

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	8

**Indonesian Journal of Cultural and
Community Development**

ISSN 2615-6180 (ONLINE)



BROUGHT TO YOU BY

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" [International University of Tourism, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Increasing Sales for Kalitengah Village SMEs Through Effective Digital Marketing Seminars

Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Kalitengah Melalui Seminar Digital Marketing yang Efektif

Yuswono Hariswanda, cintakhoirin@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Ita Tafiur Rosyidah, cintakhoirin@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Eva Dwi Maulidiya, cintakhoirin@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Rio Chandra, cintakhoirin@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Anis Khoirin Hayati, cintakhoirin@gmail.com, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

Kuliah Kerja Nyata (KKN) is a pivotal intramural activity that integrates education with community service, aimed at fostering the Three Higher Dharma. **General Background:** In the context of Indonesia's economic landscape, Micro, Small, and Medium Enterprises (SMEs) are vital for local economic development but often lack effective marketing strategies. **Specific Background:** This study addresses the gap in digital marketing knowledge among SMEs in Kalitengah, Tanggulangin, particularly within the Muhammadiyah Branch community. **Knowledge Gap:** Despite the potential benefits of digital marketing, many SMEs remain unaware of its effective implementation, leading to limited economic growth. **Aims:** This research aims to evaluate the impact of digital marketing seminars on the growth and sustainability of local SMEs. **Results:** A survey of 30 SMEs participating in a seminar revealed a 90% participation rate, demonstrating high engagement. Post-seminar analysis indicated significant improvements in marketing strategies and business performance. **Novelty:** This study contributes new insights into the relationship between digital marketing education and SME development in rural Indonesia. **Implications:** The findings underscore the necessity of ongoing digital training for SMEs, suggesting that enhanced marketing capabilities can significantly improve the economic resilience of local communities, thereby supporting broader economic development objectives.

Highlights:

Impact of Digital Marketing: The seminar significantly improved marketing strategies and business performance for local SMEs in Kalitengah.

High Engagement: A 90% participation rate indicates strong interest and commitment from the community towards enhancing their business skills.

Ongoing Education: The study emphasizes the necessity for continuous digital marketing training to foster economic resilience in rural areas.

Keywords: Kuliah Kerja Nyata, Digital Marketing, SMEs, Community Development, Muhammadiyah.

Pendahuluan

Program pengabdian ke masyarakat dengan tema pemasaran digital adalah program peningkatan kompetensi ditujukan kepada pelaku usaha yang ingin atau telah memiliki usaha di skala Mikro, Kecil, dan Menengah. (UMKM). Pemasaran digital adalah salah satu bentuk media yang paling populer digunakan oleh masyarakat umum untuk mempromosikan berbagai kegiatan. Faktor ekonomi terpenting yang telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia dan lokal adalah berkembangnya usaha kecil dan menengah. (UMKM). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran signifikan dalam ekonomi Indonesia, terutama di daerah pedesaan seperti Kalitengah. Namun, di tengah lanskap digital yang berkembang pesat saat ini, banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan potensi bisnis mereka. Salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM adalah kurangnya pemahaman dan keakraban dengan strategi pemasaran digital[1][2]

Untuk mengatasi masalah ini, menyelenggarakan seminar pemasaran digital yang efektif akan menjadi langkah strategis dalam memberikan pendidikan kepada UMKM di Kalitengah. Tujuan seminar ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan alat yang dibutuhkan oleh bisnis lokal agar dapat meningkatkan visibilitas mereka di internet, memperbesar pangsa pasar, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan mereka[3]. Pengabdian kepada masyarakat ini dapat membantu UMKM untuk mendukung era revolusi industri 4.0. Sejumlah besar pengguna internet, terutama pengguna media sosial, harus dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan pasar mereka. Diharapkan dengan inisiatif ini, UMKM Desa Kalitengah dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghasilkan pendapatan baru. Dengan penekanan pada bakat lokal dan inovasi digital, seminar ini memiliki potensi untuk menjadi katalisator perubahan signifikan dalam lanskap bisnis Kalitengah[4][5].

Metode

A. Perencanaan Kegiatan

Pada proses perencanaan kegiatan ini meliputi :

Pembuatan proposal dan mengurus surat izin dari Lurah Desa Kalitengah untuk melaksanakan kegiatan Seminar Digital Marketing Sosial Media guna untuk Masa Depan dan Kesejahteraan UMKM. Setelah mengajukan proposal selesai, dan izin sudah didapat dari Lurah Desa Kalitengah, maka selanjutnya adalah menyusun jadwal dan kegiatan Seminar[6]

B. Pelaksanaan Kegiatan Kegiatan

Seminar ini dilaksanakan mulai September 2024, diawali dengan mengunjungi Tempat Kelompok Usaha UMKM Ranting Muhammadiyah di desa Kalitengah, Untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan yang akan diadakan, dan mengurus izin pelaksanaan kegiatan dengan pihak Kelurahan ketua binaan, penyusunan materi, dokumentasi materi[7]. Adapun pelaksanaan kegiatan ini akan dilaksanakan pada bulan September 2024[8].

C. Peserta Pelatihan

Sesuai target yang dijelaskan diatas, peserta pada Seminar Digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan produksi dan pemasaran ini adalah UMKM Ranting Muhammadiyah dengan jumlah 30 orang[9].

D. Penyuluhan Atau Instruktur

Penyuluhan atau instruktur dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penulis. Situasi saat ini terdiri dari Kegiatan seminar ini dimulai dengan adanya penyampaian tujuan akan diadakannya kegiatan oleh kelompok UMKM Ranting Muhammadiyah , dimana tujuan tersebut juga selaras dengan manfaat dari kegiatan ini, sesuai dengan tema nya yaitu

Masa Depan Digital Marketing Dalam Menavigasi Trend dan Teknologi Untuk Kesuksesan Bisnis Dalam Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Ranting Muhammadiyah Desa Kalitengah . Tim Pelaksana Seminar Dari Mahasiswa Umsida dan 1 dosen.

1. Risky Eka F,S.Mb.,M.SM. bertanggung jawab dalam berlangsung acara, menyampaikan materi dan praktik simulasi mengenai pengelolaan Digitalisasi Marketing untuk pemasaran.

2. Mahasiswa Umsida. bertanggung jawab untuk mempersiapkan kebutuhan Seminar, seperti; absensi, pengadaan konsumsi, Materi dan dokumentasi.

E. Peralatan Kegiatan

Untuk melengkapi kegiatan pengabdian ini, maka pemateri membutuhkan beberapa pendukung sebagai berikut :

1. Untuk perangkat keras (Hardware)
 1. Laptop
2. Untuk Perangkat Lunak (Software)
 1. Sistem Operasi : Microsoft
 2. Ms. Power Point

D. Perencanaan Kegiatan

Persiapan yang dilakukan dalam pelaksanaan Seminar kepada masyarakat ini yaitu :

1. Tahapan Persiapan

1. Observasi. Yakni tim KKN Mahasiswa Umsida melakukan pengamatan langsung ke lokasi tempat kegiatan berlangsung yakni pada UMKM Ranting Muhammadiyah di Kelurahan Kalitengah , Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.
2. Wawancara. Yakni penulis menemui Ketua UMKM Ranting Muhammadiyah Sebagai untuk silaturahmi dan koordinasi berkaitan dengan materi yang akan dibahas pada kegiatan ini.
3. Studi Dokumen. Yakni pengumpulan dokumen-dokumen berkaitan dengan kegiatan pelaksanaan seminar.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan seminar ini dilaksanakan yaitu, pada tanggal 04 September 2024. Kegiatan bertempat di Balai Desa Kalitengah pada Pukul 19.00 s/d Selesai wib untuk penyampaian materi digitalisasi marketing. Materi akan di jelaskan oleh Risky Eka F,S.Mb.,M.SM

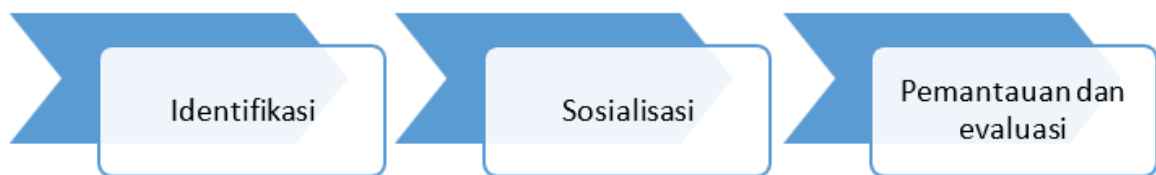


Figure 1.

Hasil dan Pembahasan

1. Identifikasi Dengan Pendekatan Komunitas

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo melakukan pendekatan dengan Pengurus Ranting Muhammadiyah di Desa Kalitengah untuk menganalisis peluang dan tantangan yang ada seperti sumber daya manusia, dan lingkungan. Selain itu dibutuhkan sosialisasi tentang Digital Marketing. Seperti yang sudah dijelaskan di latar belakang masalah bahwa Desa Kalitengah merupakan desa yang padat kawasan pemukiman penduduk dari peluang berbisnis menjadi faktor utama, karena Desa Kalitengah ini merupakan desa yang sudah modern harus di kembangkan untuk sektor UMKM dan cara untuk pemasaran dengan teknologi yang sudah canggih. Oleh karena itu Mahasiswa Muhammadiyah Sidoarjo melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui Seminar kepada Pimpinan Ranting Muhammadiyah Desa Kalitengah[10].



Figure 2. Survey UMKM Desa Kalitengah

2. Kegiatan Seminar

Kegiatan seminar digital marketing untuk UMKM Desa Kalitengah telah berhasil dilaksanakan dengan dihadiri oleh 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor. Hasil Kegiatan ini dapat dirangkum sebagai berikut :

1. *Peningkatan Pemahaman Digital Marketing*
 1. 85% peserta melaporkan peningkatan pemahaman tentang konsep dasar digital marketing.
 2. 70% peserta mampu mengidentifikasi minimal 3 platform digital yang relevan untuk bisnis mereka.
2. *Implementasi Strategi Digital Marketing*
 1. Dalam 1 bulan pasca seminar, 60% peserta telah membuat atau mengoptimalkan akun media sosial bisnis mereka.
 2. 40% peserta mulai menggunakan teknik content marketing sederhana seperti posting produk secara reguler.
3. *Peningkatan Penjualan*
 1. 30% peserta melaporkan peningkatan penjualan sebesar 10-15% dalam 2 bulan setelah mengimplementasikan strategi digital marketing.
 2. 20% peserta berhasil mendapatkan pelanggan baru melalui platform digital.
4. *Kendala yang Dihadapi*
 1. 25% peserta masih mengalami kesulitan dalam konsistensi pengelolaan media sosial.
 2. 35% peserta menyatakan butuh pendampingan lebih lanjut untuk optimalisasi strategi digital marketing.

Hasil Kegiatan

Hasil seminar pemasaran digital untuk UMKM Desa Kalitengah telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital oleh staf UMKM. [11] Peningkatan pemahaman lebih dari 85% menunjukkan bahwa materi yang disajikan dalam seminar tersebut efektif dan dapat digunakan secara efektif oleh para peserta. Ini sejalan dengan temuan [12] yang menyimpulkan bahwa pendidikan pemasaran digital memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa UMKM. Pelaksanaan strategi pemasaran digital oleh 60% peserta dalam seminar selama sebulan meningkatkan semangat dan kesiapan UMKM untuk beradaptasi dengan era digital. Namun, data juga menunjukkan bahwa 40% responden belum menerapkan strategi tersebut. Ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor seperti kurangnya waktu, uang, atau kurangnya kepercayaan pada diri sendiri saat menerapkan strategi pemasaran digital.

Peningkatan penjualan sebesar 10-15% oleh 30% karyawan dalam dua bulan terakhir adalah indikator awal yang positif. Meskipun proporsinya kecil, hal ini menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan jika strategi pemasaran digital diterapkan secara konsisten dan optimal. [13] Studi ini mendukung temuan [14], yang menemukan bahwa penggunaan pemasaran digital dapat secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM. Kendala yang dihadapi oleh peserta, terutama dalam hal konsistensi pengelolaan media sosial dan kebutuhan akan pendampingan lebih lanjut, menunjukkan perlunya program lanjutan yang lebih intensif. Ini sejalan dengan rekomendasi [15], yang menekankan pentingnya perbaikan berkelanjutan dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM.

Berdasarkan hasil dan analisis yang disajikan di atas, Itu bisa jadi bahwa konferensi pemasaran digital memberikan dampak positif bagi UMKM Desa Kalitengah. Namun, untuk memaksimalkan potensi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dan dukungan yang berkelanjutan.



Figure 3. Hasil Kegiatan Seminar Digital Marketing

Simpulan

Seminar pemasaran digital untuk UMKM Desa Kalitengah berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang dasar-dasar pemasaran digital, dengan 85% peserta melaporkan peningkatan pemahaman. Implementasi strategi pemasaran digital oleh peserta memberikan hasil yang positif, dengan 60% dari mereka mengoptimalkan akun bisnis media sosial mereka setelah seminar selama satu bulan. Meskipun ada efek positif, terdapat beberapa kekurangan, seperti kurangnya konsistensi dalam penggunaan media sosial dan kebutuhan untuk pengembangan jangka panjang. Seminar ini telah memberikan dampak positif terhadap adaptasi UMKM Desa Kalitengah di era digital meskipun demikian, pelatihan yang lebih komprehensif diperlukan untuk memaksimalkan potensi digital. Misalnya, program yang lebih intensif diperlukan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi orang-orang, terutama dalam hal konsistensi media sosial. Perbaikan berkelanjutan diperlukan untuk membantu UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka. Selain itu, pelatihan yang lebih spesifik untuk setiap platform pemasaran digital yang relevan dengan UMKM harus disediakan.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas bantuan mereka dalam kegiatan pengabdian. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Pimpinan Ranting Muhammadiyah dan Pimpinan Ranting Aisyiyah atas bimbingan dan dukungan, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik.

References

1. F. A. Yusuf, L. E. Widi Fajari, J. W. Kusuma, H. Kurniawanto, and S. Hidayat, "Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Seminar Strategi Sukses UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga bagi Masyarakat Pesisir Pulo Panjang Banten," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, vol. 5, no. 1, 2024. doi: 10.46306/jabb.v5i1.
2. J. Hutagalung, H. Winata, H. Jaya, and O. Fathinia Sabila, "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Pengembangan Marketing dan Branding Produk pada UMKM," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, vol. 3, no. 2, pp. 137-144, 2023.
3. F. Panca Juniawan, M. Suci Mayasari, H. Arie Pradana, L. Tommy, and D. Yuny Sylfania, "Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka," *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 1, 2023.
4. M. G. Pangestu, Y. Yossinomita, M. G. Pangestu, and D. Angraini, "Pelatihan Digitalisasi Marketing dalam Upaya Peningkatan Produksi dan Pemasaran pada Bisnis Online UMKM Kerupuk Ikan Kelurahan Pasir Panjang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, vol. 2, no. 2, 2023. doi: 10.33998/jpmu.2023.2.2.877.
5. K. Pencerahan Kelompok, B. Faisal Faris, Z. Maziya, M. Daniel Nur Diansyah, D. Machrus Aly, and A. Wahyuni, "Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Sekolah Dasar dan UMKM Desa Banjarkejen," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*.
6. S. Riyanto, M. Nur, L. Azis, and A. R. Putera, "Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing

- pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/abdimas>.
7. F. A. Yusuf, L. E. Widi Fajari, J. W. Kusuma, H. Kurniawanto, and S. Hidayat, "Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Seminar Strategi Sukses UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga bagi Masyarakat Pesisir Pulo Panjang Banten," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2024.
 8. F. A. Yusuf, L. E. Widi Fajari, J. W. Kusuma, H. Kurniawanto, and S. Hidayat, "Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Seminar Strategi Sukses UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga bagi Masyarakat Pesisir Pulo Panjang Banten," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2024.
 9. H. Kurniawanto, H. Hanafiah, and A. Hidayat, "Pengembangan UMKM Bontot Salminah Sebagai Kuliner Khas Kota Serang Menuju Era Industri 5.0," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2020.
 10. N. Sari, E. Kurniati, and L. E. Widi Fajari, "The Presence of a Play Space for Post Disaster Recovery," *Acta Pedagogia Asiana*, 2023.
 11. T. S. Ramadhan, N. Wahyuningtiyas, and M. T. Arsyianto, "Meningkatkan Potensi UMKM: Strategi Digital Marketing untuk Sukses Pemasaran," *Jurnal Abdi Insani*, 2024.
 12. A. Budiantini, A. Sutihat, and A. Risthi, "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk untuk Meningkatkan Profit UMKM," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 2023.
 13. J. Hutagalung, H. Winata, S. Sobirin, H. Jaya, and O. F. Sabila, "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Pengembangan Marketing dan Branding Produk pada UMKM," *ABDIMAS IPTEK*, 2023.
 14. S. Sulistyorini, A. Setyarini, and S. Dwiantari, "Pelatihan Digital Marketing Pada Marketplace Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Kelurahan Mlatibaru Semarang," *TEMATIK*, 2023.
 15. F. Tirtoni and D. Susanto, "Pemberdayaan Masyarakat UMKM Desa Katerungan Melalui Workshop Pelatihan Branding Produk dan Digital Marketing," *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 2024.