

Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Teknologi dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten Pringsewu

¹Ni Putu Widhia Rahayu, ²Tina Miniawati Barusman, ³Haninun, ⁴Imanuriea Anisa Putri,

⁵Luke Suciati Amna.

Universitas Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia

niputu@ubl.ac.id, tinaminiawati@ubl.ac.id, haninun@ubl.ac.id, imanuriea@ubl.ac.id,

luke.suciati.amna@ubl.ac.id

Abstract

The development of digital technology provides significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve their competitiveness through the implementation of digital marketing strategies. However, many MSME actors in Pringsewu Regency still face limitations in utilizing technology, managing digital platforms, and implementing internet-based marketing strategies. This activity aims to optimize the capabilities of MSME actors through technology-based entrepreneurship training to improve digital marketing effectiveness and support regional economic growth. The implementation methods include identifying MSME needs, providing training on digital platform utilization, developing social media promotion strategies, creating creative digital content, and assisting participants in implementing digital marketing practices. The results indicate an improvement in participants' knowledge and skills in utilizing digital technology to expand market reach, increase customer engagement, and develop business innovations. The implementation of digital marketing strategies is expected to strengthen MSME sustainability and contribute to improving the economic growth of communities in Pringsewu Regency.

Keywords: *MSMEs, digital marketing, technology-based entrepreneurship, training, regional economic growth.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing melalui penerapan strategi pemasaran digital. Namun, masih banyak pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu yang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi, pengelolaan media digital, serta strategi pemasaran berbasis internet. Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan kemampuan pelaku UMKM

melalui pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi guna meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan UMKM, pelatihan penggunaan platform digital, pengembangan strategi promosi melalui media sosial, pembuatan konten kreatif, serta pendampingan dalam penerapan pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mengembangkan inovasi bisnis. Penerapan strategi pemasaran digital diharapkan mampu memperkuat keberlanjutan usaha UMKM dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Kabupaten Pringsewu.

Kata kunci: UMKM, pemasaran digital, kewirausahaan berbasis teknologi, pelatihan, pertumbuhan ekonomi daerah.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pengembangan potensi ekonomi lokal. Di Indonesia, UMKM menjadi salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pemasaran, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital. Perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser menuju platform digital menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi melalui penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi. Perkembangan teknologi informasi telah memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan digital marketing, media sosial, dan platform perdagangan elektronik (e-commerce). Digital marketing memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, meningkatkan visibilitas produk, serta menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemanfaatan teknologi digital juga dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif melalui inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan. sebagian besar pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan dalam memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara optimal. Permasalahan yang sering ditemukan meliputi rendahnya literasi digital, kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan media sosial bisnis, keterbatasan kemampuan membuat konten pemasaran, serta belum optimalnya pemanfaatan platform digital sebagai sarana pengembangan usaha. Menurut Rahayu dan Day (2017), adopsi teknologi informasi pada UMKM masih dipengaruhi oleh faktor kemampuan sumber daya manusia, kesiapan organisasi, dan pemahaman terhadap manfaat teknologi digital.

Kabupaten Pringsewu sebagai salah satu daerah yang memiliki perkembangan sektor UMKM cukup potensial membutuhkan strategi pemberdayaan yang mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi digital menjadi salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM, khususnya dalam menyusun strategi pemasaran yang inovatif, membangun merek (branding), serta memanfaatkan media digital untuk memperluas pasar. Penerapan strategi pemasaran digital tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha melalui peningkatan daya saing dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Menurut Ainin et al. (2015), penggunaan media sosial oleh UMKM mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja bisnis melalui peningkatan komunikasi dengan pelanggan, penguatan hubungan bisnis, dan perluasan jaringan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan strategi pemasaran digital berbasis teknologi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu. Melalui kegiatan PKM dengan judul “Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital bagi UMKM melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Teknologi dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten Pringsewu”, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai strategi pemasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM, perluasan akses pasar, serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan **pelatihan dan pendampingan** kepada pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahapan, yaitu: **(1) persiapan**, meliputi koordinasi dengan mitra, identifikasi kebutuhan, serta penyusunan materi pelatihan; **(2) pelaksanaan pelatihan**, yang dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi, dan praktik mengenai strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, marketplace, serta pembuatan konten promosi; **(3) pendampingan**, yaitu membimbing peserta dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital sesuai karakteristik usahanya; dan **(4) evaluasi**, yang dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi, serta umpan balik peserta untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan pemasaran digital. Pendekatan pelatihan yang disertai pendampingan diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM sehingga strategi pemasaran digital dapat diterapkan secara berkelanjutan (Kemendikbudristek, 2024; Kotler et al., 2022).

PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih mengandalkan pemasaran secara konvensional dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta penggunaan marketplace untuk memperluas akses pasar, berikut sesi praktik PKM berlangsung:



Gambar 1 Kegiatan Pelatihan

Selama sesi praktik dan pendampingan, peserta mampu membuat akun media sosial bisnis, menyusun konten promosi yang lebih menarik, serta memahami cara memanfaatkan fitur-fitur digital untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler et al. (2022) yang menyatakan bahwa transformasi pemasaran berbasis teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai dan daya saing usaha. Pendampingan yang dilakukan setelah pelatihan juga membantu peserta mengatasi berbagai kendala dalam implementasi pemasaran digital, seperti pembuatan konten, pengelolaan akun bisnis, dan konsistensi promosi. Melalui pendampingan,

peserta memperoleh solusi yang lebih sesuai dengan karakteristik usahanya sehingga penerapan strategi pemasaran digital menjadi lebih efektif dan berkelanjutan. Selain meningkatkan kompetensi digital, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi.

kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dipadukan dengan pendampingan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran digital. Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan berdampak pada peningkatan jangkauan pasar, penjualan produk, dan pendapatan usaha, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah Kabupaten Pringsewu. Hasil ini juga sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas melalui pendidikan dan pendampingan sebagai upaya menciptakan kemandirian masyarakat (Suharto, 2021). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta mampu memahami konsep digital marketing, memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi, serta menyusun konten pemasaran yang lebih efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas



Gambar 2 Kegiatan Pelatihan

KESIMPULAN

Penerapan strategi pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, memperluas pangsa pasar, serta mendukung peningkatan penjualan dan pendapatan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi dalam penguatan kapasitas pelaku UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah Kabupaten Pringsewu. Ke depan,

diperlukan pendampingan yang berkelanjutan serta kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pelaku usaha agar transformasi digital UMKM dapat berjalan secara optimal dan berkesinambungan.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, diperlukan pendampingan secara berkelanjutan bagi pelaku UMKM agar mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan pengembangan usaha. Pelatihan lanjutan terkait pengelolaan media sosial, strategi pembuatan konten digital, pemasaran melalui marketplace, serta analisis data pemasaran perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan pihak terkait diharapkan dapat terus membangun kolaborasi dalam menyediakan program pemberdayaan UMKM berbasis teknologi sehingga tercipta ekosistem usaha yang inovatif, mandiri, dan berdaya saing. Dengan dukungan yang berkelanjutan, UMKM di Kabupaten Pringsewu diharapkan mampu memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Pringsewu. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemerintah daerah Kabupaten Pringsewu, para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan ini. Apresiasi juga diberikan kepada tim pelaksana dan pihak pendukung lainnya yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pemikiran sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 570–588. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205>
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance? *Telecommunications Policy*, 43(9), 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>

<http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/bakatmanajemen>

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson.
- Kemendikbudristek. (2024). *Panduan pelaksanaan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat*. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2018-0425>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7, 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Suharto, E. (2021). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial (Edisi revisi)*. Refika Aditama.