkontribusi positif terhadap pembangunan perekonomian setempat. Program ini merupakan langkah positif dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat dan menurunkan angka kemiskinan di Desa Salo.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Strategi Penjualan, Komunitas Desa Salo

Tanggal Terbit : 18 Januari 2024

### A. Pendahuluan,

Digital marketing adalah serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan secara online untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada audiens target melalui berbagai saluran digital. Tujuan dari digital marketing adalah untuk membangun kesadaran merek, menghasilkan prospek (lead), meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Arifuddin & Alimuddin, 2023)

Tujuan dari program digital marketing untuk meningkatkan penjualan UKM (Usaha Kecil Menengah) di Kelurahan Salo merupakan respons terhadap dinamika ekonomi yang semakin terkait dengan perkembangan teknologi digital. Kelurahan Salo, sebagai bagian dari masyarakat yang berkembang, memiliki potensi besar dalam hal usaha mikro, kecil, dan menengah. Meskipun memiliki produk atau layanan berkualitas, UKM di kelurahan ini mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan potensi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, program pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan kepada pelaku UKM agar mereka dapat efektif menggunakan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. (Ilahi & Asike, 2023)

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan tren konsumen yang semakin bergeser ke ranah digital menjadikan digital marketing sebagai alat yang sangat relevan dan efektif. Masyarakat Kelurahan Salo dapat memanfaatkan potensi ini untuk bersaing secara lebih efektif dalam pasar lokal dan mungkin bahkan ekspansi ke pasar yang lebih luas. Dengan adanya pelatihan digital marketing, diharapkan UKM di Kelurahan Salo dapat meningkatkan daya saing mereka, menciptakan peluang baru, dan berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Penting untuk memahami bahwa pelatihan ini tidak hanya tentang meningkatkan penjualan semata, tetapi juga merupakan upaya untuk memberdayakan pelaku UKM di

Kelurahan Salo. Dengan memberikan keterampilan dalam pemasaran digital, mereka dapat menjadi lebih mandiri dalam mempromosikan produk atau layanan mereka, membangun merek yang kuat, dan terlibat secara aktif dalam ekosistem ekonomi lokal. Program ini juga mencerminkan komitmen untuk mendukung pengembangan potensi lokal dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis kecil dan menengah dalam menghadapi tantangan era digital. (Fahdia et al., 2022)

Program digital marketing adalah serangkaian strategi, taktik, dan aktivitas yang dirancang untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek melalui media digital dan online. Tujuannya adalah untuk mencapai target audiens secara efektif dan mempengaruhi mereka untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mengisi formulir, berlangganan newsletter, atau melakukan interaksi lain yang diinginkan oleh pemasar (Arifuddin & Alimuddin, 2023)

Dalam pendahuluan ini, kami akan membahas latar belakang program, tujuan, dan relevansinya dalam memanfaatkan digital marketing. Selain itu, kami akan memberikan gambaran singkat tentang struktur dan isi program pelatihan yang kami tawarkan. Semua upaya ini merupakan bagian dari komitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kesempatan bagi individu-individu di Kelurahan Salo untuk mengambil peran aktif dalam mengubah masa depan mereka menjadi lebih cerah melalui pelatihan ini. (Putri et al., 2022)

## **B. Metode kegiatan**

Metode kegiatan dalam pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UKM di Kelurahan Salo dapat dirancang secara holistik untuk memastikan pemahaman mendalam dan implementasi praktis oleh para peserta. Berikut adalah beberapa metode kegiatan yang dapat diterapkan:

### 1. Pendahuluan dan Pemahaman Konsep Digital Marketing:

Kegiatan dimulai dengan sesi pendahuluan yang mencakup pemahaman konsep dasar digital marketing, tren industri, dan peran pentingnya dalam pengembangan bisnis. Peserta akan diberikan wawasan tentang bagaimana perilaku konsumen telah berubah dan bagaimana pemasaran digital dapat menjadi solusi untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan.

### 2. Sesi Teori dan Praktik:

Selanjutnya, metode kegiatan melibatkan sesi teori yang membahas aspek-aspek kunci digital marketing seperti SEO (Search Engine Optimization), media sosial, konten pemasaran, iklan online, dan analisis data. Sesi praktik akan memungkinkan peserta untuk menerapkan langsung pengetahuan yang diperoleh melalui studi kasus, simulasi, dan latihan praktis menggunakan platform digital yang umum digunakan.

### 3. Workshop Strategi Digital Marketing untuk UKM:

Peserta akan terlibat dalam workshop khusus yang mencakup penyusunan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik masing-masing UKM di Kelurahan Salo. Ini dapat mencakup identifikasi target audiens, penggunaan media sosial yang efektif, penulisan konten yang menarik, dan implementasi kampanye iklan online.

### 4. Pelatihan Alat dan Platform Digital:

Fokus pada pelatihan praktis akan diberikan kepada peserta untuk menggunakan alat dan platform digital yang umum digunakan, seperti Google Analytics, Facebook Ads, Instagram Business, dan lainnya. Ini akan memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga dapat menerapkannya secara langsung dalam aktivitas pemasaran mereka.

### 5. Mentoring dan Konsultasi Individu:

Setelah pelatihan, metode kegiatan dapat mencakup sesi mentoring dan

konsultasi individu dengan peserta. Hal ini bertujuan untuk membantu peserta mengatasi tantangan spesifik yang mereka hadapi dalam menerapkan strategi pemasaran digital untuk bisnis mereka sendiri.

6. Evaluasi dan Tindak Lanjut:

Kegiatan pelatihan akan ditutup dengan sesi evaluasi untuk mengukur pemahaman dan kemampuan peserta. Selain itu, akan ada rencana tindak lanjut untuk memantau perkembangan implementasi strategi digital marketing yang telah dipelajari dan memberikan dukungan lanjutan jika diperlukan.

Metode kegiatan yang mencakup kombinasi teori, praktik, dan pendampingan individu akan memberikan pendekatan yang holistik dan terintegrasi untuk memastikan keberhasilan implementasi strategi pemasaran digital oleh para pelaku UKM di Kelurahan Salo.

### **C. Hasil**

Sebagaimana dijelaskan diatas dimana pelaksanaan kegiatan Pengabdian (PKM)

1. Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan:

Pada tahap ini Survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat pemahaman pelaku UKM di Kelurahan Salo terkait digital marketing. Menetapkan tujuan program, termasuk peningkatan pemahaman digital marketing, implementasi strategi pemasaran, dan pertumbuhan penjualan.

2. Perencanaan dan Desain Program:

Tim pengabdian masyarakat merancang kurikulum pelatihan yang mencakup konsep-konsep digital marketing, strategi pemasaran online, dan penggunaan alat-alat digital. Menentukan metode pengajaran yang interaktif, termasuk presentasi, workshop, dan sesi praktik langsung.

3. Pengadaan Sumber Daya:

Mendapatkan dukungan dari pihak terkait, termasuk kelurahan, pemerintah setempat, dan pihak sponsor jika ada. Mengumpulkan materi pembelajaran, alat presentasi, dan sarana pendukung lainnya.

4. Sosialisasi dan Pendaftaran Peserta:

Melakukan kampanye sosialisasi tentang program pelatihan di Kelurahan Salo menggunakan media cetak dan online. Membuka pendaftaran peserta dan melakukan seleksi jika jumlah pendaftar melebihi kapasitas.

5. Pelaksanaan Pelatihan:

Menyelenggarakan sesi pelatihan dengan modul yang mencakup konsep-konsep dasar digital marketing, SEO, media sosial, dan analisis data. Mengadakan workshop praktik untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan langsung materi yang telah dipelajari.

6. Mentoring dan Pendampingan:

Menyediakan sesi mentoring dan pendampingan individu bagi peserta untuk membantu mereka dalam mengatasi hambatan dan menerapkan strategi pemasaran digital dalam bisnis mereka.

7. Evaluasi dan Umpan Balik:

Melakukan evaluasi formatif dan sumatif untuk mengukur pemahaman peserta dan efektivitas program secara keseluruhan. Mengumpulkan umpan balik dari peserta dan pemilik UKM untuk perbaikan dan pengembangan program di masa depan.

8. Penyebaran Hasil dan Penutupan Program:

Menyusun laporan hasil pelatihan dan rekomendasi untuk pihak berkepentingan. Mengadakan sesi penutupan program dengan pemberian sertifikat kepada peserta dan apresiasi kepada pihak yang terlibat.

9. Pemantauan Pasca-Pelatihan:

Melakukan pemantauan pasca-pelatihan untuk mengukur dampak jangka

panjang, termasuk pertumbuhan penjualan UKM dan perubahan dalam praktik pemasaran mereka.

10. Publikasi dan Diseminasi:

Mengkomunikasikan hasil program melalui berbagai saluran, termasuk media lokal, portal berita online, dan forum masyarakat. Mendorong peserta untuk berbagi pengalaman mereka dalam menerapkan strategi pemasaran digital melalui media sosial. Melalui serangkaian langkah ini, diharapkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) dalam bentuk pelatihan digital marketing dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan bagi pelaku UKM di Kelurahan Salo.

Gambar 1. Persiapan



Gambar 2. Peserta Pelatihan



#### D. Kesimpulan

Dalam rangka memahami kesimpulan dari materi Digital Marketing, perlu ditekankan beberapa poin penting: Digital Marketing: Landasan Bisnis Modern Digital marketing adalah serangkaian strategi pemasaran yang dilakukan secara online untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada audiens target melalui berbagai Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UKM di Kelurahan Salo telah memberikan hasil yang sangat positif dan bermanfaat. Peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman konsep digital marketing, mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital dengan sukses, dan mencapai peningkatan signifikan dalam jangkauan pasar serta pertumbuhan penjualan. Dengan adanya kolaborasi antar pelaku UKM dan peningkatan keterampilan digital, program ini bukan hanya memberikan manfaat ekonomi bagi peserta, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap ekosistem bisnis lokal dan masyarakat Kelurahan Salo secara keseluruhan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan digital marketing dapat menjadi kunci untuk memberdayakan UKM dan meningkatkan daya saing mereka dalam era digital.

#### Referensi

Buku:

Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., & Matondang, N. (2020). Digital Marketing.

Jurnal:

Arifuddin, A., & Alimuddin, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di PT Nusantara Sakti. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(2), 153–161.

Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39.

Ilahi, A. A. A., & Asike, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Mobil Rush Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Hadji Kalla Cabang Parepare. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 347–356.

Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, A., & Listiana, A. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828–839.