

# Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pelatihan Teknik Pemasaran Digital di Kabupaten Bandung

Irda Syahrani Tamsir<sup>1</sup>, Nadya Widdy Astuti<sup>1</sup>, Najla Mahfuzah Busran<sup>1</sup>, Satria Akbar Mugitama<sup>1</sup>, Febri Darwani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Teknologi Informasi Fakultas Informatika, Telkom University, Jl. Telekomunikasi, Terusan Buahbatu, Bandung, Indonesia e-mail: [irdasyahrani@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:irdasyahrani@student.telkomuniversity.ac.id), [ndyawidd@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:ndyawidd@student.telkomuniversity.ac.id), [mahfuzahnb@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:mahfuzahnb@student.telkomuniversity.ac.id), [satriamugitama@telkomuniversity.ac.id](mailto:satriamugitama@telkomuniversity.ac.id), [febridawani@telkomuniversity.ac.id](mailto:febridawani@telkomuniversity.ac.id)

## Abstrak/Abstract

*Pelatihan PLATINUM Kelas Teknik Pemasaran Digital (A) 2023 bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung dalam memanfaatkan pemasaran digital sebagai strategi bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Perkumpulan Pengusaha Karsa Mandiri (PPKM) dengan dukungan Universitas Telkom sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat. Materi yang diberikan mencakup berbagai aspek pemasaran digital, seperti penggunaan WhatsApp Business, Instagram Marketing, Facebook Marketing, Marketplace On-boarding, Google My Business, serta teknik copywriting dan desain iklan menggunakan Canva. Evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital, dengan sebagian besar peserta merasa puas terhadap materi dan metode yang digunakan. Program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membantu UMKM menghadapi tantangan era digital dan meningkatkan daya saing bisnis mereka di pasar daring.*  
*Kata kunci: UMKM, Pelatihan Digital, Pengabdian Masyarakat*

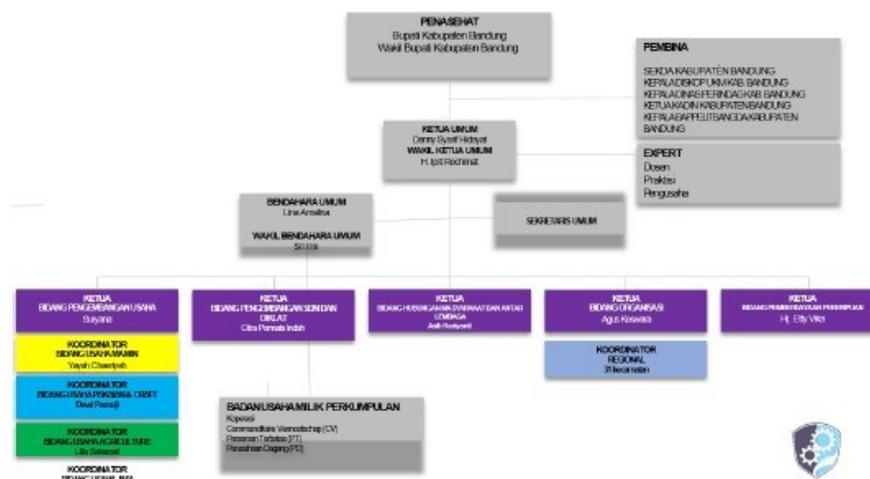
## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pendidikan. Salah satu tren yang semakin berkembang dalam era digital adalah pemasaran digital (*digital marketing*), yang memberikan kesempatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk memperluas pasar mereka melalui pemanfaatan teknologi informasi. Menurut laporan dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), sebanyak 86% dari 196,7 juta pengguna internet di Indonesia telah melakukan transaksi daring pada tahun 2021 (APJII, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen telah mengalami pergeseran signifikan menuju transaksi digital, yang menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran berbasis teknologi.

Namun, banyak UMKM yang masih mengalami kendala dalam mengadopsi teknologi digital. Faktor-faktor seperti minimnya pemahaman tentang pemasaran digital, keterbatasan keterampilan dalam mengelola platform e-commerce, serta kurangnya kesadaran tentang pentingnya membangun merek (*branding*) secara daring menjadi hambatan utama dalam menghadapi persaingan di era digital (Huda, 2020). Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan bagi pelaku usaha, khususnya melalui pelatihan pemasaran digital agar mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Sebagai langkah nyata dalam mendukung pemberdayaan UMKM, program *PLATINUM Kelas Teknik Pemasaran Digital (A) 2023* diselenggarakan sebagai bagian dari pengabdian masyarakat. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, serta teknik manajemen toko daring yang efektif. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM di Kabupaten Bandung dapat meningkatkan daya saing mereka dan mampu menghadapi tantangan dalam dunia bisnis digital.

Pelaksanaan program ini menargetkan pelaku UMKM yang tergabung dalam Perkumpulan Pengusaha Karsa Mandiri (PPKM) Kabupaten Bandung. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap anggota PPKM, mayoritas dari mereka telah memasarkan produknya secara digital, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam mengoptimalkan pemasaran daring mereka. Beberapa permasalahan utama yang ditemukan antara lain: kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital, minimnya kesadaran merek daring, keterbatasan keterampilan dalam mengelola toko daring, terbatasnya akses ke pelatihan dan edukasi digital, serta keterbatasan sumber daya dan anggaran (Sutanto, 2022). Melalui pelatihan pemasaran digital ini, UMKM diharapkan dapat mengatasi berbagai kendala tersebut dan mampu meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek mereka, serta mengoptimalkan penggunaan berbagai platform digital untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Struktur PPKM Kabupaten Bandung

Program *PLATINUM Kelas Teknik Pemasaran Digital (A) 2023* bertujuan untuk meningkatkan pemahaman UMKM tentang konsep dasar pemasaran digital dan manfaatnya bagi perkembangan bisnis mereka, memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran di berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online, membantu UMKM dalam membangun kesadaran merek mereka secara digital agar lebih dikenal oleh calon pelanggan, melatih peserta dalam mengoptimalkan teknik pemasaran berbasis media sosial dan e-commerce, serta mendorong penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dengan adanya program ini, diharapkan peserta dapat memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan strategi pemasaran

digital yang lebih efektif. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan omset bisnis mereka, tetapi juga memperkuat ekosistem UMKM yang lebih mandiri dan inovatif di Kabupaten Bandung.

## **2. METODE PENGABDIAN**

### **2.1 Solusi Pengabdian Masyarakat yang Ditawarkan**

Dalam upaya meningkatkan efektivitas pemasaran digital bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bandung, program pengabdian masyarakat ini menawarkan solusi berbasis teknologi informasi. Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dihadapi, solusi yang diberikan mencakup pelatihan teknik pemasaran digital yang berbasis pada kebutuhan pelaku usaha agar dapat bersaing di era digital. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah pemanfaatan media sosial dan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram Marketing, Facebook Marketing, Marketplace On-boarding, Google My Business, serta teknik desain iklan dan video promosi dengan menggunakan aplikasi seperti Canva dan perangkat smartphone. Pendekatan ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis UMKM (Huda & Rahayu, 2020). Selain itu, penggunaan teknologi pemasaran digital terbukti meningkatkan keterlibatan pelanggan serta memperluas jangkauan pasar UMKM (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia [APJII], 2021).

Selain memberikan pelatihan teknis, program ini juga menekankan pada pemahaman konsep branding dan strategi pemasaran digital yang efektif. Pelaku UMKM sering kali mengalami kendala dalam membangun identitas merek mereka di dunia digital. Oleh karena itu, pemahaman terhadap strategi copywriting, desain visual, serta manajemen media sosial menjadi aspek penting yang disertakan dalam pelatihan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa pengelolaan merek secara efektif di media sosial dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pelanggan (Suryani et al., 2022). Pelatihan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, dimulai dengan workshop dan pelatihan langsung yang mencakup pengenalan dasar pemasaran digital dan peranannya dalam bisnis, pelatihan penggunaan berbagai platform pemasaran digital, serta teknik pembuatan konten digital yang menarik dan efektif. Selanjutnya, peserta akan mendapatkan pendampingan teknis berupa praktik langsung dalam menggunakan platform digital, pendampingan dalam membuat dan mengelola akun bisnis digital, serta optimalisasi strategi pemasaran berdasarkan analisis pasar. Terakhir, dilakukan evaluasi dan monitoring keberlanjutan dengan mengukur efektivitas pelatihan melalui survei dan wawancara serta memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih spesifik berdasarkan kebutuhan bisnis peserta. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suryadi dan Wijaya (2021), pelatihan dan edukasi digital bagi UMKM berkontribusi pada peningkatan pendapatan usaha, serta memberikan manfaat ekonomi yang signifikan dalam jangka panjang.

### **2.2 Target Luaran**

Target utama dari program ini adalah meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran digital mereka secara efektif. Beberapa luaran yang diharapkan dari program pengabdian masyarakat ini meliputi publikasi ilmiah dan media massa,

video tutorial dan modul pelatihan, implementasi digital marketing oleh UMKM, serta evaluasi keberlanjutan. Publikasi ilmiah diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terkait dampak pelatihan digital marketing terhadap UMKM, sedangkan dokumentasi kegiatan yang dipublikasikan melalui media online dan cetak bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya digitalisasi UMKM. Pembuatan video tutorial dan modul pelatihan mencakup teori dan praktik digital marketing, yang dapat digunakan sebagai referensi bagi pelaku usaha lainnya. Implementasi digital marketing diharapkan dapat diterapkan oleh setidaknya 80% peserta pelatihan, dengan meningkatnya jumlah UMKM yang menggunakan media sosial dan platform digital sebagai sarana pemasaran utama. Evaluasi keberlanjutan dilakukan melalui survei dan wawancara dengan peserta untuk mengukur efektivitas pelatihan serta menyusun rekomendasi dan rencana keberlanjutan bagi UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Dengan implementasi program ini, diharapkan UMKM di Kabupaten Bandung dapat lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan meningkatkan daya saing mereka di pasar digital (Rahman et al., 2023).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Jadwal Pelaksanaan**

Pelatihan *PLATINUM Kelas Teknik Pemasaran Digital (A) 2023* dilaksanakan selama tiga hari, mulai dari Senin, 15 Mei 2023 hingga Rabu, 17 Mei 2023, bertempat di Gedung Panambulai, Universitas Telkom. Setiap sesi berlangsung dari pukul 08.00 hingga 16.00 WIB dengan dua materi utama per hari. Materi yang disampaikan mencakup berbagai aspek pemasaran digital, mulai dari penggunaan WhatsApp Business, Instagram Marketing, hingga desain iklan dengan Canva. Setiap sesi diisi dengan teori serta praktik langsung guna memastikan peserta memahami dan mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam bisnis mereka.

#### **3.2 Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Kegiatan ini menghasilkan beberapa luaran utama yang berkontribusi pada peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM. Luaran tersebut meliputi modul pelatihan yang berisi panduan pemasaran digital, dokumentasi video yang diunggah ke platform digital sebagai referensi, serta publikasi artikel di media massa untuk memperluas jangkauan dampak kegiatan. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa puas dengan pelatihan ini, dengan tingkat kepuasan mencapai 89,46%. Mereka menganggap bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka dalam memahami dan mempraktikkan strategi pemasaran digital.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

### 3.3 Olahan dan Hasil Analisis Survei

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan survei terhadap peserta. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 89,46% peserta memberikan tanggapan positif terhadap pelatihan ini, dengan rincian 32,24% menyatakan sangat setuju dan 57,22% menyatakan setuju terhadap materi yang disampaikan. Sebagian kecil peserta, sekitar 10,55%, memberikan tanggapan netral terhadap beberapa aspek pelatihan. Dari hasil survei ini, diketahui bahwa peserta merasa materi yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan mereka, waktu pelaksanaan cukup memadai, serta penyampaian materi dinilai jelas dan mudah dipahami. Namun, terdapat beberapa masukan yang menyarankan agar durasi pelatihan diperpanjang untuk memberikan kesempatan lebih dalam bagi peserta untuk memahami dan mempraktikkan pemasaran digital secara lebih mendalam.

### 3.4 Capaian Luaran

Berbagai luaran utama telah dicapai dalam kegiatan ini, mencakup pengembangan modul pelatihan, dokumentasi kegiatan dalam bentuk video dan foto, serta publikasi artikel di media massa. Modul pelatihan yang dihasilkan dapat digunakan oleh siswa dan guru sebagai panduan dalam memahami serta mengaplikasikan strategi pemasaran digital. Dokumentasi kegiatan juga telah diunggah ke berbagai platform digital guna meningkatkan penyebaran informasi dan memberikan akses lebih luas bagi pihak lain yang tertarik dalam pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM. Dengan publikasi di media massa, diharapkan kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peserta secara langsung, tetapi juga menjadi inspirasi bagi komunitas lain yang ingin mengadopsi pemasaran digital dalam bisnis mereka.

### **3.5 Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan**

Evaluasi kegiatan menunjukkan beberapa aspek yang dapat ditingkatkan untuk penyelenggaraan pelatihan serupa di masa mendatang. Salah satu aspek yang menjadi perhatian adalah durasi pelatihan yang dinilai masih terlalu singkat untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada peserta. Selain itu, materi pelatihan perlu

disesuaikan lebih lanjut dengan latar belakang peserta, mengingat bahwa sebagian besar peserta berasal dari bidang non-komputasi dan memerlukan pendekatan yang lebih sederhana dalam memahami strategi pemasaran digital. Dari segi fasilitas, diperlukan peningkatan dalam penyediaan perangkat dan infrastruktur pendukung agar peserta dapat lebih optimal dalam mempraktikkan keterampilan yang mereka pelajari.

### **3.6 Rencana Kegiatan Selanjutnya**

Berdasarkan hasil evaluasi dan umpan balik dari peserta, tim pengabdian masyarakat merencanakan kegiatan lanjutan yang lebih berfokus pada pelatihan pembuatan konten digital untuk pemasaran. Kegiatan ini akan mencakup pengenalan platform pembuatan konten, simulasi pengembangan strategi pemasaran digital berbasis media sosial, serta pelatihan teknis dasar dalam pembuatan materi promosi. Dengan adanya kegiatan lanjutan ini, diharapkan para peserta dapat lebih memahami strategi pemasaran digital secara mendalam dan mampu mengembangkan promosi produk berbasis digital secara mandiri, sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka di era digital.

## **4. KESIMPULAN**

Pelatihan *PLATINUM Kelas Teknik Pemasaran Digital (A) 2023* telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Kabupaten Bandung dalam bidang pemasaran digital. Dengan materi yang mencakup berbagai strategi pemasaran berbasis media sosial, marketplace, dan teknik desain iklan, peserta mampu memperoleh wawasan serta keterampilan praktis untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka di era digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa puas dengan pelatihan yang diberikan, meskipun terdapat masukan terkait perlunya durasi yang lebih panjang serta penyesuaian materi agar lebih sesuai dengan latar belakang peserta. Selain itu, berbagai luaran yang dihasilkan, seperti modul pelatihan, dokumentasi video, dan publikasi media, turut memperluas dampak dari program ini. Sebagai tindak lanjut, direncanakan pelatihan lanjutan yang berfokus pada pembuatan konten digital untuk pemasaran, guna memastikan peserta dapat lebih mandiri dalam mengelola strategi pemasaran bisnis mereka. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM di Kabupaten Bandung dapat semakin berkembang dan mampu bersaing di pasar digital yang terus berkembang pesat.

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2021. *Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2021*.
- Huda, M. 2020. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemanfaatan media sosial dalam membangun merek (studi pada UMKM di Kabupaten Cilacap). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, No.22-35.
- Rizal, M. R., Fikriah, F. K., & Hidayat, H. 2022. Pengenalan Augmented Reality (AR) sebagai media pembelajaran di SMK NU Kesesi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat TEKNO*, No.3, Vol.2, 77-83.
- Sutanto, R. 2022. Penerapan digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis Kreatif*, No.5, Vol.1, 45-56.
- Wicaksono, A., & Santoso, H. B. 2021. *Dasar-Dasar Broadcasting dan Perfilman: Untuk Kelas X SMK/MAK*. Jakarta: Pusat Kurikulum dan Perbukuan, Kementerian Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Rahman, A., Sari, T., & Nugroho, B. 2023. Digital marketing strategies for small business growth in Indonesia. *Journal of Digital Business*, No.10, Vol.1, 45-60.
- Suryadi, D., & Wijaya, A. 2021. The role of digital marketing education in enhancing small business competitiveness. *International Journal of Business Research*, No.14, Vol.3, 67-80.
- Suryani, R., Wibowo, T., & Saputra, D. 2022. Social media branding strategies and customer engagement in SMEs. *Journal of Marketing Research*, No.25, Vol.2, 112-130.