



## OPTIMASI DIGITALISASI MARKETING PADA UMKM SAPU DI DESA SINDANGHEULA KECAMATAN PABUARAN KABUPATEN SERANG

Rahadian Arief<sup>1</sup>, Bambang Dwi Suseno<sup>2</sup>, Encep Saefullah<sup>3</sup>, Ahmad Mukhlis<sup>4</sup>, Dedy Khaerudin<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

<sup>2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

<sup>5</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

Email: [encepsaefullah82@gmail.com](mailto:encepsaefullah82@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstract

*The Community Partnership Empowerment Program (PKM) aims to optimize the digitalization of marketing and sales of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products in Sindangheula Village, Pabuaran District, Serang Regency. In this program, the main target partners are broom MSME actors. The approach used is a participatory, reflective and innovative approach, which aims to achieve increased partner competitiveness and increase their knowledge and skills in the field of Digital Marketing products. The expected results of this program include increasing the sales volume of MSME broom products and expanding market segmentation. By implementing a positive approach, this program is expected to have a positive and meaningful impact on MSME partners. Through this approach, it is hoped that small businesses can feel motivated and confident in facing complex marketing challenges in the ever-evolving digital era. A better understanding of digital marketing strategies can help MSME partners optimize their online presence, reach a wider audience and increase sales.*

**Keywords:** UMKM, Digital Marketing

### Abstrak

Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan digitalisasi pemasaran dan penjualan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sapu di Desa Sindangheula, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang. Dalam program ini, mitra sasaran utama adalah para pelaku UMKM sapu. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, reflektif, dan inovatif, yang bertujuan untuk mencapai peningkatan daya saing mitra serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang Digital Marketing produk. Hasil yang diharapkan dari program ini mencakup peningkatan volume penjualan produk UMKM sapu serta perluasan segmentasi pasar. Dengan menjalankan pendekatan yang positif, program ini diharapkan akan menghasilkan dampak yang positif dan berarti bagi para mitra UMKM. Melalui pendekatan ini, diharapkan para pelaku usaha kecil dapat merasa termotivasi dan percaya diri dalam menghadapi tantangan pemasaran yang kompleks di era digital yang terus berkembang. Pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital dapat membantu para mitra UMKM mengoptimalkan kehadiran online mereka, mencapai audiens yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci:** UMKM, Digital Marketing

---

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha kecil di masyarakat yang didirikan berdasarkan inisiatif perorangan. Banyak orang meyakini bahwa UMKM hanya menguntungkan sejumlah individu tertentu. Namun, kenyataannya, UMKM memainkan peran penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. UMKM memiliki kemampuan untuk menyerap sejumlah besar tenaga kerja yang belum memiliki pekerjaan. Tambahan pula, kontribusi UMKM terhadap pendapatan daerah dan pendapatan nasional Indonesia telah berdampak signifikan (Saefullah, 2022).

UMKM memiliki peran yang sangat krusial dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi serta sebagai salah satu pijakan utama dalam pembangunan ekonomi negara (Sarfiah, 2019). Harapannya terhadap UMKM di Indonesia adalah agar tetap berkontribusi secara maksimal dalam menyerap tenaga kerja guna meredam angka pengangguran (Suseno, 2021). UMKM di Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam struktur ekonomi negara, baik dalam jumlah usaha yang ada maupun dalam penciptaan lapangan kerja. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa UMKM memegang peran sentral dalam memperkuat daya ekonomi Indonesia (Rudjito, 2003). Potensi UMKM sebagai motor pengembangan ekonomi di Indonesia menjadikannya sebagai sumber yang berharga, sehingga diperlukan pendekatan yang optimal serta eksplorasi potensi yang ada guna meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat (Anggraeni, 2013).

Diperlukan program inovasi dan kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena berbagai faktor (Hardilawati, 2020). Ini tidak hanya penting untuk kelangsungan usaha, tetapi juga untuk memperluas dan mengembangkan usaha, terutama dalam hal penerapan teknologi informasi, seperti media pemasaran produk (Zanuar, 2020), yang bertujuan untuk mengoptimalkan promosi produk. Pentingnya pengembangan UMKM juga memerlukan perhatian yang signifikan dari pemerintah dan masyarakat agar UMKM dapat bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya secara lebih efektif. Mengingat UMKM mencakup berbagai bidang usaha, pengembangannya memiliki peran strategis dalam merangsang ekonomi nasional. Hal ini menjadi sangat penting mengingat dampaknya yang luas terhadap peningkatan pendapatan di kalangan masyarakat berpenghasilan rendah (Saefullah, 2021).

Desa Sindangheula terletak di bagian administratif Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang. Tantangan yang dihadapi oleh para-Mitra di sana berkaitan dengan strategi pemasaran produk. Pelaku UMKM di desa tersebut masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang sering disebut sebagai “*door to door*”, dan mereka belum memanfaatkan teknologi atau digital marketing sebagai sarana untuk memasarkan produk mereka. Untuk mendorong penggunaan digital marketing, diperlukan peningkatan dalam hal gambar produk dan materi yang terdapat dalam platform pemasaran digital (Saefullah, 2020).

Program ini bertujuan untuk mengoptimalkan digitalisasi dalam strategi pemasaran dan penjualan produk UMKM Sapu. UMKM Sapu, yang merupakan bagian penting dari perekonomian lokal di Desa Sindangheula, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan upaya pemasaran mereka. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan cara konvensional seperti “*door to door*” dalam memasarkan produk mereka, yang mungkin telah membuahkan hasil, tetapi belum mampu menggali potensi yang lebih besar yang ditawarkan oleh dunia digital.

Dengan demikian, dampak yang diharapkan adalah pertumbuhan volume penjualan yang signifikan dan perluasan cakupan pasar yang lebih luas. Kesuksesan ini akan secara langsung membawa peningkatan pendapatan bagi para pelaku UMKM yang terlibat. Fokus utama dari inisiatif ini adalah pada

pengembangan bidang pemasaran, terutama dalam hal *digital marketing*.

Melalui pengembangan *digital marketing*, program ini berupaya memperluas cakupan pasar bagi produk UMKM Sapu. Dengan memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan alat-alat digital lainnya, pelaku usaha diharapkan dapat mencapai pelanggan potensial yang lebih luas, bahkan di luar wilayah lokal mereka. Penekanan pada konten visual dan foto produk yang berkualitas akan membantu menarik perhatian dan membangun kepercayaan calon pelanggan. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM Sapu akan dapat memanfaatkan potensi penuh dari teknologi digital untuk memperkuat pangsa pasarnya dan meraih keuntungan yang lebih besar.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pada rentang waktu Juli - Agustus 2023, pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini akan dimulai. Dalam rangka menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pendekatan yang digunakan adalah metode kronologis atau bertahap. Proses ini terdiri dari beberapa tahapan penting, yakni tahap pendahuluan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Tim yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah tim dari Universitas Bina Bangsa. Tim ini terdiri dari para-Dosen yang memiliki keahlian di berbagai bidang dan mahasiswa dari berbagai fakultas dan disiplin ilmu. Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa membawa keberagaman perspektif dan keahlian yang diperlukan dalam pelaksanaan program ini, yaitu:

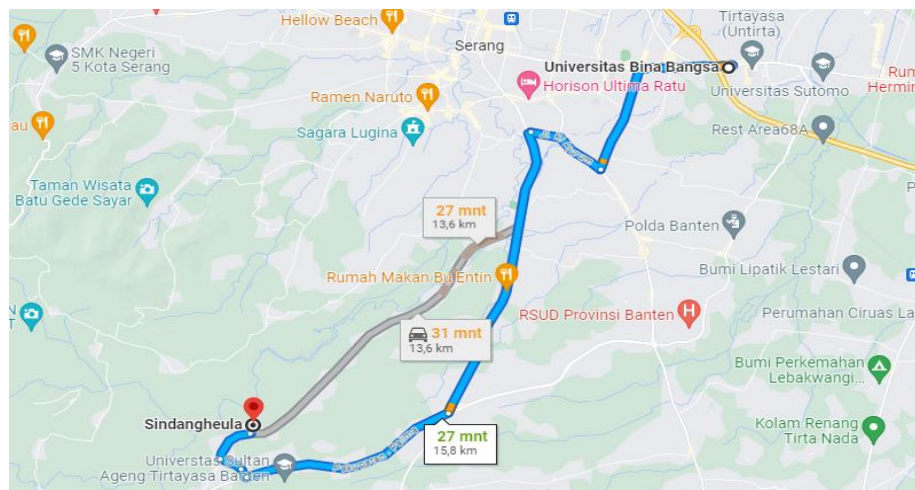
1. Tahap pendahuluan akan berfokus pada pemahaman mendalam tentang tantangan dan kebutuhan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Sapu di Desa Sindangheula. Ini melibatkan penelitian awal, analisis situasi, dan identifikasi permasalahan utama yang akan menjadi fokus selama pelaksanaan program.
2. Tahap pelaksanaan akan melibatkan implementasi tindakan konkrit untuk mengatasi masalah yang telah diidentifikasi. Tim akan menerapkan pendekatan yang telah dirancang, termasuk mengenalkan strategi digital marketing kepada pelaku UMKM Sapu. Pada tahap ini, pelatihan, pendampingan, dan implementasi strategi akan dilakukan secara aktif.
3. Tahap evaluasi akan menjadi langkah kritis dalam mengukur dampak dan keberhasilan program. Tim akan mengevaluasi sejauh mana implementasi strategi telah mencapai tujuan yang ditetapkan, baik dalam hal peningkatan volume penjualan maupun ekspansi pasar. Evaluasi ini akan membantu mengidentifikasi area yang berhasil dan area yang perlu ditingkatkan, sehingga program dapat ditingkatkan di masa mendatang.

Dengan pendekatan yang dijalankan secara bertahap, program PKM ini memiliki potensi untuk memberikan dampak yang signifikan bagi para pelaku UMKM Sapu di Desa Sindangheula. Melalui sinergi yang dihasilkan dari keterlibatan tim yang beragam dari Universitas Bina Bangsa, program ini

mampu menyediakan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM di wilayah tersebut. Pendekatan bertahap memberikan keunggulan dalam hal pengembangan yang terstruktur dan peningkatan yang berangsur-angsur. Dengan memulai dari tahap pendahuluan untuk memahami lanskap permasalahan, program ini dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran.

## HASIL PEMBAHASAN

Desa Sindangheula terletak di Kecamatan Pabuaran, yang merupakan bagian dari Kabupaten Serang. Jika perjalanan dimulai dari lokasi Universitas Bina Bangsa, waktu yang diperlukan untuk mencapai Desa Sindangheula berkisar antara 27 hingga 31 menit, dengan jarak tempuh sekitar 13,6 hingga 15,8 kilometer. Perjalanan ini menawarkan pandangan menarik sepanjang jalan, melintasi daerah pedesaan yang indah dan pemandangan alam yang khas. Rute perjalanan ini menghubungkan antara lingkungan perkotaan di sekitar Universitas Bina Bangsa dengan pesona dan kedamaian desa di Pabuaran.



Gambar 1. Lokasi Desa Sindangheula Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang

Berikut ini adalah hasil pelaksanaan dari kegiatan pengabdian ini, yang dihasilkan berdasarkan tahapan-tahapan yang telah disusun:

### 1. Tahap Pendahuluan

Pada tahapan ini tim pelaksana melakukan observasi awal dalam rangka analisis situasi dan kondisi mitra untuk melihat problematika yang terjadi pada pelaku UMKM Sapu untuk kemudian merancang rencana kegiatan pengabdian yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya dan solusi-solusi yang diberikan, sehingga kegiatan dan solusi yang diberikan tersebut sinkron dengan problematika yang ada pada mitra.



Gambar 2. Analisis Situasi dan Kondisi Mitra

## 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan kedua ini, kegiatan inti yang dilakukan adalah penyuluhan, pemberian materi dan pelatihan dalam upaya memberikan edukasi dan pemahaman mengenai pengelolaan manajemen usaha yang baik dan benar serta dalam rangka optimasi digitalisasi marketing untuk memaksimalkan pemasaran dan penjualan produk sapu dari UMKM sehingga outputnya akan meningkatkan volume penjualan dan segmentasi pasar yang lebih luas dalam bentuk pembuatan *website* UMKM Sapu sebagai unit usaha dari BUMDes “Sindangkarya” Desa Sindangheula. Adapun link *website* yang dibuat adalah <http://sindangheula.bumdesku.com>.



Gambar 3. Kegiatan Penyuluhan, Pemberian Materi dan Pelatihan UMKM Sapu



Gambar 4. Tampilan Website UMKM Sapu

Hasil analisis mendalam, observasi, dan pendampingan terus menerus terhadap para pelaku UMKM sapu sebagai peserta penyuluhan dan pelatihan menunjukkan temuan yang menggembarakan:

a. Motivasi yang Tinggi

Para mitra UMKM sapu menunjukkan tingkat motivasi yang sangat tinggi. Ini terbukti dari antusiasme yang mereka tunjukkan selama sesi penyuluhan dan pelatihan. Mereka aktif mengajukan pertanyaan kepada narasumber, menunjukkan rasa ingin tahu dan semangat untuk memahami materi yang diajarkan.

b. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Peserta mengalami peningkatan dalam pengetahuan mereka tentang pengelolaan manajemen UMKM. Materi yang disampaikan dalam penyuluhan dan pelatihan telah memberikan dampak positif pada pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip dasar manajemen usaha kecil. Selain itu, peserta juga mengembangkan keterampilan praktis yang diperlukan untuk mengelola UMKM mereka dengan lebih efektif.

c. Keterampilan dalam Pengelolaan Website

Salah satu aspek penting dari program ini adalah pengenalan penggunaan dan pengelolaan website sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan bimbingan yang berkelanjutan, keterampilan para mitra dalam praktek penggunaan dan pengelolaan website terus meningkat. Mereka mulai memahami bagaimana memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas dan efisien.

d. Inovasi Produk yang Beragam

Dampak positif dari penggunaan strategi digital terlihat dalam keragaman inovasi produk yang ditampilkan secara online. Para pelaku UMKM sapu semakin kreatif dalam mengembangkan produk-produk baru dan menarik, yang mencerminkan keberagaman dalam selera konsumen. Ini memberikan konsumen banyak pilihan produk yang lebih beragam.

### **3. Tahap Evaluasi**

Evaluasi terhadap keberhasilan pendampingan pelaku UMKM sapu dalam mengoptimalkan digitalisasi pemasaran dilakukan melalui metode pemantauan. Pemantauan dilakukan baik secara daring melalui grup WhatsApp (WA group) maupun secara tatap muka melalui pendampingan lanjutan. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan kelangsungan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan. Pemantauan secara daring melalui WA group memungkinkan tim pendamping dan pelaku UMKM untuk tetap terhubung secara berkala. Melalui platform ini, informasi dan perkembangan terbaru terkait pelaksanaan strategi digital marketing dapat dibagikan dan diperbaharui. Diskusi, pertanyaan, dan informasi tambahan dapat diberikan dan ditanggapi dengan cepat.

## **KESIMPULAN**

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sindangheula, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, menghasilkan kesimpulan penting sebagai berikut:

#### **1. Pelatihan dan Penyuluhan oleh Tim Universitas Bina Bangsa**

Tim yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa dari Universitas Bina Bangsa berhasil melaksanakan pelatihan dan penyuluhan yang sukses kepada pelaku UMKM sapu di Desa Sindangheula, Kecamatan Pabuaran. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan yang efektif kepada UMKM dalam upaya meningkatkan inovasi terutama dalam bidang pemasaran dan penjualan secara online.

#### **2. Peran Vital UMKM Sapu dalam Perekonomian Masyarakat**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM sapu memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian masyarakat setempat. Usaha ini menjadi sumber penghidupan yang dapat diandalkan dan memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

#### **3. Pendekatan Positif untuk Pengembangan UMKM Sapu**

Pendekatan partisipatif, reflektif, dan inovatif yang diadopsi dalam program ini terbukti efektif dalam menumbuhkan motivasi, pemahaman, dan keterampilan para pelaku UMKM sapu. Pendekatan ini mendorong partisipasi aktif mereka dalam proses pembelajaran dan pengembangan. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan mereka untuk melihat kembali kinerja dan praktik mereka secara reflektif, sambil mengadopsi inovasi baru yang relevan dengan dunia bisnis saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Anggraeni, Feni, Imam Hardjanto, A. H. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6).
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1). <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Jauhari, Jaidan, (2010), Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce, *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Volume 2, Nomor 1. <https://doi.org/10.36706/jsi.v2i1.718>
- Rudjito, (2003), Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Strategi Bisnis, Makalah Yang Di Sampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI.
- Saefullah, encep, et al, (2020). *Pengabdian Kepada Masyarakat; Analisis dan Implementasi*. Serang, AA. Rizky.
- Saefullah, encep, et al, (2021). Inovasi dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo Pada Masa Pandemi COVID-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran dan Alat Produksi. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2 (2). <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i2.1111>.
- Saefullah, encep, et al, (2022). *Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Purbalingga, Eureka Media Aksara.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Suseno, B. D., Yusuf, F. A., Hidayat, S., & Surani, D. (2021). Implementing the Resource Sharing Innovation Model to Sustainably Address the High Unemployment Rate. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8855>
- Zanuar Rifai, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4). <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>