

## **Penerapan Digital Marketing untuk UMKM di Desa Branta Tinggi Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan**

**Abd. Rahman, M.H., Zian Farodis**

Institut Ilmu Keislaman Annuqayah (INSTIKA)

Guluk-Guluk Sumenep Jawa Timur

Email: [gusement@gmail.com](mailto:gusement@gmail.com)

### **Abstrak**

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk membantu pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Branta Tinggi, Tlanakan, melalui penerapan strategi pemasaran digital (digital marketing). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian desa, namun seringkali kurang optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, tim KKN berfokus pada memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM mengenai penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, serta pemanfaatan platform e-commerce. Metode yang digunakan meliputi survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM, pelatihan langsung, serta evaluasi keberhasilan penerapan strategi digital marketing. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman para pelaku UMKM tentang pemasaran digital dan adanya kenaikan dalam jangkauan pasar serta penjualan produk mereka. Diharapkan penerapan digital marketing ini dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Branta Tinggi.

Kata Kunci: Penerapan Digital Marketing, UMKM, e-commerce, media sosial.

### **Abstrack**

This Real Work Lecture (KKN) activity aims to help develop Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Branta Tinggi Village, Tlanakan, through implementing digital marketing strategies. MSMEs have an important role in the village economy, but are often less than optimal in utilizing digital technology to expand markets and increase sales. Therefore, the KKN team focuses on providing training and assistance to MSMEs regarding the use of social media, creating promotional content, and utilizing e-commerce platforms. The methods used include an initial survey to identify the needs of MSMEs, direct training, and evaluation of the success of implementing digital marketing strategies. The results of this activity show an increase in MSME actors' understanding of digital marketing and an increase in market reach and sales of their products. It is hoped that the application of digital marketing can continue to be developed to increase the competitiveness of MSMEs in Branta Tinggi Village.

Keywords: implementation Digital Marketing, MSMEs, e-commerce, social media.

## Pendahuluan

Dalam merealisasikan digitalisasi pada UMKM, internet menjadi salah satu aspek yang paling berpengaruh.<sup>1</sup> Di era digital saat ini, pemasaran produk secara online melalui digital marketing telah terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar dan pendapatan para pelaku usaha. Saat ini UMKM merupakan salah satu alternatif lapangan kerja baru untuk mengurangi dampak pengangguran di Indonesia. Selain itu, UMKM juga memberi peran penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia.<sup>2</sup> Sebagian besar masyarakat Desa Branta Tinggi belum familiar dengan konsep dan strategi digital marketing, sehingga pemasaran produk masih terbatas. Dengan minimnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu kendala utama bagi pengembangan ekonomi lokal di desa ini.

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Branta Tinggi dengan program unggulan digital marketing bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil, agar dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Pengenalan konsep digital marketing, pelatihan dan pengetahuan tentang pemasaran digital, serta pemanfaatan platform online seperti media sosial dan marketplace merupakan langkah-langkah penting yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan membuka peluang pasar yang lebih luas<sup>3</sup>.

Meskipun Desa Branta Tinggi memiliki potensi besar di sektor perikanan dan UMKM, pemasaran produk masih sangat terbatas pada lingkup lokal, sehingga pengembangan ekonomi desa belum optimal. Karena

---

<sup>1</sup> Alamsyah, Habib. (2023). "Sosialisasi Pengembangan Inovasi Dan Digitalisasi Ukm Menuju Masyarakat Mandiri Di Desa Pangulah Utara." *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa* 2.2.

<sup>2</sup> Azis, M. F., Permana, I. S., & Aziz, N. (2024). Sosialisasi Pengembangan Digitalisasi Ukm Menuju Masyarakat Mandiri Dalam Menyongsong Era Society Di Desa Karangampel Kidul. *Adima Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 7-10

<sup>3</sup> Gita Sagita and Zeffanya Raphael Wijaya, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07," *EBISMEN : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 3 (2022): 24–31.

kurangnya Pemanfaatan Teknologi Digital dan banyaknya pelaku usaha di Desa Branta Tinggi yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam proses pemasaran, baik karena kurangnya pengetahuan maupun keterbatasan akses teknologi. Penggunaan digital marketing terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan usaha kecil di berbagai daerah. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan dalam program KKN ini, diharapkan masyarakat dapat lebih adaptif terhadap perubahan dan perkembangan teknologi. Dengan adanya pemahaman tentang digital marketing, diharapkan pelaku usaha dapat membangun branding yang kuat untuk produk lokal mereka, sehingga produk-produk Desa Branta Tinggi dapat lebih dikenal oleh konsumen di luar daerah<sup>4</sup>.

Program unggulan digital marketing ini meliputi beberapa kegiatan penting, seperti pelatihan pembuatan krupuk ikan, penggunaan media sosial untuk pemasaran, cara mendaftarkan produk di marketplace. Diharapkan masyarakat Desa Branta Tinggi dapat lebih mandiri dalam mengelola pemasaran produk mereka dan mampu bersaing di pasar digital. Meskipun demikian, pelaku UMKM di era digital saat ini sedang menghadapi berbagai tantangan yang membatasi kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan teknologi dan memanfaatkan peluang digital. Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah sebagai berikut: Tingkat pengetahuan teknologi yang minim dan para pelaku UMKM umumnya memiliki pengetahuan teknologi yang rendah, terutama dalam hal software dan hardware. Mereka hanya memiliki kemampuan dasar seperti mengunduh dan meng-upload file saja.<sup>5</sup>

Dengan demikian, pelaksanaan program KKN ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat, tetapi juga

---

<sup>4</sup> Mohammad Saat Ibnu Waqfin et al., "Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Desa Kepuhdoko Jombang," *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2021): 155–59, [https://doi.org/10.32764/abdimas\\_ekon.v2i3.2112](https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112).

<sup>5</sup> YUKK Indonesia, "7 Tantangan Utama Pelaku UMKM Dalam Mengembangkan Usaha Di Era Digital," November 23, 2023.

sebagai bentuk kontribusi nyata mahasiswa dalam mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Branta Tinggi.

### **Metode Penelitian**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan praktik langsung dan Menyediakan bahan yang memang sudah disiapkan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. meliputi materi pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan kepada UMKM pengolahan ikan di desa Branta Tinggi kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan Provinsi Jawa Timur dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

Pertama di mulai dengan Observasi dan Survei Tahap awal pengabdian, dimulai dengan melakukan observasi terhadap kondisi UMKM di Desa Branta Tinggi. Tim KKN melakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka. Survei ini mencakup wawancara dan kuesioner untuk memahami sejauh mana pengetahuan dan pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM.

Kedua yaitu Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk melalui digital marketing. Digital marketing memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Branta Tinggi dengan melibatkan sejumlah pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha.

Ketiga Program pengabdian ini meliputi pelatihan penggunaan media sosial, pembuatan konten pemasaran, manajemen toko online, dan optimalisasi penggunaan mesin pencari (SEO). Selain itu, peserta juga

diajarkan cara memanfaatkan platform e-commerce sebagai sarana distribusi dan peningkatan penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memasarkan produk secara digital, yang dibuktikan dengan adanya peningkatan interaksi di platform online serta penjualan yang lebih baik selama periode pelaksanaan program. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan akses internet dan minimnya pengetahuan awal mengenai teknologi, pelatihan ini berhasil memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha para peserta. Implementasi digital marketing diharapkan dapat berkelanjutan dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan daya saing UMKM di era digital.

### **Hasil dan Pembahasan**

Secara keseluruhan, program penerapan digital marketing di Desa Branta Tinggi memberikan hasil yang positif meskipun masih menghadapi beberapa tantangan. Keberhasilan program ini terlihat dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM serta dampak terhadap jangkauan pasar dan penjualan. Namun, keberlanjutan program ini memerlukan dukungan lebih lanjut, terutama dalam hal pelatihan berkelanjutan dan pengembangan infrastruktur teknologi. Di masa depan, kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan pihak swasta sangat dibutuhkan untuk mendukung implementasi digital marketing yang lebih efektif dan menyeluruh<sup>6</sup>.

Setelah pelaksanaan program penerapan digital marketing pada UMKM di Desa Branta Tinggi, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, dapat memproleh respond positif dari para masyarakat UMKM terdapat beberapa hasil dan temuan penting yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini. Diantaranya adalah:

---

<sup>6</sup> N S Az-Zahra, "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM," *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural ...*, 2021, 77–88, <http://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/view/47%0Ahttp://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/download/47/30>.

### 1. Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Pelaku UMKM

Salah satu hasil utama dari program ini adalah peningkatan pengetahuan dan kesadaran para pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran digital. Sebelum pelatihan, mayoritas pelaku UMKM masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di pasar lokal. Setelah program pelatihan, para pelaku UMKM mulai memahami bagaimana digital marketing, terutama melalui media sosial dan platform e-commerce, dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Pelaku UMKM menunjukkan minat yang tinggi untuk menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook dalam mempromosikan produk mereka<sup>7</sup>.

### 2. Peningkatan Kemampuan Praktis dalam Digital Marketing

Selain dari peningkatan pengetahuan, hasil lain yang signifikan adalah peningkatan kemampuan teknis dalam menerapkan digital marketing. Para peserta pelatihan berhasil membuat akun media sosial bisnis mereka sendiri, membuat konten promosi, dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di platform digital. Beberapa UMKM bahkan sudah mulai melakukan transaksi melalui platform e-commerce setelah pelatihan, yang menandakan adanya peningkatan kemampuan praktis dalam memasarkan produk secara online.

### 3. Tantangan yang Dihadapi dalam Penerapan Digital Marketing

Meskipun terdapat peningkatan pengetahuan dan kemampuan, pelaku UMKM juga menghadapi beberapa tantangan dalam menerapkan strategi digital marketing. Tantangan utama yang diidentifikasi adalah kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten dan pemeliharaan akun media sosial. Beberapa pelaku UMKM merasa kesulitan dalam menjaga rutinitas mengunggah konten atau berinteraksi dengan pelanggan secara online. Selain itu, akses internet yang terbatas di beberapa wilayah desa juga menjadi kendala dalam penerapan pemasaran digital secara optimal.

---

<sup>7</sup> Riska Amalia et al., "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo," *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2023): 295–301, <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>.

#### 4. Dampak Terhadap Jangkauan Pasar dan Penjualan

Berdasarkan hasil evaluasi pasca-program, beberapa UMKM melaporkan adanya peningkatan dalam jangkauan pasar mereka setelah menerapkan strategi digital marketing. Produk yang awalnya hanya dipasarkan di pasar lokal kini mulai dikenal oleh konsumen dari luar desa, bahkan dari kota-kota terdekat. Beberapa UMKM juga melaporkan adanya peningkatan penjualan, meskipun skalanya masih kecil, tetapi ini menunjukkan bahwa penerapan digital marketing memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan usaha mereka.

#### 5. Rencana Pengembangan Berkelanjutan

Melalui hasil pengabdian ini, disimpulkan bahwa penerapan digital marketing sangat potensial untuk membantu UMKM di Desa Branta Tinggi meningkatkan daya saing mereka. Namun, agar penerapan ini dapat berkelanjutan, diperlukan upaya pengembangan lebih lanjut, seperti peningkatan infrastruktur internet di desa, pelatihan lanjutan untuk mengasah kemampuan digital marketing, serta dukungan pemerintah desa dalam mempromosikan UMKM secara online<sup>8</sup>.

#### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari penerapan digital marketing untuk UMKM di Desa Branta Tinggi, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan menunjukkan bahwa program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berhasil meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran digital. Pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep digital marketing, tetapi juga kemampuan praktis dalam menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka.

Dan hasil yang diperoleh mencakup berbagai aspek sebagai berikut :

1. Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran
2. Kemampuan Praktis

---

<sup>8</sup> Waqfin et al., "Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Desa Kepuhdoko Jombang."

3. Tantangan yang Dihadapi dalam Penerapan Digital Marketing
4. Dampak Terhadap Jangkauan Pasar dan Penjualan
5. Rencana Pengembangan Berkelanjutan

Namun, tantangan seperti tingkat pengetahuan teknologi yang minim masih perlu diatasi. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan pihak swasta sangat penting untuk mendukung implementasi digital marketing yang lebih efektif di masa depan.

### **Referensi**

- Alamsyah, Habib. (2023). "Sosialisasi Pengembangan Inovasi Dan Digitalisasi Ukm Menuju Masyarakat Mandiri Di Desa Pangulah Utara." *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa* 2.2.
- Azis, M. F., Permana, I. S., & Aziz, N. (2024). Sosialisasi Pengembangan Digitalisasi Ukm Menuju Masyarakat Mandiri Dalam Menyongsong Era Society Di Desa Karangampel Kidul. *Adima Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 7-10
- Yukk Indonesia, "7 Tantangan Utama Pelaku Ukm Dalam Mengembangkan Usaha Di Era Digital," November 23, 2023.
- Az-Zahra, N S. "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM." *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural ...*, 2021, 77-88.  
<http://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/view/47%0Ahttp://103.35.140.33/index.php/NCOINS/article/download/47/30>.
- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, and Riki Gana Suyatna. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo." *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2023): 295-301.  
<https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>.

Sagita, Gita, and Zeffanya Raphael Wijaya. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07." *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 3 (2022): 24–31.

Waqfin, Mohammad Saat Ibnu, Sindi Rmania Wulandari, Fenti Mamluatut Tifliya, Susi Indrayani, Wahyudi Wahyudi, and Muhamad Khoirur Roziqin. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Desa Kepuhdoko Jombang." *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2021): 155–59.  
[https://doi.org/10.32764/abdimas\\_ekon.v2i3.2112](https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112).