



---

## PENDAMPINGAN MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM WISATA DESA TIGARAS MELALUI DIGITAL MARKETING

Oleh

Dermawan Perangin-angin<sup>1</sup>, Yulita SN. Girsang<sup>2</sup>, Dasmaika Apriani Haloho<sup>3</sup>,  
Nursahrina Sinaga<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Simalungun

Email: <sup>1</sup>[darmawanperanginangin78@gmail.com](mailto:darmawanperanginangin78@gmail.com), <sup>2</sup>[Yulitagirsang30@gmail.com](mailto:Yulitagirsang30@gmail.com),

<sup>3</sup>[Dasmaikahaloho123@gmail.com](mailto:Dasmaikahaloho123@gmail.com), <sup>4</sup>[Nursarinahsinaga84@gmail.com](mailto:Nursarinahsinaga84@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 01-07-2024

Revised: 24-07-2024

Accepted: 02-08-2024

### Keywords:

UMKM Dan Digital  
Marketing

**Abstract:** Tujuan diselenggarakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini untuk Pendampingan Meningkatkan Penjualan UMKM Wisata Desa Tigaras Melalui Digital Marketing. Perubahan perilaku penjualan dari konvensional ke digital membuat pelaku UMKM menggunakan digital marketing. Media penjualan digital marketing diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. pemanfaatan digital marketing yang dilakukan untuk menyampaikan Informasi produk dan layanan yang transparan, kemudahan Update informasi produk. Pelaku UMKM yang sebelumnya belum begitu akrab dengan penjualan melalui digital marketing yang membuat produk yang menarik. Membuat video produk yang menarik, membuat kemasan yang sebenarnya agar konsumen tidak kecewa, mencantumkan testimoni dan menerapkan sistim COD dan membangun komunikasi yang ramah dengan konsumen. Penjualan Digital Marketing dapat meningkatkan penjualan UMKM Wisata Desa Tigaras yang akan meningkatkan perekonomian UMKM Desa Tigaras serta pendapatan masyarakat Desa Tigaras

---

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian Nasional dalam masa krisis ekonomi serta menjadi desiminotor pertumbuhan ekonomi pasca Covid-19 Medriyansah (2017).

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil produksi. Keberadaan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor



formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktifitas ekonomi Lincoln (2015).

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Posisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan Sudati Nur Sarfiah (2019).

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat cepat, juga berpengaruh bagi pelaku bisnis dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Era yang berkembang mendukung para pelaku bisnis untuk selalu mengikuti tren digital dalam memasarkan produknya. Adapun strategi pemasaran dalam bentuk digital atau sering disebut Digital Marketing mulai banyak digunakan oleh pelaku bisnis, karena selain meningkatkan nilai penjualan, digital marketing dapat membuat sebuah brand lebih efektif dan tepat sasaran. Menurut Adithia & Jaya (2021) Saat ini, digital marketing menjadi pilihan utama bagi pemasar karena memiliki keunggulan, memiliki jangkauan yang luas, penyebaran informasi yang up-to-date, dan proses pembelian mudah dan bermanfaat. Digital marketing pada dasarnya adalah sebuah strategi pemasaran yang dilakukan melalui internet.

Digital Marketing dapat dikatakan sebagai sebuah platform yang digunakan oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produk yang ditawarkan melalui internet. Dengan adanya Digital Marketing, cukup untuk meningkatkan jumlah pembeli. Menurut Mileva dan DH (2018), Digital marketing di satu sisi memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM untuk memonitor dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan pembeli adanya digital marketing memberi kemudahan dalam mencari dan mendapatkan informasi dari suatu produk yang diinginkan tanpa perlu untuk mengunjungi toko secara langsung.

UMKM wisata dapat menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih pembeli. Kurang pengetahuan para UMKM mengenai digital marketing tim Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan sosialisasi meningkatkan UMKM wisata dengan menggunakan teknologi informasi ini. Jika pelaku UMKM wisata paham akan pentingnya digital marketing bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan promosinya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan menggunakan media sosial. pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce perlu dilakukan agar membantu meningkatkan daya saing UMKM dipasar ecommerce Dermawan Perangin-angin dkk.(2023)

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan pembelajaran dan pelatihan yang berjudul "Pendampingan Meningkatkan UMKM Wisata Desa Tigaras Melalui Digital Marketing" akan dapat lebih meningkatkan Ekonomi masyarakat Desa Tigaras dalam memajukan Desa Wisata Tigaras

Rumusan masalah dalam pengabdian ini yaitu: Bagaimana meningkatkan UMKM Wisata Desa Tigaras Melalui Digital Marketing? Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian untuk memanfaatkan media social dalam meningkatkan penjualan produk



UMKM Desa wisata Tigaras

## LANDSAN TEORI

### Digital Marketing

Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang ada di internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen, selain itu digital marketing bisa juga disebut sebagai pemasaran- *i*, *web marketing*, *online marketing*, *e-marketing*, *atau ecommerce*. Digital marketing merupakan sebuah media yang digunakan sebagai platform pembangun brand image suatu perusahaan atau produk dan juga mendukung fungsi penjualan terhadap target konsumen. Abdul Khalil (2012)

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merk) yang menggunakan media berbasis blog, website, email, adwords, ataupun jejaring sosial. Digital marketing tidak hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu. Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform digital yang berada di internet yang mana menggunakan alat seperti web, social media, email, database, wireless dan digital tv dalam meningkatkan target konsumen dan serta mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen Syifa Maulana Muhaimin (2022)

### Usaha Mikro Kecil Menengah

Anggraeni et.al (2017) UMKM merupakan aktifitas ekonomi rakyat yang beskala kecil tetapi telah memenuhi kriteria kekayaan bersih berdasarkan hasil penjualan pertahun serta kepemilikannya sebagaimana yang telah ditetapkan dalam undang-undang. Kurniawati et.al (2019) UMKM adalah manifestasi dari penerapan dunia usaha dimana kegiatan UMKM memiliki peran besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional karena UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan memberikan kemaslahatan bagi banyak orang, selain itu juga UMKM merupakan alat transportasi sebagai penggerak kegiatan ekonomi di Indonesia.

kesimpulan bahwa UMKM merupakan sebuah kegiatan usaha yang memiliki tinggi peminat, dengan adanya dukungan pada sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang tidak terakomodasi di dunia kerja

## METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian meliputi Pemberian materi mengenai digital marketing kepada para UMKM Desa Tigaras. Menjelaskan internet sebagai media dalam berkomunikasi. Pelatihan bagi pelaku UMKM pembuatan akun- akun media sosial untuk media penjualan saat ini. Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas media digital dengan memberikan evaluasi dari kegiatan penjualan yang dilakukan pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan setelah adanya perijinan dan persiapan sudah selesai dilakukan. Persiapan yang dilakukan melibatkan para pelaku UMKM wisata desa Tigaras mulai dari perijinan, pembuatan modul, hingga menyiapkan segala sesuatunya dalam kegiatan pengabdian ini.

Teknik yang digunakan dalam pengabdian dengan menyampaikan materi sesuai dengan pendekatan *workshop* atau pelatihan dengan menggunakan alat bantu multimedia



berupa Handphond, laptop, LCD, alat peraga. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah ceramah, diskusi dan praktik.

Waktu	Acara	Penanggung jawab
09.00-10.00	Pembukaan	Dr. Dermawan Perangin-angin, SE., M.Si
10.00-11.00	Penyampaian materi Digital Marketing	Dr. Dermawan Perangin-angin, SE., M.Si
11.00-12.15	Cara membuat Akun	Nursahrina Sinaga, SE., MM
12.15-13.00	Cara mengupload Produk	Dasmaika Apriani Damanik, SE., MM
13.00-14.00	Ishoma	Semua panitia
14.00-16.00	Cara membuat Konten menarik	Yulita SN Girsang, SE., MM
16.00-17.00	Penutup	Dr. Dermawan Perangin-angin, SE., M.Si

## HASIL

Pengabdian ini membahas pendampingan penjualan produk UMKM Wisata Desa Tigaras melalui Digital Marketing. Penjualan merupakan faktor penting UMKM dalam menjual produknya kepada pembeli. Pelaku UMKM untuk mempertahankan dan menambah volume penjualan yang di dapatkan harus memperbaiki strategi pemasarannya. Penjualan dari Tradisional ke Konvesional harus direvolusi sesuai dengan perkembangan Jaman.. Digital Marketing merupakan Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan” memberikan jawaban dalam dunia pemasaran yang dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat dinamis, dimana media social digunakan oleh UMKM untuk memasarkan produknya. Pelatihan penggunaan Digital Marketing ini dapat dimanfaatkan pelaku UMKM Wisata Desa Tigaras agar Pelaku UMKM menjual produknya melalui Digital Marketing yang mudah di akses konsumen. Pelaku UMKM memberikan kesan baik dan terbuka dan membangun komunikasi kepada pelanggan. Pemberian diskon, undian dan membuat video lucu agar pelanggan senang. Mencantumkan testimoni penjualan sebelumnya dan menerapkan sistem Transfer dan COD. Pelaku UMKM menggambarkan produk yang sebenarnya dalam penjualann agar pelanggan agar tidak kecewa dan menamkan kejujuran para Pelaku UMKM Wisata Desa Tigaras. Adapun kelebihan Digital Marketing ini dapat menghemat biaya, jangkauan pasar yang lebih luas, pemasaran yang lebih interaktif dan keterlibatan yang besar.

Email merupakan kepanjangan dari Elektronik Mail atau dapat diartikan sebagai surat dalam bentuk elektronik. Dalam era digitalisasi saat ini email telah menjadi kebutuhan wajib bagi setiap pengguna teknologi. Hampir seluruh aktivitas sosial media membutuhkan email, baik untuk pendaftaran akun, login sosial media hingga pemberitahuan aktivitas di sosial media tersimpan dalam email. Email menjadi alat yang paling utama dalam membuat akun Instagram, akun Facebook, akun Tiktok, akun Youtube dan Marketplace.

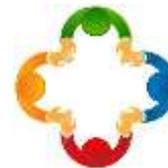
Agar dapat memproduksi konten yang lebih teratur. Ini membantu dalam memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu juga dapat memberikan kesan profesional dan terorganisir. membuat konten berkualitas dan menarik perhatian banyak pengunjung dengan membuat konten yang orisinal, judul yang menarik. Mudah dibaca, mudah dibagikan menawarkan sesuatu yang baru, perspektif baru, pengetahuan, sesuatu yang bermanfaat, menginspirasi, atau menghibur. Konten yang engaging memberi pembaca sesuatu yang belum pernah mereka lihat sebelumnya

**SIMPULAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan baik berkat kerjasama antar panitia serta dukungan pelaku UMKM Wisata Desa Tigaras. ada beberapa hal yang menjadi catatan setelah kegiatan, dimana para pelaku UMKM Wisata Desa Tigaras membutuhkan pendampingan secara berkelanjutan, sebab masih banyak pelaku UMKM Wisata Desa Tigaras kurang bisa dalam merancang konten yang lebih menarik serta memanfaatkan digital marketing.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] Anggraeni, P., Sunarti, S., & Mawardi, M. K. (2017). Analisis Swot Pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*
- [2] Abdul Khalil Et Al., 2012 Bamboo Fibre Reinforced Biocomposites: A Review,” *Materials & Design*
- [3] Dermawan Perangi-angin dkk (2023) Pendampingan Pemasaran UMKM Toko Arumi Shop Cabang Pematangsiantar Di Era 5.0 *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*
- [4] Kurniawati, T., Sa'ida, N., Wahono, W., & Hermoyo, P. (2019). Peningkatan Produktivitas Pengusaha Tempe. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 181187
- [5] Lincoln Arsyad, 2015. *Ekonomi Pembangunan Yogyakarta: UPP STIM YKPN*
- [6] Mileva, Lubiana, dan Achmad Fauzi DH. 2018. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*
- [7] Medriyansah, 2017. Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi, *jurnal ekonomi*
- [8] Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, Dian Marlina Verawati, 2019. *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*”, Universitas Tidar Magelang, *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, Vol. 4 No. 2 (2019).
- [9] Syifa Maulana Muhaimin, 2022. Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness@ Iflix. Id *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN