

UMKM NAIK KELAS LEWAT DIGITALISASI: OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK UMKM DI KEDIRI RAYA

Chasa Puput Tri Mei Anjarwati¹, Silva Puspita Candra Kirana², Fransiska³, Nana Pangestu⁴, Binti Nur Asiyah⁵

^{1,2,3,4} UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

chasapuput15@gmail.com¹, siskafran629@gmail.com², silvapuspitacandra17@gmail.com³,

nanapangestu8054@gmail.com⁴, binti.nur.asiyah@uinsatu.ac.id⁵

ABSTRAK

Dalam membina dan mengembangkan UMKM di Kediri Raya, diperlukan wadah yang berfungsi sebagai pembinaan dan pelatihan yang dilakukan secara terus-menerus. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan agar UMKM dapat menambah kemampuan dan pengalaman dalam digital marketing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Trenggalek, Tulungagung, dan Kediri dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya digital marketing, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif-partisipatif, melalui pelatihan langsung dan pendampingan berkelanjutan. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial, desain promosi digital, strategi penulisan konten, serta penguatan identitas merek. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM, meskipun sebagian besar belum memiliki literasi digital yang memadai, menunjukkan antusiasme tinggi dan mulai mampu mengimplementasikan strategi digital marketing dalam usaha mereka. Program ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam transformasi digital UMKM lokal untuk menjawab tantangan era bisnis modern.

Kata kunci: *UMKM, Digital Marketing, Pengabdian Kepada Masyarakat*

ABSTRACT

In fostering and developing MSMEs in Kediri Raya, a forum is needed that functions as continuous coaching and training. This Community Service (PKM) activity aims for MSMEs to be able to increase their skills and experience in digital marketing. This community service activity aims to increase the capacity of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Trenggalek, Tulungagung, and Kediri areas in utilizing digital technology, especially digital marketing, to expand market reach and increase product competitiveness. The method used is an educational-participatory approach, through direct training and ongoing mentoring. Training materials include the use of social media, digital promotion design, content writing strategies, and strengthening brand identity. The results of this activity show that MSME actors, although most do not yet have adequate digital literacy, show high enthusiasm and are starting to be able to implement digital marketing strategies in their businesses. This program is expected to be the first step in the digital transformation of local MSMEs to answer the challenges of the modern business era.

Keywords: *MSMEs. Digital Marketing, Community Service*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun sangat pesat. Jika kita mengingat sepuluh tahun yang lalu, budaya masyarakat terasa jauh dari peradaban digital yang ada saat ini. Dulu, kehidupan terasa lebih sederhana dan primitif dibandingkan dengan sekarang. Kini, kemajuan teknologi berkembang pesat, terutama dalam dunia bisnis, yang tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga pada strategi penjualan yang semakin beragam dan efisien. Perubahan ini mendorong pelaku usaha, untuk beradaptasi agar tetap dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Saat ini, media digital menjadi pilihan utama karena kemampuannya menjangkau pasar lebih luas, tanpa batas geografis, dan memengaruhi konsumen melalui konten yang lebih interaktif dan personal. Salah satu kemajuan terbesar dalam teknologi digital adalah internet, yang telah mengubah sistem pemasaran tradisional menjadi lebih modern dan berbasis data. Era digital ini telah mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan, dari pendidikan hingga ekonomi. Dalam bisnis, digitalisasi telah merevolusi pemasaran, menggantikan metode tradisional dengan penggunaan teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis data. Perubahan ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen lebih cepat, lebih tepat, dan lebih efisien, serta meningkatkan daya saing dan kelangsungan usaha di tengah perkembangan zaman yang terus maju.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang sangat vital bagi perekonomian nasional, karena banyak orang yang bergantung padanya untuk memenuhi kebutuhan hidup. UMKM tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga terbukti tangguh dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi, sehingga eksistensinya tidak diragukan lagi. Sektor ini juga menjadi pendorong

utama pertumbuhan ekonomi nasional. Daerah Kediri Raya memiliki potensi ekonomi yang kuat melalui sektor UMKM, yang didukung oleh pertumbuhan yang signifikan dan keberagaman produk unggulan. Berbagai produk UMKM di wilayah ini, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan tekstil, semakin dikenal luas baik di pasar lokal maupun nasional. Selain itu, dukungan pemerintah yang terus hadir dalam bentuk program pendampingan, pelatihan, dan fasilitasi akses pasar memperkuat eksistensi UMKM di daerah ini. Akses ke pasar yang luas, baik melalui jalur distribusi fisik maupun digital, semakin memperluas jangkauan produk UMKM. Namun, meskipun potensi pasar yang besar, banyak pelaku UMKM di Kediri Raya yang belum sepenuhnya memanfaatkan kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang Digital Marketing. Kurangnya keterampilan dalam pemasaran digital menjadi tantangan yang harus dihadapi agar UMKM dapat memaksimalkan potensi pasar global yang lebih luas.

Pada pengabdian ini kami memberikan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif, di mana tim pengabdian kami yang terdiri dari 4 mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung secara langsung memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM di tiga wilayah berbeda, yaitu Trenggalek, Tulungagung, dan Kediri. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk (digital marketing).

Tim pengabdian kami dibagi ke dalam tiga tim sesuai dengan wilayah sasaran. Masing-masing tim turun langsung ke lokasi untuk melakukan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM, dengan rincian sebagai berikut: 3 UMKM di Trenggalek, 6 UMKM di Tulungagung, dan 3 UMKM di Kediri.

Pelatihan yang diberikan mencakup berbagai aspek digital marketing, antara lain: Pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (Instagram, Facebook, Tiktok, WA Bussines), teknik dasar desain promosi digital (editing pamflet/flyer menggunakan aplikasi canva), strategi penulisan caption yang menarik, teknik pengunggahan konten yang efektif, pemanfaatan fitur promosi media sosial untuk memperluas jangkauan pasar, dan strategi membangun identitas brand melalui platform digital

Setiap sesi pelatihan dilakukan secara langsung (tatap muka) di lokasi UMKM, dengan pendekatan interaktif dan berbasis praktik agar mitra dapat langsung mengaplikasikan materi yang diberikan. Untuk memperkuat hasil pelatihan, pendampingan berkelanjutan juga dilakukan melalui komunikasi aktif via WhatsApp. Nomor kontak pelaku UMKM dikumpulkan guna memberikan ruang konsultasi dan bimbingan secara fleksibel apabila mereka menghadapi kendala dalam penerapan strategi digital marketing.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui tiga tahap utama, yaitu pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan pasca-kegiatan, yang dirancang secara sistematis agar proses pelatihan dan pendampingan berjalan efektif dan berkelanjutan.

1. Tahap Pra Kegiatan

Pada tahap ini, tim pelaksana kegiatan melakukan sejumlah persiapan penting untuk mendukung kelancaran pelatihan. Langkah awal meliputi identifikasi dan pemetaan UMKM yang

menjadi sasaran program, yaitu di wilayah Trenggalek, Tulungagung, dan Kediri. Masing-masing wilayah dipilih berdasarkan potensi UMKM dan kesiapan mitra untuk menerima pelatihan digitalisasi. Setelah UMKM ditentukan, tim melakukan koordinasi internal untuk pembagian wilayah dan tugas, serta menyusun modul pelatihan yang relevan dan aplikatif. Materi yang disiapkan meliputi panduan penggunaan media sosial, teknik desain promosi digital sederhana, serta strategi pemasaran berbasis konten. Selain itu, tim juga menyiapkan perangkat pendukung pelatihan seperti laptop, koneksi internet, dan aplikasi desain ringan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian, yaitu pelatihan dan pendampingan langsung kepada UMKM. Tim pelaksana dibagi menjadi tiga kelompok yang masing-masing bertugas mendatangi UMKM di wilayah sasaran: 3 UMKM di Trenggalek, 6 UMKM di Tulungagung, dan 3 UMKM di Kediri. Setiap sesi pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan partisipatif, agar mitra tidak hanya menerima teori, tetapi juga dapat langsung mempraktikkan materi yang diberikan. Materi pelatihan meliputi pembuatan akun media sosial, cara mendesain pamflet digital menggunakan aplikasi sederhana, teknik penulisan caption menarik, strategi mengunggah konten secara terjadwal, serta cara memperluas jangkauan pasar melalui fitur promosi di platform digital. Mitra juga diajari bagaimana membangun branding produk secara konsisten di media sosial.

3. Tahap Pasca Kegiatan

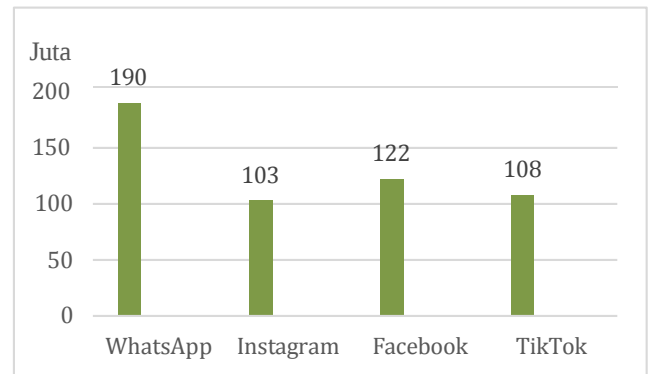
Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, tim pelaksana tidak langsung mengakhiri keterlibatan dengan mitra. Sebagai bentuk keberlanjutan kegiatan, dilakukan pendampingan jarak jauh melalui media komunikasi WhatsApp. Setiap mitra pelatihan diminta untuk memberikan kontak aktif, sehingga tim dapat memantau

perkembangan implementasi digital marketing mereka. Dalam proses pendampingan ini, mitra diberikan kesempatan untuk berkonsultasi jika mengalami kendala teknis atau ingin mengembangkan strategi pemasaran lebih lanjut. Tim juga memberikan evaluasi ringan terhadap konten yang diunggah oleh UMKM, dan menyarankan perbaikan atau pengembangan sesuai karakteristik produk mereka. Pendampingan ini menjadi salah satu kunci agar pelatihan tidak bersifat satu arah, melainkan terus mendorong kemandirian dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Di era digital saat ini, pemanfaatan media digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. UMKM sebagai pilar utama ekonomi nasional perlu beradaptasi dengan perubahan ini agar dapat bertahan dan tumbuh di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Menurut Larasati et al. (2021), era digital telah membawa perubahan besar dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk sistem pemasaran yang kini lebih banyak dilakukan secara daring. Digital marketing menjadi salah satu strategi efektif karena mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan personal (Dash, Kiefer, & Paul, 2021). Hal ini menjadi dasar kuat untuk menyelenggarakan pelatihan yang menasar peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri.

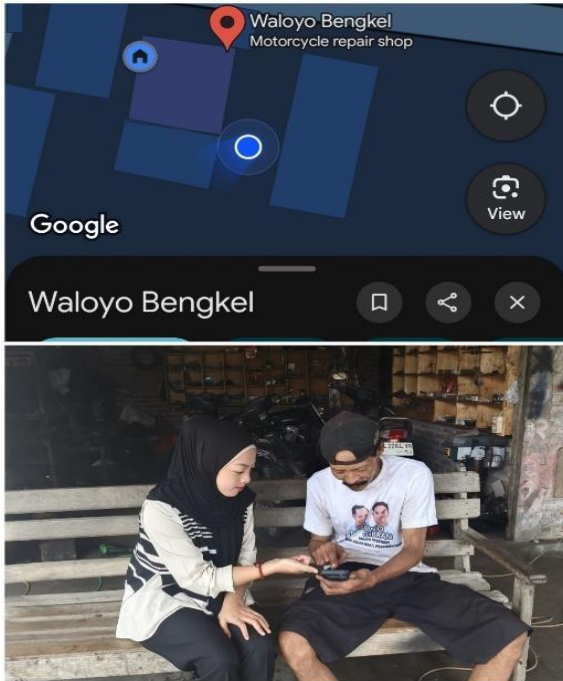


Gambar 1. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Januari 2025

Dari gambar diatas, dimana data tersebut diperoleh dari databoks.co.id, rumahmedia.com, GoodStats.id, dan Detik Inet jumlah pengguna media sosial aktif WhatsApp 190 juta, Instagram 103 juta, Facebook 122 juta, dan TikTok 108 juta. Data ini menjadi dasar penting dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dikarenakan membuktikan bahwa keberadaan media sosial bukan hanya tren, tetapi menjadi kebutuhan strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, interaktif, dan potensial.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara langsung di tiga wilayah, yaitu Trenggalek, Tulungagung, dan Kediri, dengan pendekatan yang bersifat aplikatif dan partisipatif. Melalui pelatihan yang intensif, mitra tidak hanya diberikan teori, tetapi juga dilatih secara langsung dalam mengatasi masalah-masalah digital marketing masing-masing UMKM terkait. Dengan metode ini, mitra diharapkan mampu memahami serta mengaplikasikan teknik digital marketing dalam kegiatan usahanya sehari-hari.

Sebagai langkah awal dari rangkaian kegiatan ini, anggota tim pengabdian pertama memulai pelatihan dan pendampingan langsung kepada masing-masing UMKM di Daerah Kediri yang menjadi mitra dalam program ini



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing di Waloyo Bengkel, Kediri

Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan di Waloyo Bengkel pada 9 Mei 2025 bertempat di Desa Babadan Kecamatan Ngancar Kediri, menjadi salah satu titik awal penting dalam proses digitalisasi UMKM di wilayah Kediri. Waloyo Bengkel merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa servis kendaraan dan juga bengkel las. Saat tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan langsung, ditemukan bahwa Waloyo Bengkel masih belum memiliki akun media sosial dan belum mengenal strategi pemasaran berbasis digital. Seluruh aktivitas promosi masih bergantung pada metode tradisional seperti dari mulut ke mulut dan jaringan pelanggan tetap di sekitar bengkel.

Situasi ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital di Waloyo Bengkel masih perlu ditingkatkan secara bertahap. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan pada pengantar digital marketing dengan pendekatan praktis dan sederhana. Materi yang diberikan meliputi: Pembuatan akun media sosial, terutama Facebook, WhatsApp Business, dan Memasang nama lokasi di Google Maps, kemudian pengenalan dasar tampilan dan fitur dari media

sosial, cara mengambil foto produk dan jasa dari bengkel yang menarik, tidak lupa untuk tips menulis caption yang informatif dan persuasif.

Antusiasme dari pemilik usaha cukup tinggi meskipun sempat mengalami kesulitan dalam menggunakan perangkat dan aplikasi digital. Tim pengabdianpun memberikan pendampingan langsung selama proses pelatihan serta membagikan kontak WhatsApp agar komunikasi dan bimbingan bisa tetap berlanjut pasca pelatihan.

Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal untuk membangun kesadaran dan kemampuan digital di kalangan pelaku usaha tradisional, serta membuka peluang bagi Waloyo Bengkel dalam menjangkau pasar yang lebih luas di era digital.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing di Purnama Jaya, Kediri

Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan di UMKM Purnama Jaya, Purwodadi, Ngancar, Kediri pada 9 Mei 2025 memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap pengembangan strategi pemasaran usaha ini. Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa Purnama Jaya merupakan toko kelontong yang belum memiliki akun media sosial resmi seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Namun, UMKM ini telah memanfaatkan fitur story WhatsApp sebagai media promosi sederhana, dan telah memiliki sistem antar

pesanan untuk melayani konsumen di wilayah sekitar.

Kondisi ini menunjukkan bahwa Purnama Jaya sudah mulai terbuka terhadap penerapan teknologi, meskipun masih pada tahap dasar. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan pada pengembangan pemasaran digital lanjutan, yaitu: pembuatan dan pengelolaan akun Facebook, cara membuat konten promosi produk secara menarik dan konsisten, teknik membuat desain pamflet sederhana menggunakan aplikasi seperti Canva, strategi penjadwalan konten, agar promosi lebih teratur.

Selama pelatihan, mitra menunjukkan minat dan respons yang baik. Pemilik UMKM terlihat antusias saat memahami bahwa media sosial dapat membantu membangun citra usaha yang lebih profesional dan memperluas jangkauan konsumen, tidak hanya terbatas pada wilayah sekitar. Tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam pembuatan konten pertama.

Melalui pelatihan ini, diharapkan Purnama Jaya dapat berkembang dari strategi promosi informal ke arah pemasaran digital yang lebih terstruktur dan efektif, sekaligus meningkatkan daya saing di tengah maraknya persaingan usaha.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing di Jajane Cah Wates

Pelatihan digital marketing pada 10 Mei 2025 yang dilakukan di Jajane Cah Wates yang

terletak di Kecamatan Wates, Kediri yang merupakan sebuah usaha menjual aneka minuman racikan dan juga berbagai jenis pentol memiliki pendekatan yang sedikit berbeda dibandingkan dengan pelatihan di UMKM lainnya. Hal ini dikarenakan Jajane Cah Wates sudah memiliki akun media sosial seperti dan telah aktif dalam mempromosikan produknya secara daring, terutama melalui Facebook dan WhatsApp. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki pemahaman dasar yang baik mengenai pemasaran digital, sehingga pelatihan difokuskan pada peningkatan kualitas strategi digital marketing yang sudah berjalan.

Beberapa materi yang diberikan dalam pelatihan ini meliputi: analisis performa akun media sosial, seperti mengevaluasi interaksi, insight, dan waktu unggahan yang paling efektif. Pengembangan konten promosi yang lebih kreatif dan strategis. Teknik pembuatan konten reels dan pemanfaatan fitur Facebook seperti Group/Komunitas dan FBPro untuk menjangkau konsumen lebih luas dan mendapat passive income juga

Selama sesi pelatihan, pemilik usaha menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama saat mendiskusikan cara mengembangkan engagement dan meningkatkan jangkauan melalui algoritma media sosial. Tim pengabdian juga memberikan saran konkret terkait branding visual dan menyusun kalender konten yang lebih rapi dan terstruktur.

Melalui pelatihan lanjutan ini, Jajane Cah Wates diharapkan mampu meningkatkan efektivitas digital marketing-nya secara lebih profesional, memaksimalkan potensi akun media sosial yang sudah dimiliki, serta menjangkau konsumen yang lebih luas dengan pendekatan konten yang lebih kreatif dan terencana.



Gambar 5. Kegiatan pelatihan digital marketing Usaha Mbak Mi Sempol, Trenggalek

Pelatihan digital marketing selanjutnya dilaksanakan oleh tim pengabdian lain di Trenggalek yang dilaksanakan pada 05 Mei 2025 di salah satu UMKM kuliner, yakni usaha Sempol, menjadi salah satu intervensi penting dalam memperkenalkan dasar-dasar pemasaran digital kepada pelaku usaha yang masih sangat konvensional. Berdasarkan observasi awal, diketahui bahwa usaha Sempol ini belum memiliki akun media sosial untuk keperluan promosi, dan juga belum memiliki media promosi visual seperti pamflet, banner, atau katalog produk.

Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital pemilik usaha masih rendah, dan belum menyadari potensi besar pemasaran online. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan pada pengenalan dasar digital marketing, dimulai dari: pembuatan akun media sosial yaitu Facebook dan WhatsApp Business yang difungsikan sebagai etalase digital, Pengenalan aplikasi desain sederhana seperti Canva dan praktik langsung membuat konten, mulai dari mengambil foto produk secara menarik, menyusun caption informatif, hingga mengunggah konten ke platform digital.

Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan yang ramah dan bertahap agar mudah dipahami, mengingat pelaku usaha baru pertama kali berkenalan dengan pemasaran digital. Hasil dari pelatihan ini adalah akun media sosial pertama yaitu facebook untuk usaha sempol berhasil

dibuat, pamflet digital juga telah dirancang, dan pemilik usaha sudah mulai memahami pentingnya membangun kehadiran digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

Dengan adanya pendampingan pascapelatihan, diharapkan usaha Sempol dapat bertransformasi secara perlahan ke arah digitalisasi pemasaran, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya tarik produk, dan menyesuaikan diri dengan tren konsumen di era digital. Berikut adalah hasil dari pembuatan social media (instagram) dan pembuatan pamflet UMKM



Gambar 6. Instagram Mbak Mi Sempol



Gambar 7. Pamflet Mbak Mi Sempol



Gambar 8. Kegiatan pelatihan digital marketing Usaha Kentucky Fried Chicken (KFC) lokal, Trenggalek

Pelatihan digital marketing selanjutnya dilaksanakan pada 06 Mei 2025 di salah satu UMKM kuliner lokal di Trenggalek, yang mengusung konsep Kentucky Fried Chicken (KFC) lokal, difokuskan pada pengoptimalan strategi pemasaran digital yang telah dimiliki. Berdasarkan hasil observasi, UMKM ini sudah memiliki akun media sosial, namun aktivitas dan keterlibatan (engagement) pengunjung masih sangat rendah. Konten yang diunggah kurang variatif, dan belum dimaksimalkan dari segi visual maupun strategi penjadwalan.

Melihat kondisi tersebut, pelatihan difokuskan pada peningkatan performa media social agar mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik usaha secara daring. Materi yang diberikan meliputi: Analisis konten dan performa media social yang sudah ada, termasuk mengevaluasi postingan yang kurang efektif. Pembuatan konten yang lebih menarik, seperti video behind the scenes, testimoni pelanggan, dan konten interaktif (polling, kuis, dan qna). Optimasi visual produk menggunakan teknik foto makanan sederhana dan pencahayaan alami.

Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM KFC lokal Trenggalek dapat meningkatkan visibilitas brand secara online, memperkuat interaksi dengan pelanggan, dan pada akhirnya

mendorong peningkatan penjualan melalui platform digital yang lebih optimal dan menarik.



Gambar 9. Kegiatan pelatihan digital marketing Dawet Mbak Tun, Trenggalek

Pelatihan digital marketing di Trenggalek selanjutnya membidik pada UMKM Cendol Dawet pada 05 Mei 2025 yang merupakan mitra terakhir dari pengabdian kepada masyarakat di Trenggalek ini memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap pengembangan strategi pemasaran usaha ini. Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa seperti Toko kelontong Purnama Jaya Usaha Cendol Dawet ini juga belum memiliki akun media sosial resmi seperti Instagram atau Facebook. Namun, UMKM ini telah memanfaatkan fitur story WhatsApp sebagai media promosi sederhana, dan telah memiliki sistem antar pesanan untuk melayani konsumen di wilayah sekitar.

Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM ini sudah mulai terbuka terhadap penerapan teknologi, meskipun masih pada tahap dasar. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan pada pengembangan pemasaran digital lanjutan, yaitu: Pembuatan dan pengelolaan akun Instagram Bisnis, cara membuat konten promosi produk secara menarik dan konsisten, teknik membuat desain pamflet sederhana menggunakan aplikasi seperti Canva.

Selama pelatihan, mitra menunjukkan minat dan respons yang baik. Pemilik UMKM terlihat antusias saat memahami bahwa media

sosial dapat membantu membangun citra usaha yang lebih profesional dan memperluas jangkauan konsumen, tidak hanya terbatas pada wilayah sekitar. Tim pengabdian juga memberikan pendampingan dalam pembuatan konten pertama.



Gambar 10. Hasil Pelatihan Desain Pamflet Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM

Cendol Dawet dapat berkembang dari strategi promosi informal ke arah pemasaran digital yang lebih terstruktur dan efektif, sekaligus meningkatkan daya saing di tengah maraknya persaingan usaha.



Gambar 11. Kegiatan pelatihan digital marketing Basreng Kenyil, Tulungagung

Pelatihan Digital Marketing selanjutnya berasal dari beberapa UMKM Kabupaten Tulungagung, yang pertama yaitu di Basreng Kenyil, Desa Kutoanyar Kecamatan Tulungagung. Dalam pengabdian ini kita melakukan pelatihan membuat pamflet yang diberikan kepada UMKM Basreng Kenyil yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam membuat brosur dan pamflet yang menarik dan efektif sebagai alat pemasaran produk mereka. Pelatihan ini dilaksanakan pada 9 Mei 2025. Pelatihan ini menggunakan platform desain grafis online seperti Canva, yang mudah digunakan. Penjelasan Pelatihan Edit Pamflet untuk UMKM basreng, yang pertama pengenalan Canva sebagai platform desain grafis yang menyediakan berbagai template brosur dan pamflet professional, cara mengunduh dan menginstal aplikasi Canva di smartphone, langkah-langkah membuat pamflet mulai dari memilih template, memasukkan teks, memilih jenis huruf, menambahkan gambar, hingga mengedit sesuai kebutuhan pemasaran produk basreng.

Setelah melakukan pelatihan, umkm ini didampingi secara personal untuk praktik menggunakan Canva, untuk memastikan mereka memahami dan mampu membuat desain sendiri. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk basreng melalui penggunaan brosur dan pamflet yang tepat sasaran dan membantu UMKM memanfaatkan informasi teknologi secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Pelatihan seperti ini telah meningkatkan kemampuan desain grafis para pelaku UMKM dan membantu mereka membuat materi promosi yang lebih menarik serta efektif dalam mendukung usaha mereka.



Gambar 12. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Sticky Milk, Tulungagung

Pelatihan Digital Marketing selanjutnya dilaksanakan di Sticky milk yang merupakan UMKM minuman berbahan dasar susu segar yang dicampur dengan susu kental manis atau sirup rasa, sehingga menghasilkan tekstur yang lengket dan creamy. UMKM ini berada di Desa Kutoanyar Kecamatan Tulungagung. Dalam pengabdian kali ini melakukan pelatihan cara mengupload dan membuat caption yang menarik di media sosial untuk UMKM sticky milk. Sebelumnya UMKM ini sudah memiliki akun media sosial tetapi belum mengerti cara mengupload dan membuat caption yang menarik agar pelanggan terpicat. Cara upload di media sosial yang pertama pastikan foto atau video produk sticky milk yang jelas dan menarik, gunakan aplikasi media sosial yang sesuai, misalnya Instagram atau Tiktok, pilih fitur upload (posting) dan pilih file foto atau video dari galeri, lalu tambahkan caption yang menarik dan relevan dan jangan lupa sertakan hashtag yang tepat untuk memperluas jangkauan, setelah selesai tekan tombol posting atau bagikan.

Pelatihan selanjutnya yaitu cara membuat caption yang menarik. Pertama sesuaikan gaya bahasa dengan target pasar UMKM sticky milk, misalnya menggunakan bahasa yang santai dan mudah dipahami jika targetnya anak muda atau

keluarga. Membuat kalimat pembuka yang menarik, gunakan bahasa yang singkat, padat, dan jelas. Selanjutnya hindari caption yang terlalu panjang agar tidak membuat audiens malas membaca dan juga gunakan hashtag yang relevan.

Pelatihan ini bertujuan agar pelaku UMKM sticky milk dapat memanfaatkan media sosial secara efektif untuk promosi produk dengan konten yang menarik dan mempermudah pemasaran produk sticky milk secara digital sehingga dapat menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan penjualan. Dengan pelatihan ini, pelaku UMKM sticky milk dapat lebih percaya diri dan efektif dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran utama mereka.



Gambar 13. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Kue Pancong Lumer, Tulungagung

Pelatihan digital marketing berikutnya dilakukan disalah satu UMKM kue pancong lumer pada 9 Mei 2025. Pelatihan ini dapat memperluas pasar melalui digital marketing yang bertujuan untuk membantu pelaku usaha mengenal dan memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka. Pelatihan diawali dengan memberikan pemahaman tentang bagaimana teknologi digital dapat membantu memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Penjual kue pancong diajarkan cara menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk kue pancong. Pelatihan

ini juga mencakup cara mendaftarkan produk di GrabFood dan GoFood untuk mempermudah transaksi dan memperluas jangkauan pasar.

Praktik langsung pembuatan akun dan pengelolaan Online Food Delivery juga dilakukan agar penjual dapat langsung memasarkan produknya secara digital. Melalui pelatihan ini UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan menawarkan kemudahan dalam pengelolaan bisnis, seperti pemesanan dan pengiriman, serta metode pembayaran yang lebih efisien. Pelatihan digital marketing dalam pengabdian kepada UMKM kue pancong bertujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan mereka secara berkelanjutan. Pendekatan yang menggabungkan edukasi dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri pelaku UMKM.



Gambar 14. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Sald Buah, Tulungagung

UMKM Tulungagung yang diberi Pelatihan selanjutnya yaitu usaha makanan berupa salad buah yang terletak di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 10 Mei 2025. Pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM salad buah dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola promosi dan pemasaran produk secara efektif, khususnya melalui

penguasaan teknik edit pamflet dan pemanfaatan media sosial. Pelatihan ini bertujuan agar UMKM dapat mengembangkan usaha salad buahnya dengan strategi pemasaran yang lebih modern dan menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan edit pamflet fokus pada pengenalan dan praktik langsung menggunakan aplikasi desain grafis yang mudah diakses, seperti Canva atau Adobe Illustrator. Diajarkan cara membuat desain pamflet yang menarik dengan memadukan elemen visual seperti foto produk salad buah yang segar dan menggugah selera, pemilihan warna yang sesuai dengan branding usaha, serta penulisan informasi penting seperti harga, varian produk, dan kontak pemesanan.

Pendampingan intensif diberikan agar pelaku UMKM salad buah mampu mengoperasikan aplikasi secara mandiri, mulai dari memilih template, mengedit teks, hingga menyisipkan gambar dan logo usaha. Dengan keterampilan ini, mereka dapat membuat materi promosi yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif untuk menarik perhatian konsumen, baik untuk dicetak maupun untuk dipublikasikan secara digital. Pelatihan pembuatan dan pengelolaan media sosial diberikan untuk memperkuat kehadiran digital UMKM salad buah. Pembelajaran ini mencakup cara membuat akun bisnis di platform populer seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook, serta teknik mengoptimalkan profil agar terlihat profesional dan kredibel. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk salad buah melalui penggunaan brosur dan pamflet yang tepat sasaran dan membantu UMKM salad buah memanfaatkan informasi teknologi secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.



Gambar 15. Hasil Pelatihan Desain Pamflet

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan efektifitas pemasaran produk salad buah melalui penggunaan brosur dan pamphlet yang tepat sasaran dan membantu UMKM salad buah memanfaatkan informasi teknologi secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kemampuan desain grafis para pelaku UMKM dan membantu mereka membuat materi promosi yang lebih menarik serta efektif dalam mendukung usaha mereka. mendorong inovasi dalam produk dan pemasaran, misalnya dengan mengembangkan variasi salad buah yang unik dan menarik, serta memanfaatkan teknologi digital untuk penjualan online yang lebih efektif. Secara keseluruhan, pelatihan edit pamflet dan pembuatan media sosial yang diberikan dalam pengabdian kepada UMKM salad buah merupakan langkah strategis untuk membekali pelaku usaha dengan keterampilan pemasaran digital yang relevan di era sekarang. Dengan bekal ini, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun brand yang kuat dan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, sehingga membuka peluang usaha salad buah untuk tumbuh dan berkembang menjadi bisnis yang lebih besar dan berkelanjutan.



Gambar 16. Pelatihan Digital Marketing di Es Teler, Tulungagung

Selain UMKM makan tim pengabdian juga membidik UMKM Minuman yang berada di Desa Tertek, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung yaitu Es Teler Naesha. Pelatihan mengenai cara mengupload dan membuat caption yang menarik di media sosial merupakan salah satu kegiatan penting yang diberikan saat pengabdian kepada UMKM Es Teler. Dalam pelatihan ini, para pelaku usaha diajarkan bagaimana memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mempromosikan produk mereka sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Pelatihan diberikan pemahaman tentang langkah-langkah mengupload konten di berbagai platform media sosial yang umum digunakan, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Mereka diajarkan cara memilih foto atau video produk yang berkualitas, dengan pencahayaan yang baik dan tampilan yang menggugah selera.

Selanjutnya, mitra dipandu untuk mengunggah konten tersebut dengan benar, mulai dari membuka aplikasi, memilih media yang akan diunggah, melakukan pengeditan sederhana seperti cropping atau menambahkan filter, hingga mempostingnya secara tepat waktu. Selain teknik mengupload, pelatihan juga menitikberatkan pada pembuatan caption yang menarik dan efektif. Caption dianggap sangat penting karena berfungsi sebagai “suara” produk yang dapat menarik perhatian calon pembeli. Mitra diajarkan untuk membuat caption yang singkat namun padat

informasi, menggunakan bahasa yang santai dan mudah dipahami, serta menyisipkan emoji agar terasa lebih hidup dan menarik. Struktur caption yang diajarkan meliputi pembuka yang menarik, deskripsi singkat tentang keunggulan produk Es Teler, ajakan bertindak seperti mengajak calon pelanggan untuk memesan atau berinteraksi, serta penggunaan hashtag relevan untuk memperluas jangkauan postingan.



Gambar 17. Pelatihan Digital Marketing di UMKM Pentol Gobyos, Tulungagung

Pelatihan digital marketing terakhir yaitu dilaksanakan di UMKM Pentol Gobyos pada 10 Mei 2025. Pelatihan ini diawali dengan pengenalan konsep dasar digital marketing dan pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien di era digital saat ini. Mitra diberikan pemahaman tentang berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok, serta bagaimana mengelola akun bisnis secara profesional agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Pelatihan dilanjutkan dengan praktik langsung pembuatan dan pengelolaan konten digital yang menarik, termasuk teknik fotografi produk, pembuatan video promosi, penulisan caption yang persuasif, serta penggunaan hashtag yang tepat untuk meningkatkan visibilitas produk di media sosial. Penjual juga diajarkan strategi penjadwalan postingan agar pemasaran berjalan konsisten dan teratur. Selain itu, pelatihan mencakup pemahaman tentang optimasi mesin pencari (SEO) dan penggunaan platform e-commerce

untuk memperluas saluran penjualan secara online. Pendampingan juga dilakukan untuk memastikan pelaku UMKM mampu mengimplementasikan strategi digital marketing secara berkelanjutan dan mendapatkan umpan balik untuk perbaikan. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing, tetapi juga berdampak pada peningkatan penjualan dan visibilitas produk UMKM Pentol Gobyos di pasar digital.

Selain aspek teknis, pelatihan juga menanamkan mindset berwirausaha yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan pasar. Para pelaku UMKM didorong untuk terus mengembangkan kreativitas dalam pemasaran digital dan membangun brand awareness yang kuat melalui konten yang konsisten dan berkualitas. Program ini menjadi salah satu upaya penting dalam mendorong kemajuan ekonomi lokal dengan memanfaatkan peluang digital yang semakin berkembang. Dengan demikian, pelatihan digital marketing melalui media sosial bagi UMKM Pentol Gobyos memberikan bekal keterampilan praktis dan strategi pemasaran digital yang dapat membantu mereka bersaing di pasar modern, meningkatkan omzet, serta memperluas jaringan konsumen secara signifikan. Program ini juga menjadi contoh kolaborasi yang efektif antara akademisi, masyarakat, dan pelaku usaha dalam mengembangkan potensi UMKM secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Perkembangan era digitalisasi merupakan suatu kenyataan yang tidak dapat dihindari. Kita hidup di tengah arus perubahan yang sangat cepat, sehingga kemampuan untuk beradaptasi menjadi kunci utama agar tidak tertinggal. Jika kita tidak mengikuti perkembangan yang terjadi di belahan dunia lain, maka kita akan tertinggal jauh, termasuk dalam dunia bisnis. Usaha yang dijalankan saat ini akan terkena dampak langsung dari perkembangan tersebut, baik dari segi

persaingan maupun pola konsumsi masyarakat yang berubah ke arah digital.

UMKM di Kediri Raya sejatinya sudah memiliki bekal keterampilan dan kreativitas dalam proses produksi. Namun, keunggulan ini perlu diperkuat dengan strategi pemasaran digital yang efektif agar produk mereka dapat dikenal lebih luas. Pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram menjadi langkah awal yang sangat potensial untuk menjangkau konsumen. Ke depan, UMKM perlu mulai berekspansi ke platform lain seperti TikTok dan marketplace digital agar dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing, serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah era digital yang semakin maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, Choirul. (2023). Karya Kreatif Mataram Topang Ekosistem UMKM Kediri Raya. dalam <https://surabaya.bisnis.com>, diakses 13 Mei 2025.
- Dash, S., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Digital marketing transformation: A conceptual framework and future research agenda. *Journal of Business Research*, 133, 275–288.
- Larasati, dkk. (2021). Era Digital dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sistem Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 3(2), 112–120.
- Mufidati, Khusnul dan Agus Eko Sujianto. (2022). Pemanfaatan Era Digitalisasi dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM di Desa Bendoagung Kampak Trenggalek. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (J- ADIMAS)*, 10(2), 94—99.
- Periyadi, dkk. (2020). Pengenalan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha UMKM di Wilayah Kelurahan Gambut Kabupaten Banjar. Universitas Islam Kalimantan.

- Pradana, Egi Adithia dan Febri Darmatraseta. (2021). PKM-Pendampingan Teknik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan (JADKES)*, 2(2), 147—154.