

PENELITIAN ASLI

PELATIHAN STRATEGI DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK PADA PENJAHIT AGAPE PASAR PETISAH MEDAN

Maretta Ginting¹, Ronnie Togar Mulia Sirait², Ernita Siagian³, Dian Angelia Pasaribu⁴

^{1,2,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sari Mutiara Indonesia

³Fakultas Komunikasi da Perpustakaan, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima: 12 Juni 2025

Direvisi: 16 Juni 2025

Diterima: 28 Juni 2025

Diterbitkan: 09 Juli 2025

Kata kunci: Strategi Digital Marketing, Peningkatan Penjualan Produk, Penjahit Agape

Penulis Korespondensi: Maretta

Ginting

Email: gintingmaretta11@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk Penjahit Agape yang berlokasi di Pasar Petisah Medan melalui pelatihan strategi digital marketing. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan platform online seperti media sosial, marketplace, dan teknik promosi digital menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar. Pelatihan ini mencakup pemahaman dasar digital marketing, pembuatan konten promosi yang menarik, serta penggunaan media sosial dan platform e-commerce secara efektif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan strategi digital marketing, yang diharapkan berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan daya saing usaha.

Jurnal Abdimas Mutiara

e-ISSN: 2722-7758

Vol. 06 No.02, Juli, 2025 (P332-337)

Homepage: <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/7>

DOI: <https://10.51544/jam.v6i2.6247>



Copyright © 2025 by the Authors, Published by Program Studi: Sistem Informasi Fakultas Sain dan Teknologi Informasi Universitas Sari Mutiara Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA Licence ([Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)).

1. Pendahuluan

Di era digital seperti saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara fundamental cara pelaku usaha menjalankan bisnis, termasuk dalam memasarkan produk dan jasa. Digital marketing atau pemasaran digital menjadi strategi utama dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien. Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dituntut untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran berbasis teknologi agar tetap mampu bersaing di tengah transformasi pasar yang dinamis (Indonesia, 2021).

Menurut (Kotler & Keller, 2016) digital marketing adalah aktivitas pemasaran yang memanfaatkan perangkat elektronik dan internet untuk menjangkau konsumen melalui

platform digital seperti media sosial, mesin pencari, dan situs web. Dengan memanfaatkan digital marketing, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Dalam konteks ini, pelatihan digital marketing menjadi sangat penting, khususnya bagi pelaku usaha yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran konvensional.

Usaha Penjahit Agape yang berlokasi di Pasar Petisah Medan merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa jahit pakaian. Meski memiliki kualitas produk yang baik dan pelanggan tetap, penjahit ini menghadapi tantangan dalam hal ekspansi pasar dan peningkatan volume penjualan. Berdasarkan hasil observasi awal, pemasaran yang dilakukan oleh Penjahit Agape masih bersifat tradisional, yaitu mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan pelanggan lama. Minimnya pemanfaatan teknologi digital menjadi hambatan utama dalam peningkatan penjualan produk.

Sejalan dengan pendapat (Chaffey & Ellis-Chadwik, 2019) digital marketing tidak hanya berperan dalam mendistribusikan informasi, tetapi juga memungkinkan interaksi dua arah dengan pelanggan serta personalisasi dalam pendekatan pemasaran. Hal ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha kecil seperti Penjahit Agape untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan. Namun, untuk dapat menerapkan strategi *digital marketing* secara efektif, pelaku usaha perlu memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai melalui pelatihan yang terstruktur dan aplikatif.

Pelatihan strategi digital marketing menjadi langkah strategis yang dapat membantu Penjahit Agape dalam mengidentifikasi target pasar, memilih platform digital yang sesuai, menyusun konten promosi yang menarik, serta mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha memahami pentingnya membangun identitas digital (digital branding), meningkatkan visibilitas produk, serta memaksimalkan peluang penjualan secara daring. Sebagaimana disampaikan oleh (Strauss & Forst, 2014) keberhasilan digital marketing terletak pada pemahaman perilaku konsumen digital, pemilihan kanal yang tepat, serta konsistensi dalam menyampaikan pesan merek secara kreatif dan interaktif.

Dengan demikian, pelaksanaan pelatihan strategi digital marketing bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi solusi untuk memperkuat daya saing UMKM di tengah era ekonomi digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam penguatan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam penerapan digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk.

Analisis Situasional

Penjahit Agape merupakan salah satu pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang jasa konveksi dan pembuatan pakaian custom, berlokasi di Pasar Petisah, Medan. Meskipun memiliki keterampilan menjahit yang cukup baik dan pengalaman bertahun-tahun dalam melayani pelanggan, usaha ini menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan skala usahanya, khususnya dalam hal pemasaran.

Selama ini, pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional, mengandalkan pelanggan tetap, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan interaksi langsung di kios. Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih ke platform digital, strategi pemasaran yang digunakan menjadi kurang efektif. Minimnya pengetahuan dan keterampilan digital menjadi penghambat utama dalam menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih aktif di media sosial.

Beberapa permasalahan utama yang teridentifikasi antara lain:

- Tidak adanya strategi *digital marketing* yang terstruktur.

- b. Ketidaktahuan dalam penggunaan media social (seperti Instagram, Facebook, tiktok) secara optimal untuk promosi/jasa.
- c. Tidak memiliki konten promosi visual (foto,video) yang menarik dan konsisten.
- d. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya *branding & positioning* usaha di platform digital.
- e. Tidak memanfaatkan fitur digital seperti *marketplace* (Shopee, Tokopedia), *Google Bisnis* atau *WhatsApp Business*.

Dari observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, diketahui Penjahit Agape Pasar Petisah Medan membutuhkan:

- a. Pemahaman dasar tentang *digital marketing*.
- b. Pelatihan penggunaan media social untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan.
- c. Penaduan dalam membuat konten digital yang menarik dan sesuai dengan target pasar.
- d. Strategi branding yang sesuai dengan karakteristik produk dan jasa yang diatawarkan.
- e. Pendampingan dalam pembuatan akun bisnis digital (*Google Business Profil*, *Instagram Business*, dll).

Berdasarkan permasalahan dan hasil observasi diatas, maka Tim Pengabdian bertujuan memberikan pelatihan yang bertujuan untuk memberdayakan mitra agar mampu:

- a. Menyusun strategi digital marketing yang sederhana namun efektif.
- b. Meningkatkan visibilitas dan jangkauan usaha secara online.
- c. Meningkatkan penjualan melalui promosi digital yang tepat sasaran.
- d. Membangun branding usaha agar lebih profesional dan menarik bagi konsumen digital.

Solusi Permasalahan Mitra

Penjahit Agape yang berlokasi di Pasar Petisah Medan merupakan pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang jasa jahit pakaian dan penjualan produk busana siap pakai. Meskipun memiliki keterampilan teknis dalam menjahit, mitra menghadapi kendala dalam meningkatkan volume penjualan karena keterbatasan dalam promosi, pemasaran, dan pemanfaatan media digital. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional, seperti mengandalkan pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga kurang menjangkau pasar yang lebih luas.

Adapun solusi yang ditawarkan Tim Pengabdian berupa:

- a. Pelatihan Dasar *Digital Marketing*
 - (1) Memberikan pemahaman tentang konsep digital marketing, keuntungannya, serta pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan.
 - (2) Penjelasan tentang perbedaan antara pemasaran tradisional dan digital serta pentingnya kehadiran online.
- b. Pembuatan dan Optimalisasi Medai Sosial Usaha
 - (1) Panduan praktis membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan TikTok.
 - (2) Pelatihan membuat konten promosi (foto produk, video pendek) yang menarik dan relevan dengan target pasar.
 - (3) Penjadwalan posting dan penggunaan fitur promosi berbayar secara efisien.
- c. Pelatihan Pemanfaatan *Marketplace*
 - (1) Membantu mitra membuat toko online di marketplace lokal seperti Tokopedia dan Shopee.
 - (2) Pendampingan mengunggah produk, menulis deskripsi yang menarik, dan menentukan harga yang kompetitif.
 - (3) Strategi menjaga rating dan pelayanan pelanggan secara online.

d. *Branding dan Visual Identity* Usaha

- (1) Membantu mitra menyusun identitas merek, seperti logo sederhana, slogan, dan narasi usaha.
- (2) Menyediakan template desain sederhana menggunakan aplikasi seperti Canva untuk kebutuhan promosi.

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan edukatif melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Metode yang digunakan dijelaskan secara deskriptif sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mitra

Langkah awal yang dilakukan adalah observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha Penjahit Agape di Pasar Petisah Medan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, khususnya terkait strategi pemasaran yang masih konvensional, jangkauan pelanggan yang terbatas, dan minimnya pemanfaatan platform digital untuk promosi serta penjualan produk jahitan.

2. Perencanaan Kegiatan

Setelah identifikasi masalah, tim pengabdian menyusun program pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi mitra. Materi pelatihan dirancang dengan fokus pada:

- (1) Pengenalan digital marketing secara umum.
- (2) Strategi penggunaan media sosial (Instagram, WhatsApp Business, Facebook) untuk promosi.
- (3) Pembuatan konten visual sederhana menggunakan aplikasi gratis (Canva).
- (4) Pengenalan marketplace (Shopee, Tokopedia) sebagai alternatif distribusi produk.
- (5) Teknik pelayanan pelanggan secara online.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara langsung (tatap muka) di lokasi mitra selama dua hari. Metode pelatihan yang digunakan mencakup:

- (1) Pemaparan materi oleh tim pengabdian menggunakan media presentasi.
- (2) Studi kasus dan contoh-contoh sukses UKM dalam menerapkan digital marketing.
- (3) Simulasi praktik langsung, seperti membuat akun bisnis di media sosial, mengunggah produk, dan membuat konten promosi.
- (4) Diskusi interaktif untuk menampung kendala dan memberikan solusi sesuai kebutuhan peserta.

4. Evaluasi dan Umpaman Balik

Melakukan survei pre dan post kegiatan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan.

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan di lokasi usaha Penjahit Agape, yang berlokasi di Pasar Petisah, Medan. Kegiatan ini melibatkan tim dosen dan mahasiswa dari perguruan tinggi serta pelaku usaha mikro, yaitu pemilik dan karyawan Penjahit Agape. Adapun hasil utama dari kegiatan ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Peningkatan Pemahaman *Digital Marketing*

- a) Sebelum pelatihan, peserta memiliki pengetahuan yang sangat terbatas mengenai digital marketing. Mereka hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan pelanggan tetap di sekitar pasar.

- b) Setelah pelatihan, peserta memahami konsep dasar digital marketing seperti pemasaran melalui media sosial (Instagram, WhatsApp Business), pentingnya konten visual (foto/video produk), serta teknik copywriting sederhana.
- 2. Penerapan *Platform Digital*
 - a) Penjahit Agape telah berhasil membuat akun Instagram bisnis dan WhatsApp Business dengan tampilan profesional.
 - b) Konten awal berupa foto produk (hasil jahitan, model baju, dan testimoni pelanggan) telah diposting secara teratur dengan jadwal mingguan.
- 3. Peningkatan *Branding* Usaha
 - a) Dengan pembuatan logo sederhana dan desain feed Instagram yang konsisten, brand Penjahit Agape menjadi lebih mudah dikenali.
 - b) Pelatihan juga membantu peserta membuat tagline dan deskripsi usaha yang menarik dan komunikatif.
- 4. Peningkatan Interaksi Dengan Konsumen
 - a) Penjahit Agape mulai menggunakan fitur “*story*” dan “*highlight*” Instagram untuk menampilkan portofolio hasil jahitan, promo, dan proses kerja (*behind the scenes*).

Pembahasan

Pelatihan ini terbukti memberikan kontribusi positif terhadap kesiapan Penjahit Agape dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Pada mulanya, keterbatasan dalam pengetahuan teknologi dan pemasaran digital menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan pasar. Melalui pelatihan yang bersifat praktis dan aplikatif, peserta menjadi lebih percaya diri dan terampil dalam mempromosikan produk secara online.

Metode pelatihan yang digunakan yakni kombinasi antara penyampaian materi teoritis dan praktik langsung terbukti efektif meningkatkan pemahaman peserta. Pendekatan ini sangat cocok bagi pelaku UMKM yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi digital.

Selain itu, pemanfaatan platform gratis dan mudah diakses (seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp Business*, dan *Canva*) menjadikan strategi *digital marketing* ini sangat relevan dan dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh Penjahit Agape tanpa memerlukan investasi besar. Penerapan *digital marketing* juga membuka peluang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar, tidak hanya terbatas pada pelanggan lokal di sekitar Pasar Petisah, tetapi juga menjangkau pelanggan dari luar kota bahkan luar daerah. Hal ini berpotensi meningkatkan volume penjualan secara signifikan dalam jangka panjang.

Meskipun hasilnya belum maksimal karena masih dalam tahap awal penerapan, pelatihan ini telah menciptakan fondasi kuat bagi Penjahit Agape untuk berkembang secara digital. Diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan atau monitoring secara berkala agar implementasi strategi digital marketing ini berjalan secara konsisten dan terukur.

4. Kesimpulan Dan Saran

Pelatihan strategi digital marketing yang diberikan kepada Penjahit Agape di Pasar Petisah Medan telah memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan potensi penjualan produk. Melalui pelatihan ini, pemilik usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pemasaran digital dalam menghadapi persaingan di era modern. Peserta pelatihan diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, serta teknik dasar pengambilan gambar produk dan penulisan konten promosi yang menarik.

Setelah mengikuti pelatihan, Penjahit Agape mulai menerapkan beberapa strategi digital seperti membuat akun bisnis di media sosial, mengunggah katalog produk secara berkala, dan berinteraksi dengan calon pelanggan secara daring. Upaya ini menunjukkan adanya peningkatan minat dari konsumen dan perlahan mulai berdampak pada peningkatan

penjualan. Pelatihan ini juga membangkitkan semangat pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan tren pasar.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada mitra yaitu:

1. Penjahit Agape disarankan untuk secara konsisten menerapkan strategi digital marketing yang telah dipelajari. Keaktifan dalam mengelola media sosial, memperbarui konten, dan menjalin komunikasi dengan pelanggan sangat penting untuk membangun brand awareness yang kuat.
2. Perlu adanya pelatihan lanjutan yang mencakup strategi digital yang lebih kompleks seperti penggunaan iklan berbayar (*paid ads*), analisis data pemasaran, dan optimalisasi mesin pencari (SEO) agar usaha dapat tumbuh lebih maksimal.
3. Penjahit Agape sebaiknya mulai membangun kolaborasi dengan pelaku usaha lain di bidang fesyen atau komunitas UMKM agar dapat saling mendukung dalam promosi dan pengembangan pasar secara digital.
4. Selain media sosial, disarankan untuk memanfaatkan *marketplace* atau *e-commerce* lokal/nasional guna memperluas jangkauan pasar ke luar kota bahkan luar provinsi.
5. Diperlukan evaluasi secara berkala untuk menilai efektivitas strategi digital yang diterapkan. Hal ini membantu dalam menentukan strategi mana yang paling efektif dan mana yang perlu ditingkatkan.

5. Ucapan Terimakasih

Kami dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terimakasih kepada Penjahit Agape Pasar Petisah Medan yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tri Dharma di Perguruan Tinggi.

6. Referensi

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketig (7th Ed.)*. New York: Pearson Education Limited.
- Indonesia, K. K. (2021). *Transformasi Digital UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM .
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Manajemen (15th. Ed.)*. New York: Pearson Education.
- Strauss, J., & Forst, R. (2014). *E-Marketing (7th Ed.)*. New York: Pearson Education.