
Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Pemasaran Produk di RT 29 RW 06 Desa Pandanlandung

Yahmun¹, Endang Sumarti², Tities Hijratur Rahmah^{3*}, Artifa Sorraya⁴, Trisnian Ifianti⁵

Universitas Insan Budi Utomo, Malang, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Correspondence email*: titieshijraturrahmah@uibu.ac.id

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam ekonomi Indonesia, namun banyak pelaku UMKM kesulitan beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Di era transformasi digital ini, pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat keamanan data dan transaksi bisnis. Oleh karena itu, pelatihan tentang penggunaan teknologi digital sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melatih pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital secara tepat, terutama dalam hal keamanan digital dan pemasaran online. Metode yang digunakan adalah pelatihan langsung tentang teknik pemasaran dan pembayaran digital. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam menggunakan teknologi digital secara aman dan efektif, yang berdampak positif pada pertumbuhan usaha mereka. Pelatihan ini terbukti sangat penting untuk membantu UMKM bersaing dan berkembang di pasar digital yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Teknologi; digital; pemasaran.

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian economy, but many MSME actors struggle to adapt to digital technology developments. In this era of digital transformation, the utilization of technology can increase operational efficiency, expand market reach, and strengthen data and business transaction security. Therefore, training on digital technology utilization is very important to support MSME growth and sustainability. This community service activity aims to train MSME actors in using digital technology appropriately, especially in digital security and online marketing. The method used is direct training on marketing and digital payment techniques. The training results show an increase in participants' understanding of using digital technology safely and effectively, which has a positive impact on their business growth. This training has proven to be very important to help MSMEs compete and thrive in the increasingly competitive digital market.*

Keywords: *Technology; digital; marketing*

Article info: Submitted | Accepted | Published
10-04-2025 | 20-06-2025 | 20-07-2025

LATAR BELAKANG

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan perubahan signifikan di berbagai sektor. Krisis ekonomi yang dipicu oleh pandemi ini sangat memengaruhi kelangsungan hidup Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selama pandemi, terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat, dari berbelanja langsung menjadi berbelanja daring. Pelaku usaha rumah mengalami kendala dalam mencapai target. Untuk bertahan dan berkembang di era normal baru, UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi tersebut.

Hal inilah yang mendasari tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Insan Budi Utomo Malang untuk membuat pelatihan tentang pemasaran produk online agar Masyarakat tetap bertahan dalam perekonomian. Pelatihan ini dilaksanakan di Desa Pandanlandung RT 9 Malang pada hari Sabtu tanggal 26 April 2025 yang bertempat di salah satu rumah warga dan diikuti oleh sekitar 25 peserta. Tim PKM yang terdiri dari dosen dan beberapa mahasiswa menjelaskan tentang teknologi digital untuk pemasaran dan pembayaran produk.

METODE

Dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terdapat tiga tahapan yang harus dilaksanakan yaitu yang pertama persiapan, yang kedua pelaksanaan, dan yang ketiga evaluasi. Pada tahap persiapan yang dilakukan yaitu observasi dan koordinasi dengan ketua RT setempat. Pada tahap pelaksanaan yaitu melaksanakan kegiatan pengabdian yang sudah direncanakan yaitu memberikan penjelasan tentang pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk. Untuk tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui kekurangan selama pelaksanaan program agar nantinya dapat diperbaiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pembayaran produk adalah pelatihan yang memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan transaksi online. Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha. Manfaat dari pelatihan ,

- Membantu pelaku usaha memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan transaksi online
- Membantu pelaku usaha meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam mengembangkan usahanya
- Membantu pelaku usaha mengurangi biaya operasional
- Membantu pelaku usaha memberikan kenyamanan bagi pelanggan

Materi pelatihan pada kegiatan PKM ini yaitu Pentingnya promosi dan Keamanan transaksi. Tahapan pelatihan yang dilakukan adalah Tahap persiapan, Tahap pelatihan, Tahap pendampingan, Tahap evaluasi. Strategi yang dilakukan untuk pemasaran digital yaitu,

- Pengenalan merek melalui konten
- Penggunaan media sosial untuk menjangkau masyarakat luas
- Iklan Berbayar yang Tepat Sasaran
- Email untuk Hubungan Jangka Panjang
- Analisis Data untuk Mengukur Kesuksesan

Tahap yang ketiga yaitu evaluasi. Pada setiap kegiatan evaluasi perlu dilakukan untuk mengetahui efektifitas dari pelatihan yang telah dilaksanakan dan untuk melihat kekurangan yang ada selama pelaksanaan pelatihan, hal ini bertujuan agar kedepannya dalam melaksanakan Pengabdian dapat berjalan lebih baik. Pelaku usaha rumahan sangat antusias dalam mengikuti pelatihan karena dapat membantu mereka untuk memajukan usaha kecil yang sedang dijalankan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memberikan pelatihan kepada pelaku usaha kecil mengenai pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam aspek pemasaran online. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan dalam pemahaman dan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital secara aman dan efektif.

Pelatihan ini juga membuktikan bahwa usaha kecil memiliki potensi besar untuk berkembang di era digital jika diberikan pendampingan dan pelatihan yang tepat. Dengan pemanfaatan teknologi digital, usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Warga desa Pandanlandung meminta agar dilakukan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, Pelatihan dapat dilakukan secara berkala dengan menyesuaikan materi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan Masyarakat.

REFERENSI

- Agung, I. W., & Supriadi, R. (2021). Pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 45-53.
- Ali, A. M., & Setiawan, A. (2022). Penerapan e-commerce untuk peningkatan daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 112-120.
- Anwar, F. (2020). Peran teknologi informasi dalam perkembangan bisnis UMKM di era digital. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 11(3), 25-34.
- Budi, M. H., & Wahyu, R. (2023). Keamanan siber untuk pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi digital. *Jurnal Keamanan Digital Indonesia*, 9(4), 101-109.
- Cahyani, D. R., & Nugroho, H. (2019). Strategi pemasaran digital pada UMKM berbasis media sosial di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 14(1), 76-85.
- Dwi, T. S., & Ahsan, M. (2020). Transformasi digital UMKM: Kendala dan solusi di Indonesia. *Jurnal Inovasi Digital*, 5(2), 58-65.
- Gita, S., & Kurniawan, B. (2021). Penggunaan aplikasi digital dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 4(1), 95-102.
- Irfan, R. A., & Sari, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi digital pada UMKM Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 7(3), 43-52.
- Jati, R. S., & Lestari, A. S. (2018). Pengaruh teknologi informasi terhadap keberlanjutan UMKM di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen*, 10(2), 81-88.
- Kurniawati, D., & Prasetyo, P. (2023). Pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM dalam meningkatkan daya saing di pasar global. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 8(3), 110-119.
- Anwar, D. (2020). Penggunaan aplikasi berbasis cloud untuk pengelolaan data UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Bisnis*, 12(1), 45-50.
- Agustin, L. (2021). Penerapan sistem keamanan digital untuk bisnis UMKM. *Jurnal Keamanan Digital Indonesia*, 5(1), 33-40.
- Suryanto, Y. (2022). Peran digitalisasi dalam pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Digital*, 3(2), 64-72.
- Wulan, S. (2023). Teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan UMKM. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 6(2), 150-157.
- Zulkarnain, S. (2020). Digitalisasi UMKM Indonesia dalam menghadapi tantangan ekonomi global. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(4), 78-85.

- Budiarto, S. (2020). E-commerce sebagai solusi untuk pengembangan UMKM di era digital. Buku Panduan Digitalisasi UMKM. Jakarta: Pustaka Indomedia.
- Sigit, R. H. (2019). Transformasi bisnis UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital. Buku Panduan Praktis UMKM dan Teknologi Digital. Yogyakarta: Laksana Press.
- Susanto, M. (2021). Keamanan dan teknologi informasi dalam pengelolaan UMKM. Manajemen Keamanan Siber untuk UMKM. Surabaya: Pustaka Amanah.
- Utami, H. (2022). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. Buku Pemasaran Digital dan Media Sosial. Bandung: Media Kreatif.
- Wibowo, P. (2023). Pengelolaan dan pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM di Indonesia. Manajemen Bisnis dan Teknologi Digital. Jakarta: Sinergi Publishing.
- Yudhi, A. (2020). Penggunaan platform digital untuk peningkatan omzet UMKM. Buku Panduan Pengembangan UMKM di Era Digital. Makassar: Garuda Press.
- Zainal, M. (2021). Implementasi digitalisasi UMKM untuk akses pasar global. Buku Panduan Pemasaran Digital untuk UMKM. Jakarta: Tekno Press.
- Hidayat, F. (2020). Sistem informasi berbasis cloud untuk pengelolaan UMKM. Buku Sistem Informasi untuk Bisnis UMKM. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Purnama, T. (2022). Digitalisasi UMKM di Indonesia: Peluang dan tantangan di era globalisasi. Buku Transformasi Digital untuk UMKM. Surabaya: Sukses Mandiri.
- Ramadhani, N. (2023). E-commerce dan pengaruhnya terhadap perkembangan UMKM di Indonesia. Buku E-Commerce untuk UMKM Indonesia. Bandung: Harmoni Press.