



## **Pelatihan Teknis Media Digital Untuk Mempromosikan Produk Unggul Pada Pelaku Umkm Di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota**

Bunga Aditi<sup>1✉</sup>, Annisha Suvero Suvar<sup>2</sup>, Sopi Pentana<sup>3</sup>, Pitono<sup>4</sup>, Muller Tamba<sup>5</sup>, Tiara Alissyah Putri<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Harapan, Medan

### **Abstrak**

Dalam menghadapi bisnis saat ini internet mendominasi kehidupan sehari-hari, promosi digital menjadi kunci bagi perusahaan dan individu untuk mencapai konsumen secara efektif. Pelaku UMKM bisa menjangkau konsumen dimanapun berada menggunakan berbagai sarana yang ada. Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota sangat terbuka dengan adanya pelatihan menyangkut tentang digital marketing karena manfaatnya dapat digunakan untuk meluaskan pemasaran, meningkatkan kemampuan bisnis, mengendalikan biaya produksi, dan meningkatkan penjualan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Secara garis besar penggunaan digital marketing yang dilakukan oleh Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat menjadikan strategi kompetitif yang memaksimalkan kemampuan bersaing UMKM. Keadaan ini dilihat dengan cakupan promosi penjualan UMKM diwilayah di luar kota Medan sudah dilakukan. Serta promosi melalui digital marketing menjadikan UMKM berkembang dan mempunyai jangkauan pasar yang sangat luas.

Kata Kunci: media digital, UMKM.

### **Abstract**

*In today's business environment, the internet dominates everyday life, digital promotions are the key for companies and individuals to reach consumers effectively. MSMEs can reach consumers wherever they are using various existing facilities. MSME players in Sudirejo I Subdistrict, Medan Kota District are very open to training regarding digital marketing because the benefits can be used to expand marketing, improve business capabilities, control production costs, and increase sales without being limited by time and space. In general, the use of digital marketing carried out by MSME actors in Sudirejo I Village, Medan Kota District can create a competitive strategy that maximizes the competitive ability of MSMEs. This situation can be seen from the scope of sales promotions for MSMEs in areas outside the city of Medan that have been carried out. And promotion through digital marketing makes MSMEs develop and have a very wide market reach.*

Keywords: *digital media, MSMEs*

✉ Corresponding author :  
Email Address : bunga.aditi16@gmail.com

## PENDAHULUAN

Media promosi digital saat ini sebagai platform dan saluran online untuk mempromosikan produk, layanan, maupun merek terutama produk UMKM yang cukup bervariasi. Strategi yang dilakukan melibatkan pemanfaatan berbagai bentuk media digital yang ada. Seperti situs web, media sosial, iklan online, konten digital, dan strategi pemasaran online lainnya.

Dalam menghadapi bisnis saat ini internet mendominasi kehidupan sehari-hari, promosi digital menjadi kunci bagi perusahaan dan individu untuk mencapai konsumen secara efektif. Pelaku UMKM bisa menjangkau konsumen dimanapun berada menggunakan berbagai sarana yang ada. Media promosi digital memberikan fleksibilitas yang besar dan memungkinkan para UMKM untuk menargetkan konsumen secara lebih tepat sasaran. Anda juga bisa mengukur kinerja bisnis dengan lebih baik dan melakukan evaluasi agar bisnis lebih optimal.

Pada era digitalisasi saat ini, pemasaran digital menjadi kunci sukses bagi UMKM yang ingin memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penetrasi bisnis mereka. Pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang mengandalkan media digital seperti internet, media sosial, situs web, dan TV digital menjadi landasan yang vital bagi para pelaku UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, UMKM dapat memperluas jaringan pemasaran secara efektif.

Promosi melalui media digital memungkinkan untuk beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi konsumen. Hal tersebut bergerak dan berubah dengan cepat, sehingga harus dapat melihat peluang. Pelaku UMKM juga perlu menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren dan preferensi konsumen yang akan disasar.

Dengan kata lain, media promosi digital telah menjadi landasan strategi pemasaran modern. Konsep promosi ini juga membuka pintu peluang baru untuk pertumbuhan bisnis dan interaksi yang lebih erat antara merek dengan konsumen.

UMKM yang ada di kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota berusaha meningkatkan nilai jual atau transaksi UMKM, nyatanya tidak hanya membutuhkan produk yang menarik. Namun, kemasan pun turut menjadi nilai tambahan agar hasil karya para UMKM dapat dilirik konsumen. Apalagi saat ini, perekonomian UMKM pun tengah mengalami perkembangan yang cukup baik pada tahun sebelumnya yang berdampak terhadap nilai konsumen meningkat. Sehingga, strategi pun dibutuhkan untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai jual atau transaksi tersebut.

UMKM membutuhkan strategi untuk dapat bersaing khususnya di pasar global."Salah satu kunci produk UMKM bisa di terima dan berkembang dikalangan masyarakat luas yang berusaha untuk meningkatkan bisnis yaitu melalui dengan kemasan produk yang menarik dan memiliki standart keamanan yang bagus.

Implementasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling sering terjadi adalah tingkat penjualan yang rendah, nilai tambah rendah, dan kualitas produk yang rendah. Walaupun pada kenyataannya UMKM diakui menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan masih rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro yang selama ini banyak menyerap tenaga kerja, mempunyai tingkat produktivitas yang sangat rendah. Sedangkan upah merefleksikan biaya tenaga kerja untuk setiap tingkat produktivitas. Sehingga jika tingkat

produktivitas rendah maka upah relatif juga rendah. Kondisi ini memperlihatkan produktivitas sektor mikro dan kecil yang rendah bila di dibandingkan dengan usaha yang lebih besar. Sebagian UMKM di Indonesia sudah melakukan pergantian design kemasan menjadi lebih menarik dan kemasan yang higienis. Kemasan itu mempengaruhi nilai penjualan yang terus meningkat, salah satunya ada UMKM yang mengganti desing kemasan mereka. Sehingga, omzet penjual mereka, rata rata naik sampa 60 persen dalam 2 bulan," katanya.

Bukan hanya keuntungan, nyatanya strategi dengan meningkatkan tampilan kemasan pun juga menambah harga jual produk. "Harga juga produk mereka pun naik sekitar 20 persen. Produk yang sebelumnya dijual dengan harga Rp10.000 per pack. Bisa naik ke Rp12.000 per pack. Disanalah arti sesungguhnya kemasan produk. Selain bisa menambah omzet dan keuntungan, ternyata kemasan dapat berfungsi menambah usia produk tersebut.

Melalui program kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Darma Perguruan Tinggi, dosen Universitas Harapan Medan mengadakan memberikan pelatihan kewirausahaan bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota. Satu solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM bagaimana melatih kewirausahaan dan bisnis dimasa sekarang ini sehingga nilai jual dari produk unggulan dapat meningkat.

Bicara keunggulan, strategi pemasaran digital atau strategi digital marketing tentu memiliki beberapa kelebihan dibanding strategi pemasaran konvensional, di antaranya:

1. Menjangkau target pasar yang lebih luas

Media konvensional seperti brosur, banner, atau koran dan majalah mungkin efektif untuk menjangkau sejumlah target pasar. Tapi jika ingin menjangkau seluruh lapisan masyarakat, media digital terbukti lebih efektif. Bagaimana tidak, seiring perkembangan zaman hampir semua orang menjadi pengguna internet dan media sosial. Hal tersebut membuat produk bisa dikenal banyak orang dari berbagai latar belakang baik dari dalam maupun luar negeri Jadi bisa dibayangkan bukan betapa besar potensi pasar yang didapat ketika kamu memutuskan menggunakan strategi digital marketing untuk memasarkan produk.

2. Mendongkrak angka penjualan

Diakui atau tidak, luasnya jangkauan pasar akan memberi dampak besar pada peningkatan angka penjualan. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kemudahan informasi yang didapat konsumen tentang suatu produk. Hal tersebut membuat mereka yakin bahwa barang atau jasa yang dijual berkualitas. Akibatnya, angka penjualan semakin meningkat dan kesempatan untuk mendapat pelanggan baru pun semakin besar.

3. Lebih hemat

Bagi yang memiliki keterbatasan dana, pemasaran digital merupakan salah satu solusi bijaksana. Lain halnya dengan media konvensional, ketika memasarkan produk di internet kita memiliki banyak variasi alat yang bisa digunakan dan disesuaikan dengan budget. Misalnya, kita memilih untuk berpromosi melalui Instagram Ads. Pihak Instagram akan memberi pilihan biaya promosi mulai harian hingga bulanan, dengan jumlah jangkauan konsumen sesuai kebutuhan. Jika ingin lebih murah lagi, manfaatkan website dan media sosial pribadi untuk berpromosi.

Konten atau Materi yang akan diberikan kepada peserta

Materi yang akan diberikan kepada peserta dalam mengikuti proses pelatihan yang berlangsung sebagai berikut:

Penyusunan materi pelatihan dilakukan dengan melihat kebutuhan pelatihan dengan menyesuaikan permasalahan yang sedang terjadi di lapangan serta memperhatikan faktor-faktor seperti tujuan pelatihan dengan menyesuaikan proses cara penyelesaian masalah, peserta pelatihan yang menjadi anggota yaitu pelaku UMKM, harapan lembaga pelatihan dengan menghasilkan nilai-nilai yang dapat memberikan manfaat kepada pelaku UMKM dan lamanya waktu pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan yang ada.

Dalam menyusun materi sudah disiapkan materi yang memiliki hubungan dengan Ilmu pengetahuan dan Teknologi, dengan adanya peran teknologi akan mempermudah peserta untuk mengakses materi yang akan disampaikan dan yang sudah disampaikan.

Teknik mengukur atau menilai keberhasilan kegiatan setelah kegiatan dilaksanakan Teknik atau metode yang digunakan untuk menilai proses dari kegiatan pelatihan yang diselenggarakan yaitu :

Dalam menyesuaikan dengan materi pelatihan yang diberikan, maka ditentukan metode atau cara penyajian yang paling tepat. Metode pelatihan harus disesuaikan dengan jenis pelatihan yang akan dilaksanakan dan tingkat kemampuan peserta latihan. Teknik yang akan digunakan mulai sesi wawancara untuk masing-masing pelaku UMKM, setelah mendapatkan informasi dari informan, maka dapat dilakukan analisis tentang kemampuan UMKM dalam mengikuti pelatihan dengan materi yang akan disampaikan. Pada saat pelatihan akan di mulai maka materi yang disampaikan nantinya harus tepat saaran sesuai dengan keluhan pelaku UMKM dalam meningkatkan atau mengembangkan usaha mereka.

Teknik diskusi dilakukan antara penyaji dan peserta akan menjawab segala permasalahan yang sedang terjadi dalam mengembangkan UMKM, pengukuran keberhasilan UMKM melalui hasil diskusi sebagai gambaran bahwa nantinya usaha yang akan dijalankan UMKM dapat berkembang setelah selesai dalam mengikuti pelatihan.

## **METODOLOGI**

Metode yang dipakai dalam artikel ini adalah metode deskriptif. Metode ini dilakukan untuk menjelaskan fakta aktivitas para pelaksana UMKM dan bagaimana mereka menggunakan digital marketing untuk mempromosikan dan meningkatkan kemampuan saing usahanya.

Analisis data dilaksanakan dengan cara kualitatif, artinya tanggapan responden ditulis dan disuguhkan dalam bentuk tabel dan grafik. Adapun penulis melakukan wawancara terbuka kepada beberapa pelaksana di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota yang menggunakan digital marketing untuk aktifitas promosi dalam meningkatkan bisnis UMKM.

## **Pentingnya Melakukan Promosi UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota**

Promosi memiliki peran krusial dalam kesuksesan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dan memainkan beberapa peran penting dalam konteks bisnis skala kecil. Pertama-tama, promosi yang dilakukan untuk membantu meningkatkan visibilitas bisnis.

UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota seringkali bersaing dalam pasar yang padat, dan promosi efektif dapat membuat bisnis lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Melalui strategi promosi yang tepat, UKM dapat menarik perhatian dan membedakan diri dari pesaing.

Promosi membantu membangun citra merek. Citra merek yang kuat menjadi aset berharga bagi UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota. Dengan memberikan pesan yang konsisten dan positif melalui promosi, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selanjutnya, promosi juga berperan dalam meningkatkan penjualan. Melalui penawaran khusus, diskon, atau promosi lainnya, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat mendorong pembelian

impulsif dan menggerakkan pasar. Promosi juga dapat menjadi cara efektif untuk memperkenalkan produk atau layanan baru kepada pelanggan potensial.

Terakhir, promosi juga membantu dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Komunikasi terus-menerus melalui kampanye promosi dapat menciptakan interaksi positif antara bisnis dan pelanggan. Hal ini tidak hanya menciptakan hubungan yang lebih erat, tetapi juga membuka pintu untuk umpan balik konsumen yang dapat membantu UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota untuk terus beradaptasi dan berkembang.

Secara keseluruhan, promosi bukan hanya tentang meningkatkan penjualan. Tetapi juga tentang membangun fondasi yang kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UKM dalam jangka panjang.

### **Strategi Promosi** UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota

Mempromosikan produk atau bisnis UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota bisa menjadi tantangan, terlebih lagi di era digital seperti sekarang ini. Tapi dengan strategi yang tepat, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota bisa membuat sukses di pasaran. Berikut beberapa strategi promosi UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota yang bisa di terapkan.

#### **Kenali dan Pahami Konsumen**

Salah satu strategi kunci dalam mengembangkan promosi untuk UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota adalah dengan mendalami mengenali dan memahami konsumen. Langkah pertama yang perlu diambil adalah melakukan segmentasi pasar dengan cermat, mengevaluasi, mengidentifikasi kelompok konsumen yang paling relevan dan berpotensi menjadi pelanggan setia.

Proses penelitian konsumen menjadi tahap berikutnya, di mana UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat menggali lebih dalam ke dalam kebutuhan, harapan, dan tantangan yang dihadapi oleh konsumen. Pembuatan persona pelanggan menjadi landasan untuk menyusun pesan promosi yang lebih spesifik dan sesuai dengan karakteristik utama konsumen.

Analisis kompetitor juga penting untuk memahami cara pesaing menargetkan konsumen mereka. Hal ini dapat dilakukan sambil mengidentifikasi kelemahan dan keunggulan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dalam memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi.

Pemilihan *channel* komunikasi yang tepat, bahasa, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan preferensi konsumen menjadi langkah terakhir dalam tahap ini. Hal tersebut untuk memastikan bahwa pesan promosi tidak hanya mencapai target tetapi juga membangun koneksi emosional yang kuat dengan pelanggan potensial.

#### **Buat Produk yang Relevan dan Unik**

Pentingnya menciptakan produk yang relevan dan unik tidak dapat diabaikan dalam strategi promosi bagi UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota. Memulai dengan menyelami pasar dan mengidentifikasi celah yang belum terisi, UMKM

di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat merancang produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan akan pelanggan tetapi juga memberikan sebuah nilai tambah yang membedakannya dari pesaing.

Keunikan produk menjadi daya tarik utama dalam membangun citra merek yang kuat. Pesan promosi harus ditekankan pada elemen keunikan ini, menjelaskan mengapa produk UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota lebih baik atau berbeda dari yang lain di pasaran. Selain itu, relevansi dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen saat ini menjadi kunci kesuksesan. Melalui promosi yang fokus pada aspek-aspek ini, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat menarik perhatian konsumen target, membangun kepercayaan, dan menciptakan loyalitas pelanggan.

### **Manfaatkan Media Sosial**

Memanfaatkan media sosial merupakan salah satu strategi promosi yang paling efektif dan relevan untuk UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dalam era digital ini. Dengan masyarakat yang semakin terkoneksi, platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar.

UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat memanfaatkan kekuatan visual melalui gambar dan video untuk menarik perhatian konsumen. Interaksi langsung dengan pelanggan melalui komentar dan pesan juga dapat membangun hubungan yang lebih dekat.

UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat menyesuaikan kampanye promosi dengan fitur-fitur unik setiap platform, seperti *story* di Instagram atau *live streaming* di Facebook. Selain itu, analisis data yang disediakan oleh media sosial memungkinkan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota untuk memahami lebih baik respons dan preferensi konsumen, memungkinkan penyesuaian strategi promosi secara real-time.

Dengan kehadiran yang kuat di media sosial, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat menjelajahi potensi pasar yang lebih besar. UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota akan dapat menjangkau pelanggan potensial di berbagai lokasi dan membangun komunitas online yang aktif dan berdedikasi.

### **Bangun Networking yang Baik**

Membangun *networking* yang baik merupakan fondasi penting dalam strategi promosi bagi UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota. Koneksi dengan pelaku bisnis, pelanggan, dan pihak terkait lainnya dapat membuka pintu untuk peluang baru dan kolaborasi yang saling menguntungkan. Anda dapat menghadiri acara industri, pertemuan bisnis, atau forum komunitas lokal untuk memperluas jaringan.

Membangun hubungan personal dengan pelanggan dan mendengarkan masukan mereka tidak hanya memperkuat loyalitas, tetapi juga memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan produk atau layanan. Selain itu, bekerjasama dengan pelaku bisnis lain atau berpartisipasi dalam program kolaboratif dapat meningkatkan visibilitas UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota secara signifikan.

*Networking* juga memainkan peran dalam pemasaran mulut ke mulut, di mana rekomendasi dari orang dalam jaringan dapat menjadi promosi yang sangat efektif.

UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota pun dapat memperluas pengaruh mereka dalam komunitas bisnis, meningkatkan peluang pertumbuhan, dan membangun reputasi yang positif dalam industri.

### **Manfaatkan E-Commerce**

Memanfaatkan *ecommerce* menjadi salah satu strategi promosi yang esensial untuk memajukan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dalam dunia digital ini. Dengan masyarakat yang semakin mengadopsi pembelian *online*, kehadiran di platform *e-commerce* dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas.

UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat memanfaatkan fitur promosi di platform *e-commerce* untuk menarik perhatian dan meningkatkan nilai penjualan, seperti diskon, *flash sale*, atau program loyalitas,. Selain itu, memiliki toko *online* sendiri juga memberikan fleksibilitas dalam mengelola *brand image* dan menyampaikan pesan promosi.

Integrasi yang sudah ditentukan dengan sistem pembayaran *online* dan pengiriman produk UMLM yang efisien dapat meningkatkan atau mempermudah pengalaman pelanggan. Hal ini juga membantu untuk membangun sebuah kepercayaan dan meningkatkan pembelian berulang.

Analisis data transaksi juga dapat memberikan wawasan berharga untuk menyusun strategi promosi yang lebih terarah. Dengan memanfaatkan potensi *e-commerce*, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat berkembang dalam pasar yang terus berubah ini dan mencapai pelanggan potensial di seluruh negeri atau bahkan internasional.

### **Berikan Penawaran Khusus**

Memberikan penawaran khusus menjadi langkah cerdas dalam strategi promosi bagi UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota. Dalam upaya menarik perhatian dan memotivasi pembelian, penawaran khusus dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi konsumen. Bentuknya dapat beragam, seperti diskon, paket bundling, atau bonus pembelian.

Penawaran UMKM tidak hanya menciptakan urgensi dalam pengambilan keputusan pembelian, tetapi juga memberikan nilai tambah produk kepada pelanggan. Melalui penawaran khusus, UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menciptakan kesan bahwa mereka mendapatkan lebih dari yang diharapkan.

Dalam penerapannya, penting untuk menyusun penawaran yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan target konsumen. Selain itu, komunikasi yang jelas dan efektif tentang penawaran ini melalui berbagai saluran akan memastikan pesan promosi sampai kepada konsumen dengan maksimal, seperti media sosial, *email*, atau *website*.

### **Terapkan Strategi Digital Jitu**

Hal terakhir yang tak kalah pentingnya untuk mengembangkan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota adalah menerapkan strategi digital yang jitu.

Penggunaan strategi digital menjadi suatu keharusan yang tidak bisa terelakkan di zaman sekarang ini. UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota perlu memperluas jaringan dan mengadopsi teknologi untuk menerapkan strategi digital yang tepat.

Masih bingung mau menerapkan strategi digital apa dan mulai dari mana? Tidak usah khawatir, sekarang Anda bisa mempercayakan penerapan strategi digital untuk UMKM kepada BigEvo. Dengan layanan BigEvo Lite, Anda bisa memaksimalkan strategi yang tepat untuk perkembangan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota.

UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota pun dapat memilih berbagai layanan yang relevan dan tepat untuk mengembangkan bisnis UKM. Beberapa di antaranya adalah iklan digital, manajemen media sosial, dan *KOL Marketing*. Hanya dari Rp10.000.000 saja, Anda sudah bisa mendapatkan strategi digital yang tepat untuk UMKM.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan upaya yang dilakukan oleh masyarakat melalui pemberdayaan program UMKM dengan memberikan fasilitas, bimbingan kepada para pengusaha untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing UMKM. Adapun pengusaha mikro yang terdapat di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota menurut hasil observasi yang peneliti ketahui berjumlah 42 pengusaha.

Informan 1 yang diwawancarai menjelaskan beliau sudah hampir kurang lebih 5 Tahun membuka usaha di sini, sekarang perkembangan usaha di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota sudah banyak yang membuka usaha, hingga hampir kurang lebih 50 usaha, disini merupakan salah satu tempat yang berada di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dimana lokasi tersebut merupakan tempat dimana para pengusaha UMKM merasakan lokasi tersebut sangat strategis dan cocok untuk sebuah usaha dengan akses yang bagus. Dari hasil observasi, peneliti mewawancarai pengusaha mikro yang usahanya berdiri cukup lama kurang lebih dari 4 Tahun keatas.

Dalam usaha pengembangan UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota ini pada umumnya mengalami berbagai hambatan, seperti pada kualitas SDM yang masih rendah, keterbatasan biaya, dan juga terbatasnya kemampuan dalam hal pemasaran. Setiap usaha pasti menginginkan perkembangan dalam usahanya dalam hal ini merupakan salah satu yang membuat para pengusaha merasa kesulitan dalam mengembangkan usaha karena selain kurangnya pengetahuan tentang bagaimana menjalankan usaha mikro, kecil dan menengah tersebut dengan baik dan juga dalam pengembangan usaha juga perlu bantuan agar usaha bisa berkembang.

Pengusaha UMKM berencana atau menginginkan agar usahanya dapat berkembang, karena keterbatasan pengetahuan bagaimana cara menjadi pengusaha yang baik di sini pengusaha tersebut kesulitan dalam hal bagaimana cara mengembangkan suatu usaha, selain itu pengusaha tersebut menjelaskan juga bahwa perlu adanya bantuan dari luar seperti bantuan modal terhadap para pengusaha UMKM, fasilitas untuk para pengusaha, pengadaan bimbingan ini tujuannya agar untuk mempermudah UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Dengan adanya pengembangan UMKM ini dapat membantu masyarakat memenuhi kebutuhan bisnis atau usahanya. Pengembangan yang dilakukan oleh

masyarakat atau konsumen sebagai upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat kalangan yang dengan segala keterbatasan belum mampu diri dari perangkat kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan, sehingga pemberdayaan masyarakat tidak hanya penguatan individu tetapi juga pranata sosial yang ada.

Dalam hal ini pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak Eksternal dan Potensi Internal para pengusaha UMKM yang ada di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota ini sangat diperlukan. Adapun pengembangan secara internal untuk para pengusaha UKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota ini terdiri dari:

1. Pengadaan permodalan
2. Inovasi hasil produksi
3. Perluasan jaringan pemasaran
4. Pengadaan sarana dan prasarana

Untuk pengembangan secara Eksternal untuk para pengusaha yang berada di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dengan adanya bantuan dari Dinas Koperasi dan UMKM. Peran pemerintah dalam rangka mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sangat diperlukan karena UMKM merupakan salah satu usaha yang potensial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **Jenis Jenis *Digital Marketing* yang diperkenalkan kepada UMKM yang ada di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota**

#### **1. *Push Digital Marketing***

*Push digital marketing* adalah salah satu jenis yang metodenya menawarkan langsung produk ke pelanggan untuk mendapat hasil penjualan secara cepat. Biasanya strategi ini dilakukan pada produk baru yang belum terlalu dikenal, dan tujuan utamanya adalah untuk *exposure*. Beberapa contoh *push digital marketing* adalah endorsement produk dari pemilik usaha ke para influencer atau selebriti, email promosi dari sebuah produk kepada para pelanggan yang telah berlangganan newsletter di sebuah situs, atau broadcast WA untuk semua kontak yang pernah membeli suatu produk.

#### **2. *Pull Digital Marketing***

Berbanding terbalik dengan strategi sebelumnya, pada *pull digital marketing* promosi yang dilakukan tidak terlalu frontal. Iklan jenis ini biasanya dibuat sedemikian rupa sehingga pelanggan tertarik dan bergerak untuk mencari tahu lebih banyak informasi tentang produk yang dijual. Tujuan utama *pull digital marketing* adalah meningkatkan awareness serta loyalitas pelanggan. Contoh jenis pemasaran digital ini adalah konten SEO di sebuah situs, iklan pay per click, pemasaran di media sosial, liputan media, giveaway, atau promosi potongan harga di marketplace.

#### **3. *Website***

Memiliki website resmi seperti sudah menjadi kewajiban bagi para pemilik usaha yang memutuskan untuk beroperasi secara online. Selain menjadi “kantor atau toko” digital, website juga memiliki fungsi lain yang tidak kalah penting yaitu sebagai media promosi.

Tidak hanya lebih murah, promosi melalui website juga akan membuat pelanggan bisa lebih mengenal produk yang dijual.

#### **4. *Pay Per Click***

Salah satu jenis *digital marketing* ini juga memanfaatkan website untuk media promosi. Bedanya, promosi dilakukan di website lain dengan jumlah pengunjung besar dan populer. Bentuk iklan untuk promosi jenis ini biasanya berupa banner yang ketika diklik, pengunjung akan diarahkan pada website resmi atau marketplace tempat produk dijual. Inilah mengapa strateginya disebut *pay per click* (PPC). Pemilik iklan akan membayar biaya promosi sesuai jumlah klik yang dilakukan pengunjung. Iklan jenis ini juga bisa dijadikan indikator apakah konten yang kita buat cukup efektif sehingga pengunjung tertarik untuk mengklik.

#### **5. *Search Engine Marketing (SEM)***

Hampir mirip dengan strategi *search engine optimization (SEO)*, *search engine marketing* atau SEM memanfaatkan mesin pencari untuk fokus pada iklan langsung di mesin pencarian. Untuk bisa membuat iklan digital semacam ini, kita membutuhkan produk seperti Google Ads. Seperti PPC, konten promosi untuk SEM sudah seharusnya dibuat semenarik mungkin. Karena jika tidak, biaya yang dikeluarkan tentu akan sia-sia.

#### **6. *Social Media Marketing (SMM)***

Apabila SEM memanfaatkan mesin pencari, SMM memanfaatkan media sosial. Untuk iklan semacam ini, kamu membutuhkan alat seperti Facebook atau Instagram Ads. Dibanding SEM, peluang produk untuk dikenal lebih besar sebab saat ini hampir semua orang memiliki media sosial.

#### **7. *Email Marketing***

Promosi ini berupa pesan dalam bentuk gambar atau tulisan dan dikirimkan kepada semua pelanggan yang telah men-subscribe newsletter di website atau platform milik pemilik usaha lainnya. Berbeda dengan jenis promosi lainnya, tidak semua orang bisa melihat iklan yang kita bagikan. Strategi ini biasanya dilakukan untuk memicu pembelian kembali dan meningkatkan loyalitas konsumen.

### **Pembahasan**

Pemahaman pelaku UMKM dalam Hasil dari kegiatan ini adalah pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik agar dapat menaikkan angka penjualan produk Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota. Hal itu terjadi karena sistem pemasaran *digital* menyediakan platform jual beli secara daring, yang mampu mempermudah proses pemesanan dan pembelian.

Pada pemasaran *digital* antara pembeli dan pemilik UMKM dapat berinteraksi dalam transaksi secara langsung. Kegiatan yang penulis lakukan adalah melakukan penyuluhan tentang pemanfaatan *digital marketing* yang di laksanakan di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota, dalam kegiatan ini penulis memaparkan materi kepada semua pelaku Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Serta aspek yang sangat berdampak bagi pelaksana Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dalam menggunakan *digital marketing* ialah dapat memudahkan dalam iklan dan pemasaran produk.

Tanpa melaksanakan iklan dan mempromosikan hasil UMKM dengan terus menerus, bisnis mereka tergerus dalam persaingan bisnis yang semakin meningkat. Faktor lain yang mendorong UMKM untuk mengadopsi *digital marketing* adalah kemampuan untuk membangun merk, lebih dekat dengan pelanggan, berkomunikasi lebih cepat kepada pelanggan, dan menyenangkan konsumen dengan layanan yang lebih baik.

Sebaliknya aspek kendala untuk pemanfaatan *digital marketing* adalah kompetisi yang sangat tinggi dalam mimbar usaha online, serta minimnya kepercayaan antara pembeli dan penjual, dan minimnya pengetahuan dan wawasan pelaksana UMKM terhadap *digital marketing* bahkan minimnya jaringan untuk mengakses media sosial.

Faktor ini terjadi dikarenakan pelaku UMKM meyakini bahwa mereka sudah memiliki konsumen atau pelanggan yang tetap dalam membeli produknya. Adapun dampak dari pemanfaatan *digital marketing* dalam mempromosikan dan menambah kemampuan Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota yaitu dampak positif dan dampak negative. Dampak positif yang dirasakan paling kuat dan langsung oleh para UMKM adalah penghasilan mereka bertambah, produk mereka dikenal masyarakat luas, dan memudahkan mereka untuk mendapatkan pelanggan baru baik dalam kota maupun luar kota. Bahkan efek lainnya ialah mampu mengurangi biaya promosi dikarenakan mempromosikan produk di *digital marketing* tidak ada biaya atau gratis.

Selain dampak positif sudah pasti ada dampak negative dalam pemanfaatan *digital marketing*, dampak negative dari *digital marketing* adalah adanya kompetisi yang sangat meningkat. Didalam mimbar usaha online, semua orang mampu melaksanakan aktivitas dagang sehingga dapat menampakkan harapan bagi siapapun dalam mempromosikan hasil produksinya, dan juga dampak negatif yang akan timbul ialah rentannya penipuan dan akan memunculkan peniruan pada ide dan produk yang serupa.

Pemanfaatan *digital marketing* yang dilakukan oleh Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota akan berdampak dalam mempromosikan dan meningkatkan daya saing. Hal ini disebabkan para pelaku UMKM yang hanya membuka aplikasi di rumah atau menjualnya ke pasar tradisional secara langsung. Namun dengan penggunaan *digital marketing* untuk promosi produknya akan dipasarkan tidak hanya didalam kota Medan akan tetapi sampai kepada luar kota Medan.

## SIMPULAN

1. Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota sangat terbuka dengan adanya pelatihan menyangkut tentang *digital marketing* karena manfaatnya dapat digunakan untuk meluaskan pemasaran, meningkatkan kemampuan bisnis, mengendalikan biaya produksi, dan meningkatkan penjualan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.
2. Secara garis besar penggunaan *digital marketing* yang dilakukan oleh Pelaku UMKM di Kelurahan Sudirejo I Kecamatan Medan Kota dapat menjadikan strategi kompetitif yang memaksimalkan kemampuan bersaing UMKM. Keadaan ini dilihat

dengan cakupan promosi penjualan UMKM diwilayah di luar kota Medan sudah dilakukan. Serta promosi *melalui digital marketing* menjadikan UMKM berkembang dan mempunyai jangkauan pasar yang sangat luas.

### Referensi :

- Abdi Laksana J. Pengabdian Masyarakat, Vol. 3, No. 1, Pp. 178–182. [Online]. Available: [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jal/Article/View/17076](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Jal/Article/View/17076).
- Ade Resalawati, 2021. Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (Jurnal: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Aini. 2022. Pelatihan Perhitungan Harga Produksi Pokok Produksi Untuk Para Pelaku Umkm Di Kecamatan Baturaja Timur Oku. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Baturaja, Vol. 2, No. 2, Pp. 5–7.
- Fadli And Rizka Ramayanti. 2020. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing (Studi Kasus Pada Ukm Digital Printing Prabu). J. Akunt. Kaji. Ilm. Akunt., Vol. 7, No. 2, Pp. 148–161 Doi: 10.30656/Jak.V7i2.2211.
- Fatma, 2021. Rumus Menentukan Harga Pokok Produksi Dan Contoh Perhitungannya. [Https://Mamikos.Com/Info/Rumus-Menentukan-Harga-Pokok-Produksi-Dan-Contoh-Perhitungannya-Pljr/](https://Mamikos.Com/Info/Rumus-Menentukan-Harga-Pokok-Produksi-Dan-Contoh-Perhitungannya-Pljr/).
- Gede Bevi Libraeni Et Al. 2022. Pelatihan Penentuan Harga Pokok Penjualan Pada Toko Kue Dapur Friska,” Jurpikat (Jurnal Pengabdian Masyarakat), Vol. 3, No. 2, Pp. 255–265. Doi: 10.37339/Jurpikat.V3i2.973.
- Homan, D. Hamdani, And S. Willy. 2021. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi, Harga Jual Dan Strategi Pemasaran Bagi Perajin Tas Ransel Di Desa Sangkan Hurip Kabupaten Bandung. Dharma Bhakti Ekuitas, Vol. 5, No. 2, Pp. 529–534. Doi: 10.52250/P3m.V5i2.356.
- Iswati, N. A. Brabo, R. Meidiyustiani, And E. Retnoningrum. 2021. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada Umkm Di Kelurahan Majalengka Bandung,” J. Pengabdian Masyarakat, Vol. 4, No. 4, Pp. 86–90. [Online]. Available: [Http://Dx.Doi.Org/10.36257/Apts.Vxixpp86-90](http://Dx.Doi.Org/10.36257/Apts.Vxixpp86-90).
- Kramas And K. Tembalang. 2023. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Received : 09-12-2022 Revised : 15-12-2022 Accepted : 24-01-. J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Permasalahan Mitra Identifikasi Masalah Penyuluhan Pelaku Umkm Mengerti Dan Memahami Pelaku Umkm Bisa Menggunakan,” Vol. 2, No. 9, Pp. 6485–6488.
- Meliza, Nurhayati, Rahmadani, And A. Akbar. 2022. “Pendampingan Digitalisasi Keuangan Untuk Penyusunan Harga Pokok Produksi Pelaku Usaha (Mitra) Pengrajin Tapai Singkong Dan Tapai Ketan Di Medan Tuntungan,” J. Pengabdian Masyarakat. Akad., Vol. 1, No. 1, Pp. 42–50 [Online]. Available: [Https://Journal.Adpebi.Com/Index.Php/Jpma/Article/View/87](https://Journal.Adpebi.Com/Index.Php/Jpma/Article/View/87).
- Mulyani, B. Gunawan, And M. Nurkhamid. 2021. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi Bagi Umkm Kabupaten Pati. J. Dharma Bhakti Ekuitas, Vol. 05, No. 02, Pp. 529–534,.
- Nelfiyanti, W. Sudawrwati, M. Prasetywati, R. Mujiastuti, B. M. Putri, And M. Ridhwan. 2021. Pelatihan Dan Pendampingan Perhitungan Harga Pokok

- Penjualan Umkm Kuliner Di Daerah Penggilingan | Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lppm Umj. Semin. Nas. Pengabdi. Masy. Lppm Umj, Pp. 1–6 [Online]. Available:<https://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaskat/Article/View/10680>.
- Purwanto. 2020. Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *J. Appl. Manag. Account.*, Vol. 4, No. 2, Pp. 248–253, , Doi: 10.30871/Jama.V4i2.2402.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah ( Umkm ). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Thionita. 2021. Pengertian Harga Pokok Penjualan (Hpp) Dan Cara Hitungnya. <https://www.finansialku.com/harga-pokok-penjualan/>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, April 2015, 327–337.