

---

**PEMBERDAYAAN MAYARAKAT MELALUI PELATIHAN DIGITAL  
MARKETING DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI DESA JATISURA,  
JAWA BARAT**

**<sup>1\*</sup>Widayani Wahyuningtyas, <sup>2</sup>Ibnu Malkan Bakhrul Ilmi, <sup>3</sup>Chaya Kharin  
Herbawani, <sup>4</sup>Sintha F. Simanungkalit, <sup>5</sup>Kharisma Wati Gusti**  
Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia  
Email : [syharuddin@ummat.ac.id](mailto:syharuddin@ummat.ac.id)

Manuskrip: September -2022; Ditinjau: September -2022; Diterima: Oktober -2022;  
Online: Januari-2023; Diterbitkan: Januari-2023

**ABSTRAK**

Dalam rangka membangkitkan potensi UMKM di Indonesia dan di daerah desa pada khususnya di Desa Jatisura, Cikedung Indramayu pasca pandemi COVID-19 Peranan Tim Pengabdian Masyarakat UPN Veteran Jakarta ingin mendampingi dengan berbagai pelayanan pelayanan yang bisa menumbuhkan semangat kembali untuk berwirausaha, yaitu pemberian pelatihan Digital Marketing agar dapat bisa bersaing dalam dunia usaha. Tim pengabdian masyarakat bisa membantu para pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan taraf hidupnya. Target yang ingin tim pengabdian masyarakat capai adalah para pelaku usaha dapat memperluas jaringan pejualannya melalui digital marketing. Metode pelaksanaan, populasi adalah UMKM yang aktif dalam usahanya di desa Jatisura, sedangkan sampel yaitu UMKM Binaan yang aktif di kegiatan usahanya empat peserta pelaku usaha. Dalam pengabdian ini menggunakan metode pelaksanaan FGD, wawancara, pelatihan, Hasil pelatihan Digital Marketing untuk para pelaku usaha Desa Jatisura, Cikedung, Indramayu mengalami peningkatan kemampuan mengaplikasikan ilmunya dalam Pemasaran usahanya.

**Kata Kunci: COVID-19, UMKM, Pemasaran Digital, FGD**

**PENDAHULUAN**

Dalam rangka membangkitkan potensi UMKM di Indonesia dan di daerah desa pada khususnya di Desa Jatisura, Cikedung Indramayu pasca pandemi COVID-19 peranan tim pengabdian masyarakat UPN Veteran Jakarta ingin mendampingi dan melakukan pelayanan yang bisa menumbuhkan semangat kembali untuk berwirausaha. Ini salah satu implementasi peranan anak bangsa Indonesia yaitu peranan bangsa Indonesia dalam mewujudkan nasionalisme salah satunya menjadi pelaku pasar yang aktif dalam persaingan yang kompetitif dan resesi ekonomi global ini. Meskipun kita melihat tidak mudah bahwa bisa dilihat bahwa Omset para pelaku UMKM di wilayah desa Jatisura, Cikedung, Indramayu tersebut menurun drastis ketika pandemi COVID-19 karena selama ini mereka mengandalkan pada wisatawan yang datang di objek wisata Situ Bolang maupun

menitipkan produk-produk mereka pada pusat oleh-oleh yang tersebar di beberapa lokasi, maka tim pengabdian masyarakat memberikan pendampingan untuk para UMKM di Desa Jatisura, Cikedung, Indramayu dengan berbagai rangkaian kegiatan pelatihan agar menumbuhkan dan memberikan dampak bagi para UMKM untuk semangat usahanya sehingga tidak mengurangi semangat para UMKM untuk menciptakan atau melahirkan ide gagasan dalam diri individu dengan karya kreatifitas. Ide gagasan merupakan langkah awal seorang wirausaha dalam menciptakan karya nyata berupa kreativitas Menurut Santrock, J. (2011) dalam (Mardhiyana & Sejati, 2016). Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir dalam cara-cara yang baru dan tidak biasa serta menghasilkan pemecahan masalah yang unik. Desa Jatisura Cikedung, Indramayu sebagai objek pengabdian masyarakat yang merupakan daerah pertanian yang subur dari Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Masyarakat (SDM) yang cukup melimpah. Adapun profil dari Desa Jatisura adalah Desa Jatisura terletak antara 6<sup>o</sup>44' – 70<sup>o</sup>83' Lintang Selatan dan 107<sup>o</sup>21' – 108<sup>o</sup>21' Bujur Timur, dengan luas wilayah 820,92 Ha, dengan luas tanah pemukiman 57,556 Ha, tanah Perkebunan 269,239 Ha dan Area Persawahan Irigasi 1 seluas 30,173 Ha Irigasi 2 seluas 131,659 Ha dan Irigasi 3 Seluas 303,293 Ha. Area tanah PU: luas tangkapan air 5,23m, luas genangan air waduk 77,9 Ha, luas daerah bendungan Bolang 90 Ha, luas area irigasi area bolang 365 Ha, area tanah Carik Desa Jatisura 11 Ha. Jumlah penduduk merupakan potensi yang dapat memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan dan ini merupakan potensi untuk Desa Jatisura Kecamatan Cikedung Kabupaten Indramayu dari segi Sumber Daya Manusia (SDM). Jumlah penduduk Desa Jatisura akhir Bulan Desember 2021 adalah 4.677 jiwa, terdiri dari 2.375 laki-laki dan 2.302 perempuan dengan jumlah kepala keluarga (KK) 1.712 KK. Desa Jatisura terdiri dari 5 Dusun dengan 5 Rukun Warga (RW) dan 22 Rukun Tetangga (RT). Mata Pencaharian penduduk Desa Jatisura sangatlah beragam, yaitu terdiri dari TNI/POLRI/PNS, PENSUNAN, Swasta, Buruh Tani, Pedagang, Industri kecil, Pelajar/Mahasiswa, dan lain-lain.

Mata pencaharian penduduk yang paling dominan adalah buruh tani, dan masih kurang sekali masyarakat Desa Jatisura Kecamatan Cikedung untuk melakukan kegiatan berwirausaha dan sebagian besar mengandalkan dari sektor Pertanian, maka tim pengabdian masyarakat perlu berbagi ilmu dan juga mengenalkan digital marketing dalam upaya memahami dan mengerti teknologi pemasaran bagi para UMKM di Desa Jatisura Cikedung Indramayu agar meningkatkan penjualannya melalui digital pemasaran. Menurut (Merisavo, 2006) strategi digital marketing pada dasarnya merupakan strategi yang diterapkan dalam hal mengomunikasikan merek (produk dan jasa) dari sebuah produsen/penjual/perusahaan terhadap pelanggan melalui saluran komunikasi digital (misalnya, internet, email, mobile phones, TV digital) dan teknologi informasi<sup>2</sup> (dalam Diana Rapitasari 2016). Menurut (Ahmed et al., 2014) menyebutkan dalam kajian empirisnya bahwa komunikasi merek merupakan salah satu penyebab seorang pelanggan menjadi loyal dan percaya terhadap merek sehingga bersedia untuk membayar suatu produk dengan harga berapapun (dalam Diana Rapitasari 2016). Durianto, Sugiarto, & Sitinjak (2004) dalam (Rapitasari,

2016) menyatakan bahwa loyalitas merek menunjukkan adanya keterikatan antara pelanggan dengan sebuah merek. Duriyanto, Sugiarto, & Budiman, (2004) dalam (Rapitasari, 2016) juga menyatakan bahwa loyalitas merek adalah hasil dari akumulasi pengalaman (puas) pelanggan dalam menggunakan sebuah produk. Jadi didalam digital marketing perlu mengetahui keterikatan komunikasi merek dengan loyalitas dibutuhkan dalam memperluas jaringan pemasaran. Hal ini sejalan dengan pendapat (Damian Ryan, 2014) dalam (Rapitasari, 2016) tentang *Digital marketing* bukan konsep yang berfokus pada teknologi, namun kepada manusia (pemasar), yaitu bagaimana memahami manusia (pemasar), bagaimana penggunaan teknologi dalam membangun hubungan dengan manusia lain (pelanggan) untuk membangun dan secara signifikan meningkatkan penjualan. Permasalahan yang didapat Mata pencaharian penduduk yang paling dominan adalah buruh tani, hal ini dapat dijadikan indikator bahwa keadaan ekonomi masyarakat Desa Jatisura Kecamatan Cikedung termasuk kedalam kategori “Ekonomi Lemah” yang sebagian besar mengandalkan dari sektor pertanian yang panennya 2 (dua) kali dalam setahun. Dari permasalahan yang ada, mereka yang menjadi buruh tani selama ini, agar mau lebih produktif maka tim pengabdian masyarakat perlu berbagi ilmu dan memberikan pelatihan bagi para pengusaha UMKM pelatihan berupa pengenalan Canva menggunakan hp (bukan laptop) fokus untuk mendesain *story* dan *page instagram* serta pembuatan toko Online.

## **METODE**

Waktu dan Tempat Pelaksanaan dilakukan pada bulan Agustus, September, Oktober 2022, yang dimulai dari FGD, pemberian pelatihan, bertempat di Balai Desa Jatisura Cikedung, Indramayu, Jawa Barat. Populasi seluruh Ibu-ibu PKK yang aktif di desa Jatisura, sedangkan sampel yaitu UMKM yang aktif di kegiatan usahanya (Pelaku Usaha) 4 peserta. Metode dalam melakukan pengabdian masyarakat adalah FGD, Wawancara, Pelatihan.

Dimulai dengan kegiatan yaitu turun lapangan, melihat situasi dan kondisi dari wilayah yang akan tim pengabdian masyarakat laksanakan. Sedangkan FGD (*Forum Group Discussion*), Kegiatan FGD (*Forum Group Discussion*) dengan para pemangku aparat desa dan pelaku usaha UMKM di Desa Jatisura, Cikedung, Indramayu melakukan diskusi bersama dengan tim pengabdian masyarakat UPNVJ. Wawancara untuk mengetahui informasi data data pendukung dalam pengabdian masyarakat. Pelatihan merupakan kegiatan melatih binaan UMKM dalam ketrampilan digital marketing yaitu pengenalan canva menggunakan hp (bukan laptop). fokus untuk mendesain *story* dan *page instagram* serta pembuatan Toko Online.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Pengabdian dalam pelaksanaan turun lapangan di bulan September 2022 melakukan kegiatan, yaitu survey lapangan, melihat situasi dan kondisi dari wilayah yang akan pengabdikan laksanakan. Sedangkan FGD (*Forum Group Discussion*), Kegiatan FGD (*Forum Group Discussion*) dengan para pemangku aparat desa dan para pengusaha UMKM desa Jatisura, Cikedung, Indramayu. Tim

Pengabdian masyarakat melakukan wawancara mendapatkan sejumlah data dari para ibu –ibu PKK yang aktif menjalankan usaha, merekalah disebut para pelaku usaha di desa Jatisura tersebut. Dalam kegiatan ini Tim Pengabdian masyarakat dan para pengusaha UMKM yang kami pilih dan damping sejumlah 4 peserta UMKM yang aktif berkumpul di Balai Desa, Ini merupakan tujuan dari tim pengabdian masyarakat ingin memberikan pelatihan Digital marketing dengan tehknik aplikasi pemasaran. Yang melakukan rangkaian kegiatan yang dimulai dengan memberikan pelatihan untuk para pelaku usaha berupa pelatihan Pengenalan Canva dan pembuatan Toko Online agar bermanfaat untuk meningkatkan dan memperluas jaringan penjualan dalam pemasaran bagi binaan UMKM desa Jatisura Setelah sesi diskusi berupa tanya jawab berakhir pelatihan kami di desa Jatisura, Cikedung Indramayu. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya menurut Diana Rapisari (2016) Integrasi strategi digital marketing berbasis aplikasi dalam sebuah bisnis memerlukan analisa faktor internal dan eksternal untuk menentukan strategi digital marketing yang paling tepat. Strategi tersebut pada intinya merupakan bentuk pemasaran yang menekankan komunikasi merek untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan<sup>7</sup>.



**Gambar 1.** Sebelum ada pemberian Pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Jatisura

Dari Tim Pengabdian memberikan solusi dengan mengadakan Pelatihan Digital Marketing pada pengusaha UMKM di desa Jatisura Cikedung, Indramayu . Tim Pengabdian masyarakat yaitu Dosen dan mahasiswa memberikan pelatihan berupa pengenalan teknologi dalam memasarkan usahanya yaitu:

1. Pelatihan mengenalkan canva menggunakan hp (bukan laptop). Adapun materi-materi yang diberikan meliputi:
  - a. pengenalan menu canva
  - b. cara masukkan dan edit gambar (geser dan crop)
2. Mendesain *story* dan *page instagram*
  - a. cara menghilangkan *green screen* (*Background Remover*)
  - b. cara memberi tulisan, *effect*, dll

- c. cara menggunakan *template* yang sudah ada
- d. cara menyimpan dan mengunduh



**Gambar 2.** Pemberian Pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Jatisura

**Tabel 1.** Distribusi Frekuensi hasil pendampingan UMKM

Kode	Frekuensi	Keterangan	Merek Usaha
P1	1	Kerupuk Mangga Rolisa dan Kopi Biji Mangga	Rolisa
P2	1	Abon Ikan Gabus	Ikan Gabus
P3	1	Catering Nasi dan Snack Box	Katering Kribo
P4	1	Souvenir Rajutan	Muacollection
<b>Jumlah</b>	4		4

Berdasarkan tabel 1 tentang distribusi frekuensi hasil pendampingan UMKM diperoleh Masyarakat yang terpilih dan kami dampingi adalah masyarakat yang hadir dalam kegiatan pelatihan Digital Marketing

1. P1, Kerupuk Mangga Rolisa dan Kopi Biji Mangga
2. P2, Abon Ikan Gabus
3. P3, Catering Nasi dan Snack Box
4. P4, Souvenir Rajutan

Berdasarkan hasil wawancara di dapat yang tim pengabdian masyarakat lakukan kepada para binaan UMKM, tentang pelatihan mengenai Digital Marketing dalam pengembangan UMKM di Desa Jatisura. P1, dari hasil pelatihan diperoleh 1 orang sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha “Kerupuk Mangga Rolisa dan Kopi Biji Mangga”, usaha yang di kelola ini melihat peluang sumber alam yang melimpah berupa mangga, maka dijadikan kesempatan dalam mengembangkan usahanya. Pemilik tersebut dalam melakukan usaha masih bersifat manual dan sederhana di dalam mengelola usahanya, khususnya dalam pemasarannya, dimulai dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), dititipkan di gerai toko oleh-oleh dikawasan sekitar, jangkauannya masih belum luas. Kegiatan pengusaha ini sudah memiliki motivasi dan sudah memiliki izin PIRT No. 2063212010770-25 dan sudah



mendapatkan sertifikasi halal, sehingga pemilik ini sudah termotivasi dan mengelola dengan baik usahanya, hanya saja dalam mengkomunikasikan untuk dipasarkan ke wilayah yang lebih luas masih mengalami kendala. Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian masyarakat disanbut antusias terbukti P1, sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha “Kerupuk Mangga Rolisa dan Kopi Biji Mangga”, pelatihan ini meningkatkan ilmunya tentang digital marketing dan merasa terbantu dengan membuat aplikasi iklan membawa harapan serta



kesempatan untuk memperluas pemasarannya.

**Gambar 3.** Produk Kerupuk Mangga “ Rolisa”

P2, dari hasil pengumpulan data diperoleh 1 orang sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha “Abon Ikan Gabus”, usaha yang di kelola mengalami penurunan omset dikarenakan COVID-19, pasca COVID-19 ini *owner* masih kehilangan pelanggan, yang dulunya pelanggan diperoleh dari wisatawan yang datang di kawasan obyek Agro Wisata Situ Bolang. Meskipun peluang SDA (Sumber Daya Alam) yang melimpah berupa ikan gabus, tetapi pemilik tersebut masih kesulitan dalam mengelola usahanya tersebut dan dalam melakukan usaha masih bersifat manual serta sederhana di dalam mengelola usahanya, khususnya dalam pemasarannya, dimulai dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), ditiptkan di kawasan obyek Agro Wisata Situ Bolang, toko oleh-oleh dikawasan sekitar, jangkauannya masih belum luas. Kegiatan pengusaha ini sudah memiliki motivasi untuk berwirausaha terbukti sudah mendaftarkan perizinan PIRT hanya saja dalam mengkomunikasikan untuk dipasarkan ke wilayah yang lebih luas masih mengalami kendala. Solusi yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian masyarakat disanbut antusias terbukti P2, sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha “Abon Ikan Gabus”, dalam usahanya merasa terbantu dengan diadakannya pelatihan tersebut, meskipun pemilik ini sudah tidak muda lagi dengan keiingintahuan tinggi dan sampai mengajak anaknya dalam menyimak pelatihan ini, *owner* ini tidak patang menyerah untuk menambah ilmunya terbukti dengan sangat antusias memperhatikan pelatihan dan langsung mengaplikasikan program ini dengan aktif bertanya, pemilik merasa ini merupakan ilmu baru dan menjadikan peluang baginya untuk memperluas jangkauan pemasarannya.



**Gambar 4.** Produk Abon “ Abon Ikan Gabus ”

P3, dari hasil pengumpulan data diperoleh 1 responden sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha catering Nasi dan *Snack Box* “Katering Kribo”, usaha yang di kelola mengalami penurunan pendapatan dikarenakan COVID-19, pasca COVID-19 ini pemilik masih kehilangan pelanggan, yang dulunya pelanggan diperoleh dari masyarakat yang mengadakan hajatan, kegiatan perkumpulan, sebelum badai COVID merusak perekonomian di Indonesia, khususnya Desa Jatisura, Cikedung, Indramayu, yang dibatasi berkumpul dalam skala besar. Akan tetapi, pemilik tersebut masih kesulitan dalam mengelola usahanya tersebut, dalam melakukan usaha masih bersifat manual dan sederhana usahanya, khususnya dalam pemasarannya, dimulai dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), jangkauannya masih belum luas. Kegiatan pengusaha ini sudah memiliki motivasi untuk berwirausaha. Dan perlu ditambahkan dalam mengkomunikasikan usaha tersebut agar semakin luas jaringan usahanya. Solusi yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian masyarakat disanbut antusias terbukti P3, sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha catering “Katering Kribo”, Keterbatasan ilmu dan pengetahuannya dapat meningkat dengan mengikuti pelatihan digital marketing ini terbantu untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pemasarannya.



**Gambar 5.** Produk Catering Nasi dan *Snack Box* “Katering Kribo”

P4, dari hasil pengumpulan data diperoleh 1 orang sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha pembuatan Souvenir “Muacollection”, berupa kerajinan tangan dari rajutan, usaha yang di kelola mengalami penurunan omset dikarenakan

COVID-19, pasca COVID-19 ini *owner* masih kehilangan pelanggan, yang dulunya pelanggan diperoleh dari wisatawan yang datang di kawasan obyek Agro Wisata Situ Bolang. Dan masyarakat yang mengadakan hajatan sebagai souvenir, sebelum badai Covid merusak perekonomian di Indonesia, khususnya Desa Jatisura, Cikedung, Indramayu, yang dibatasi berkumpul dalam skala besar. Akan tetapi, pemilik tersebut masih kesulitan dalam mengelola usaha masih bersifat manual dan sederhana, khususnya dalam pemasarannya, dimulai dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*), jangkauannya masih belum luas. Kegiatan pengusaha ini sudah memiliki motivasi untuk berwirausaha dan perlu ditambahkan dalam mengkomunikasikan usaha tersebut agar semakin luas jaringan usahanya. Solusi yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian disambut antusias terbukti P4, sebagai seorang pengusaha yang bergerak di usaha pembuatan Souvenir “Muacollection”, dalam usahanya merasa terbantu dengan diadakannya pelatihan tersebut, meskipun *owner* tersebut dari desa dan minim pengalaman, tetapi cerdas dan cepat menangkap ilmu baru yang diperoleh, pemilik ini justru tertantang untuk mengembangkan usahanya setelah memperoleh ilmu dari pelatihan mengaplikasikan dalam usahanya, dengan membuat iklan di toko online, pemilik merasa ini merupakan ilmu baru dan menjadikan peluang baginya untuk memperluas jangkauan pemasarannya.



**Gambar 6.** Produk Souvenir “Muacollection”

## **KESIMPULAN**

Tim Pengabdian UPN Veteran Jakarta dalam kegiatannya memberikan pelatihan *Digital Marketing* bagi para pelaku usaha diterima dari hasil dari empat binaan UMKM Desa Jatisura Cikedung, Indramayu memberikan jawaban untuk Produk Kerupuk Mangga “Rolisa” pelatihan ini meningkatkan ilmunya tentang digital marketing dan merasa terbantu dengan membuat aplikasi iklan membawa harapan serta kesempatan untuk memperluas pemasarannya. Produk Abon “Abon Ikan Gabus” pelatihan ini menurut pemilik usaha merasa merupakan ilmu baru dan menjadikan peluang baginya untuk memperluas jangkauan pemasarannya. Produk Catering Nasi dan *Snack Box* “Katering Kribo” hasil pelatihan ini dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuannya dengan mengikuti pelatihan digital marketing ini terbantu untuk meningkatkan pengetahuan tentang penjualan dan memperluas pemasarannya. Produk Souvenir “Muacollection” setelah



memperoleh ilmu dari pelatihan digital marketing ini, mengaplikasikan dalam usahanya, dengan membuat iklan di toko online, pemilik merasa meningkat pengetahuan dan ilmunya, menjadikan peluang baginya untuk memperluas jangkauan pemasarannya.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim Pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih kepada LPPM UPN Veteran Jakarta yang telah mendanai kegiatan Pengabdian Masyarakat di desa Jatisura , Cikedung, Indramayu, Jawa Barat. Tim Pengabdian masyarakat juga mengucapkan terima kasih kepada Pemkot Kabupaten Indramayu yang telah memberikan fasilitas Rumah singgah bagi Tim Pengabdian masyarakat selama melakukan turun lapang di Kabupaten Indramayu. Selain itu juga, Tim Pengabdian masyarakat ucapkan kepada Aparat Desa Jatisura, Cikedung, Indramayu yang telah memfasilitasi sarana dan prasarana selama mengadakan kegiatan Penfabdian Masyarakat

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmed, Z., Rizwan, M., Ahmad, M., & Haq, M. (2014). Effect of brand trust and customer satisfaction on brand loyalty in Bahawalpur. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 306–326. <https://doi.org/10.5296/jsr.v5i1.6568>
- Damian Ryan. (2014). understanding digital marketing. In *Marketing strategies for engaging the digital generation* (Thirt, pp. 1–17). Kogan Page. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Mardhiyana, D., & Sejati, E. O. W. (2016). Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kreatif dan Rasa Ingin Tahu Melalui Model Pembelajaran Berbasis Masalah. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 1(1), 672–688.
- Merisavo, M. (2006). Helsinki school of economics working papers w-400. In *Helsinki School of Economics*.
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core. *Cakrawala*, 10(2), 107–122