

Strategi Pemasaran Digital yang Efektif dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Keduemas Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten

Abu Amar¹, Awaludin Affandi², Andi Sunandar³, Monica Bramel Ari Azizah⁴, Sahroni⁵, Nurmin Arianto⁶

Universitas Pamulang, Indonesia

amar.promoamerop@gmail.com¹, awal_aff@yahoo.com²,
andisunandar86@gmail.com³, monicaazizah@gmail.com⁴, dosen01420@unpam.ac.id⁵,
dosen01118@unpam.ac.id⁶

Submitted: 12th April 2024 | **Edited:** 24th June 2024 | **Issued:** 01st July 2024

Cited on: Amar, A., Affandi, A., Sunandar, A., Azizah, M. B. A., Sahroni, S., & Arianto, N. (2024). Strategi Pemasaran Digital yang Efektif dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Keduemas Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), 282-293.

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital telah membuka peluang luas bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing. Namun masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan potensi teknologi digital secara maksimal. Salah satu kelompok UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah UMKM KEDUEMAS di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini sangat penting mengingat perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen yang semakin digital. Melalui program PKM ini akan diberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM KEDUEMAS terkait strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial, website, search engine optimation (SEO), dan pemasaran melalui email. Tujuannya agar UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, program PKM ini juga akan membantu UMKM KEDUEMAS meningkatkan daya saing di era digital melalui pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital yang efektif. Kami akan mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan UMKM KEDUEMAS, merancang strategi pemasaran digital yang tepat, dan membantu mereka dalam mengimplementasikannya. Dengan tercapainya tujuan tersebut diharapkan UMKM KEDUEMAS dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, brand awareness, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk dan daya saing di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat. Hal ini juga akan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan pemberdayaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional.

Kata Kunci : UMKM, Strategi Pemasaran Digital, Daya Saing

ABSTRACT

Advances in digital technology have opened up vast opportunities for MSMEs to expand their marketing reach and improve their competitiveness. However, many MSMEs still do not optimally utilize the potential of digital technology. One of the MSME groups facing this challenge is the KEDUEMAS MSME in Kelapa Dua District, Tangerang Regency, Banten Province. This Community Service Program (PKM) aims to improve the ability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Kelapa Dua District, Tangerang Regency, to implement

effective digital marketing strategies. This is very important considering the development of technology and the shift in consumer behavior that is increasingly digital. Through this PKM program, training and mentoring will be provided to KEDUEMAS MSME players related to digital marketing strategies, such as the use of social media, websites, search engine optimization (SEO), and marketing via email. The goal is for MSMEs to increase their knowledge and ability to utilize technology to expand market reach and increase sales. In addition, this PKM program will also help KEDUEMAS MSMEs increase their competitiveness in the digital era through the use of technology and effective digital marketing strategies. We will identify the needs and problems of KEDUEMAS MSMEs, design appropriate digital marketing strategies, and assist them in implementing them. By achieving these goals, it is expected that KEDUEMAS MSMEs can increase their marketing reach, brand awareness, and ultimately increase product sales and competitiveness in the midst of increasingly fierce digital market competition. This will also contribute to regional economic growth and empowerment of MSMEs as the backbone of the national economy.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing Strategy, Competitiveness

PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai 61,07% pada tahun 2021 dan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Pada tahun 2022, terdapat beberapa pencapaian yang telah dilakukan oleh pemerintah untuk UMKM (Badan Pusat Statistik., 2022). Hal ini membuktikan bahwa pemerintah juga mendukung perkembangan dan monitoring UMKM sebagai sektor yang penting, beberapa hal ini antara lain; telah terbentuk lebih dari 64 juta unit usaha UMKM di seluruh Indonesia, UMKM telah berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) nasional sebesar 61% dan 16,65% pada pendapatan ekspor nasional, UMKM mampu menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja di Indonesia, Total penyaluran KUR (Kredit Usaha Rakyat) Klaster sebesar Rp4,8 triliun atau sekitar 97% dari target, kepada sekitar 1,39 juta debitur, Sudah ada 20,76 juta UMKM yang on boarding digital, Hingga 23 Desember 2022, sudah ada 935.874 produk UKM dalam e-catalog yang disusun Kemenkop UKM, Terdapat 392.839 wirausaha melalui 108 kegiatan dari 27 K/L, Total penyaluran dana bergulir hingga akhir Desember 2022 sudah mencapai 100% alias sebesar Rp1,8 triliun. (Badan Pusat Statistik. 2021).

Pada tahun 2021 pemerintah meluncurkan platform Online Single Submission - Risk Based Approach (OSS RBA) yang bisa diakses melalui www.oss.go.id. Website ini digunakan sebagai media pendaftaran perizinan usaha di Indonesia bagi pelaku usaha (Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2022). Hingga tahun 2022, jumlah UMKM yang sudah mendaftarkan bisnisnya di platform OSS sudah mencapai 8,71 Juta

unit usaha. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum bisa mendapatkan akses untuk mendaftarkan bisnisnya dan membuka akses informasi yang mungkin akan disampaikan melalui platform ini. Keterbatasan akses informasi ini merupakan salah satu dari beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM untuk berkembang (Hariadi. 2018).

Kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah telah tercermin dari pertumbuhan jumlah UMKM yang ada di Indonesia, berikut merupakan data pertumbuhan UMKM. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM dilansir oleh MSME Empowerment Report 2022, Umumnya, 70,2% pemilik UMKM bermasalah saat melakukan pemasaran produk. Permasalahan berikutnya berkaitan dengan akses permodalan (51,2%), pemenuhan atau persediaan bahan baku (46,3%), dan adopsi digital (30,9%) (Huang, Z., & Benyoucef, M., 2023).

Era digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara orang berbisnis. Saat ini, konsumen lebih banyak menggunakan internet untuk mencari informasi dan membeli produk. Oleh karena itu, UMKM perlu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif (Kotler, P., & Armstrong, G. 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM menyumbang 60,34% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar adalah UMKM KEDUEMAS di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

Di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten, terdapat banyak UMKM yang bergerak di berbagai bidang, seperti kuliner, fashion, Otomotif part dan kerajinan tangan. Namun, masih banyak UMKM di kecamatan ini yang mengalami kendala dalam memasarkan produk mereka. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif di era digital; Keterbatasan akses terhadap teknologi dan informasi; dan Modal yang terbatas untuk kegiatan pemasaran (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F., 2023) .

Era digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara orang berbisnis. Saat ini, konsumen lebih banyak menggunakan internet untuk mencari informasi dan

membeli produk. Oleh karena itu, UMKM perlu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif (Prayoga et al., 2023).

Kebanyakan UMKM KEDUEMAS masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing di pasar. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar yang terbatas (Wawancara dengan Ketua UMKM KEDUEMAS, 2024). Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi pemasaran digital dapat menjadi solusi untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing UMKM KEDUEMAS (Tjahjono, G., dan Rahadi, S., 2021).

Pemasaran digital mencakup berbagai aktivitas pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, website, search engine optimization (SEO), dan pemasaran email (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Strategi pemasaran digital yang efektif dapat membantu UMKM KEDUEMAS menjangkau konsumen potensial yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan mendorong penjualan produk (Ulfah et al., 2021).

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini sangat penting mengingat perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen yang semakin digital (Saputra et al., 2023).

Melalui program PKM, akan diberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM terkait strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, website, Search Engine Optimization (SEO), dan pemasaran melalui email. Tujuannya adalah agar UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi demi memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Sifwah et al., 2024).

Kemudian juga UMKM KEDUEMAS akan dibantu untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital melalui pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital yang efektif. Kami akan mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan UMKM KEDUEMAS, merancang strategi pemasaran digital yang sesuai, serta mendampingi mereka dalam mengimplementasikannya (Anastasia et al., 2021).

Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan UMKM di Kecamatan Kelapa Dua, dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, brand awareness, dan pada akhirnya

meningkatkan penjualan produk serta daya saing di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat. Hal ini akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah dan pemberdayaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional tersebut (Saputri et al., 2022).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM KEDUEMAS Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten adalah sebagai berikut:

1. Survey awal yang berupa survey lokasi, menentukan waktu dan bentuk pelaksanaan serta sasaran peserta kegiatan, melakukan rapat koordinasi tim untuk pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.
2. Pelaksanaan Pelatihan: Diawali dengan pelatihan selama 1 hari yang memberikan materi tentang pengenalan UMKM KEDUEMAS, potensi bisnis UMKM di era digital, pentingnya strategi pemasaran digital yang efektif, serta komponen-komponen strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan. Pelatihan ini diikuti oleh 35 pelaku UMKM KEDUEMAS.
3. Pendampingan: Tim pengabdian akan melakukan pendampingan kepada 35 pelaku UMKM KEDUEMAS dalam menerapkan ilmu yang diperoleh dari pelatihan. Pendampingan akan dilakukan secara intensif agar peserta dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital dengan baik.
4. Konsultasi: tim pengabdian juga akan menyediakan layanan konsultasi bagi 35 pelaku UMKM KEDUEMAS. Konsultasi bertujuan untuk memberikan bimbingan dan saran terkait penerapan strategi pemasaran digital yang efektif bagi UMKM. Peserta dapat mengajukan pertanyaan, permasalahan, atau meminta saran kepada tim pengabdian melalui konsultasi.
5. Setelah pelatihan dan pendampingan, peserta UMKM KEDUEMAS akan menerapkan strategi pemasaran digital yang telah disusun. Implementasi strategi akan dilakukan secara bertahap dan didampingi oleh tim pengabdian. Beberapa strategi pemasaran digital yang akan diterapkan antara lain pembuatan dan optimalisasi website/toko online, pemanfaatan media sosial, penggunaan iklan

digital, penerapan strategi konten marketing, serta pemanfaatan marketplace online.

6. Untuk memastikan efektivitas dan dampak penerapan strategi pemasaran digital, tim pengabdian akan melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas strategi, sedangkan monitoring dilakukan untuk memastikan pelaksanaan strategi berjalan dengan baik dan memberikan umpan balik perbaikan jika diperlukan. Melalui serangkaian tahapan ini, diharapkan UMKM KEDUEMAS dapat menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif dan meningkatkan daya saing usahanya di pasar lokal maupun regional.

Partisipasi mitra kerjasama dalam hal ini UMKM KEDUEMAS dan Pemerintah Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang dalam pelaksanaan program PKM ini sangat kooperatif dengan memberikan ijin kepada tim untuk melaksanakan pengabdian kepada UMKM binaan Kecamatan, memberikan keterangan baik berupa informasi atau data-data yang dibutuhkan sampai rencana pelaksanaan berupa kegiatan pelatihan/pendampingan. Adapun waktu dan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan Pendampingan tersebut yaitu:

1. Pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 14 Juli 2024.
2. Tempat pelaksanaan di Aula Kecamatan Kelapa Dua, Jalan Kelapa Cengkir Tengah, Kelapa Dua, Curug Sangereng, Tangerang, Banten 15810, Indonesia.

PEMBAHASAN

KEDUEMAS (Kelapa Dua Ekonomi Masyarakat) adalah sebuah organisasi yang didirikan dengan tujuan untuk membangun perekonomian masyarakat di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang. Organisasi ini dibentuk berdasarkan Keputusan Camat Kelapa Dua Kabupaten Tangerang pada tahun 2019 dan 2020 yaitu Keputusan Camat Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Nomor: 517/1300-Kec.Klp/2019 Tgl.15 Oktober 2019 dan Keputusan Camat Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Nomor: 517/758-Kec.Klp/2020 Tgl.24 Juni 2020. UMKM KEDUEMAS memiliki visi untuk mewujudkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkualitas, maju, modern, dan mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional. Kemudian UMKM KEDUEMAS memiliki misi yaitu:

1. Membangun kemandirian, kemajuan dan kesejahteraan para pengurus, anggota dan masyarakat dengan terus meningkatkan kualitas produk melalui berbagai pelatihan-pelatihan
2. Memberikan pembinaan, dukungan dan informasi dalam pengembangan ekonomi Masyarakat dengan berperan aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk para pengusaha /pelaku UMKM dalam rangka mengembangkan usaha.
3. Meningkatkan kerjasama dengan instansi terkait untuk melakukan kegiatan fasilitasi baik dalam bentuk legalitas, perijinan, permodalan, pemasaran, pengembangan SDM, maupun pembinaan lainnya.
4. Mencetak pengusaha UMKM yang bermartabat dan naik kelas dengan melakukan sinergi pengembangan jaringan usaha dan berbagai pelatihan & pembekalan SDM Menuju UMKM Mandiri, Mampu Bersaing di tingkat Nasional dan Internasional Produk-produk yang dipasarkan oleh UMKM yang tergabung dalam

KEDUEMAS mencakup berbagai kategori, antara lain:

1. Kuliner: Mencakup produk-produk makanan dan minuman.
2. Cenderamata/Kerajinan: Mencakup produk-produk kerajinan tangan.
3. Fashion: Mencakup produk-produk pakaian dan aksesoris.
4. Kosmetik: Mencakup produk-produk perawatan dan kecantikan.
5. Agrobisnis: Mencakup produk-produk pertanian, seperti sayuran, buah-buahan, dan bumbu dapur.
6. Otomotif: Mencakup produk-produk terkait otomotif dan part

UMKM KEDUEMAS berkomitmen untuk membangun kemandirian, kemajuan, dan kesejahteraan para pengurus, anggota, dan masyarakat dengan terus meningkatkan kualitas produk melalui berbagai pelatihan. Organisasi ini juga berperan aktif dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk para pengusaha/pelaku UMKM dalam rangka mengembangkan usaha mereka. Selain itu, KEDUEMAS juga berkomitmen untuk:

1. Memberikan pembinaan, dukungan, dan informasi dalam pengembangan ekonomi masyarakat dengan berperan aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan untuk para pengusaha/pelaku UMKM.

2. Meningkatkan kerjasama dengan instansi terkait untuk melakukan kegiatan fasilitasi, baik dalam bentuk legalitas, perizinan, permodalan, pemasaran, pengembangan SDM, maupun pembinaan lainnya.
3. Mencetak pengusaha UMKM yang bermartabat dan naik kelas dengan melakukan sinergi, pengembangan jaringan usaha, dan berbagai pelatihan & pembekalan SDM.
4. Menuju UMKM yang mandiri, mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional.

Dengan komitmen dan upaya-upaya tersebut, KEDUEMAS bertekad untuk mewujudkan UMKM yang berkualitas, maju, modern, dan mampu berkompetisi dalam pengembangan kewirausahaan masyarakat di tingkat nasional dan internasional. Untuk mewujudkan tujuan dan komitmennya, KEDUEMAS melakukan berbagai program dan kegiatan, antara lain:

1. Pelatihan kewirausahaan dan pengembangan SDM bagi pelaku UMKM.
2. Fasilitasi pendampingan dan konsultasi bisnis untuk UMKM.
3. Penguatan kemitraan dan jaringan usaha antar UMKM.
4. Pameran dan promosi produk UMKM.
5. Pengurusan legalitas dan perizinan usaha.
6. Bantuan permodalan dan pemasaran produk UMKM.
7. Pembinaan dan monitoring berkelanjutan bagi UMKM.

Dalam menjalankan berbagai program tersebut, KEDUEMAS berkolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memberikan dukungan terbaik bagi pengembangan UMKM di Kecamatan Kelapa Dua. Melalui pelaksanaan program-program unggulan ini, KEDUEMAS berharap dapat mewujudkan visinya untuk membangun UMKM yang tangguh, mandiri, dan berdaya saing tinggi, sehingga dapat berkembang dan bersaing tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional dan internasional. Dalam pelaksanaan kegiatan selama ini UMKM KEDUEMAS masih belum secara optimal menjalankan ataupun mengimplementasikan seluruh strategi yang telah ditetapkan.

Beberapa strategi pemasaran digital yang masih belum dapat diterapkan oleh UMKM KEDUEMAS meliputi berbagai kegiatan sebagai berikut:

1. Membangun Website KEDUEMAS (Sistem Informasi KEDUEMAS):

UMKM KEDUEMAS mengembangkan website resmi sebagai saluran informasi dan penjualan produk secara online.

2. Menciptakan Produk Unggulan UMKM KEDUEMAS:

UMKM KEDUEMAS fokus untuk mengembangkan produk-produk unggulan yang menjadi andalan dan menarik minat konsumen.

3. Market Place (go digital):

Untuk memperluas jangkauan penjualan, UMKM KEDUEMAS memanfaatkan platform e-commerce atau marketplace digital.

4. Masuk ke Modern Market:

Selain penjualan online, UMKM KEDUEMAS juga memasuki pasar ritel modern seperti toko-toko modern atau pusat perbelanjaan.

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan, dan mendorong penjualan produk KEDUEMAS secara lebih efektif di era digital saat ini. Untuk meningkatkan daya saing, UMKM KEDUEMAS telah menerapkan strategi pemasaran digital yang komprehensif sejak pertengahan 2023 namun masih sangat minim atau bahkan belum optimal dan perlu ditingkatkan lagi. Strategi utama yang digunakan saat ini dan dirasakan masih belum optimal pemanfaatannya dan perlu terus ditingkatkan diantara para anggota UMKM KEDUEMAS meliputi berbagai kegiatan yaitu:

1. Penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, dan TikTok) untuk memperkenalkan produk, menjalin interaksi dengan pelanggan, serta mempromosikan diskon dan program penjualan secara rutin.
2. Pengembangan toko online melalui marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada, yang memudahkan pelanggan untuk memesan dan membeli produk secara daring.
3. Pemanfaatan fitur WhatsApp Business untuk memfasilitasi komunikasi dan transaksi dengan pelanggan secara personal.
4. Optimisasi website perusahaan sebagai saluran informasi dan penjualan produk secara online yang lebih komprehensif.
5. Kolaborasi dengan influencer dan konten kreator untuk meningkatkan jangkauan dan kredibilitas merek.

Melihat kebutuhan UMKM KEDUEMAS untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin ketat, tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Pamulang telah melaksanakan serangkaian kegiatan PKM yang berfokus pada peningkatan pengetahuan dan kemampuan UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Langkah pertama adalah memberikan pelatihan yang menjelaskan mengenai pengertian UMKM, pentingnya UMKM dalam perekonomian nasional, Tantangan UMKM di masa pandemi, Beberapa kesalahan bisnis UMKM di era digitalisasi dan solusinya dan strategi pemasaran digital yang efektif yang membahas mengenai pengenalan pemasaran digital dan pentingnya bagi UKM serta strategi pemasaran digital yang efektif dalam Upaya peningkatan daya saing UMKM KEDUEMAS Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang.

Selanjutnya, tim PKM akan memberikan pemahaman tentang strategi berjualan di marketplace online yang efektif. UMKM KEDUEMAS akan dilatih untuk mendaftarkan produk, mengatur toko online, serta melakukan promosi di berbagai marketplace populer. Tidak hanya itu, tim PKM juga akan memberikan pelatihan pembuatan konten digital yang menarik dan relevan bagi konsumen. UMKM KEDUEMAS akan dibekali dengan teknik-teknik pemasaran efektif melalui sosial media, seperti Facebook dan Instagram. Tim juga akan mendampingi UMKM dalam pembuatan foto produk untuk penyusunan eCatalogue UMKM KEDUEMAS yang nantinya akan dipromosikan melalui media sosial masing-masing UKM dan Media sosial resmi milik UMKM KEDUEMAS Kecamatan Kelapa Dua.

Sebagai bentuk dukungan berkelanjutan, tim PKM juga akan menyediakan layanan konsultasi terkait strategi pemasaran digital bagi UMKM KEDUEMAS. Selain itu, akan ada pendampingan berkala untuk memastikan implementasi strategi berjalan optimal, serta pemberian umpan balik dan rekomendasi perbaikan secara rutin.

Melalui rangkaian kegiatan PKM ini, diharapkan UMKM KEDUEMAS dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini pada akhirnya akan membantu UMKM KEDUEMAS meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan volume penjualan di era digital saat ini.

Melalui kegiatan PKM tersebut, diharapkan UMKM KEDUEMAS dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam menerapkan strategi

pemasaran digital yang efektif. Hal ini pada akhirnya akan membantu UMKM KEDUEMAS meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan volume penjualan di era digital saat ini.

KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini sangat penting mengingat perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen yang semakin digital.

Melalui program pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM terkait strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, website, Search Engine Optimization (SEO), dan pemasaran melalui email ini memiliki tujuan agar UMKM KEDUEMAS Kecamatan kelapa Dua Kabupaten Tangerang mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi demi memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Pengembangan kapabilitas digital bagi karyawan UMKM KEDUEMAS melalui pelatihan dan pembinaan secara berkelanjutan dapat meningkatkan efektivitas implementasi strategi pemasaran digital

Selain itu, program PKM ini juga berfokus untuk membantu UMKM KEDUEMAS dalam upaya meningkatkan daya saing di era digital melalui pemanfaatan teknologi dan strategi pemasaran digital yang efektif. Kami juga akan membantu untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan UMKM KEDUEMAS, merancang strategi pemasaran digital yang sesuai, serta mendampingi mereka dalam mengimplementasikannya.

Melalui kedua program tersebut diatas, kami berharap UMKM KEDUEMAS mampu meningkatkan kemampuan bersaing di pasar digital, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah dan pemberdayaan UMKM secara lebih luas. Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, diharapkan UMKM di Kecamatan Kelapa Dua, khususnya UMKM KEDUEMAS, dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, brand awareness, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk serta daya saing di tengah persaingan pasar digital yang semakin

ketat. Hal ini akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah dan pemberdayaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. tersebut,

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2020. <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/31/ba1c99f6d22b9d8474f61d2c/profil-bisnis-usaha-mikro--kecil--dan-menengah--umkm--2020.html>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia Tahun 2021. <https://www.bps.go.id/>. Diakses pada 9 Juni 2024.
- Hariadi, D. (2018). Strategi Promosi Penjualan Berbasis Online untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 1-14.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2023). Social commerce effectiveness: The role of social influence and relational mechanisms. *International Journal of Information Management*, 68, 102566
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017 - 2022. <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2022. "Panduan Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM." https://www.kominfo.go.id/content/detail/27527/kominfo-susun-strategi-dorong-umkm-masuk-platform-digital/0/sorotan_media. Diakses pada 9 Juni 2024.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
- Prayoga, T., & Wibowo, A. (2023). Utilization of digital marketing strategies for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the culinary industry. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 75-88.
- Tjahjono, G., dan Rahadi, S. 2021. Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Pandemi COVID-19.
- Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & Friyatmi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29-37.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431-444.
- Saputri, N. A., & Mawardi, F. D. (2022). Pendampingan pengelolaan UMKM melalui digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Batu. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 3(2), 155-163.