



Article info : *Received*: Maret 2023 ; *Revised* : April 2024 ; *Accepted*: Mei 2024

## Penyuluhan Digital Marketing Kepada Anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) Binaan UMKM

Hendro Darmi<sup>1</sup>; Hosanna A. R. Manalu<sup>2</sup>; Vita Samastha<sup>3</sup>; Ahmad Khairi D.H<sup>4</sup>; Ratna I. H.Simanulang<sup>5</sup>; Umi Rusilowati<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Universitas Pamulang, Email : [hendrodarmi@gmail.com](mailto:hendrodarmi@gmail.com)<sup>1</sup>; [agreemanalu@gmail.com](mailto:agreemanalu@gmail.com)<sup>2</sup>; [vitasamstha@gmail.com](mailto:vitasamstha@gmail.com)<sup>3</sup>; [ahmadkhairidh@gmail.com](mailto:ahmadkhairidh@gmail.com)<sup>4</sup>; [ratnaidasimanullang@gmail.com](mailto:ratnaidasimanullang@gmail.com)<sup>5</sup>

**Abstrak.** Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang cara meningkatkan keunggulan melalui digital marketing . Sasarannya adalah UMKM. Penyuluhan seperti ini perlu lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial. Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan ketertarikan masyarakat dilihat dari respon dan pertanyaan- pertanyaan yang disampaikan oleh masyarakat tentang cara meningkatkan keunggulan UMKM dengan promosi digital marketing dan bisa melakukannya dengan konsisten..mengenai manajemen pemasaran dan skill seorang wirausaha untuk membangun UMKM.

**Kata Kunci:** Manajemen, wirausaha, Pemasaran Digital, UMKM

**Abstract.** The aim of this activity is to increase the capabilities and knowledge of small and medium businesses through digital marketing to market a wider range of products so that sales can increase. Counseling like this needs to be carried out more frequently to build awareness and understanding of digital marketing and the steps that must be taken to create and manage social media accounts. The results of this community trial show the public's interest seen from the responses and questions submitted by the public about how to increase the advantages of MSMEs with digital marketing promotions and being able to do it consistently.

**Keyword:** Management, Digital Marketing, Entrepreneurship, UMKM

## PENDAHULUAN

Bisnis saat ini terus tumbuh dan berkembang seiring dengan arus teknologi informasi dan komunikasi. Salah satunya adalah keberadaan internet yang mengubah cara pandang dan strategi bisnis para pengusaha untuk selalu bekerja lebih cepat dalam merespon pasar agar mampu membaca peluang bisnis, melakukan strategi bisnis, memberikan pelayanan terbaik, hingga mengukur dan mengevaluasi program yang telah dilakukan. Organisasi berperan aktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam melayani konsumen, sehingga pelayanan yang baik serta fasilitas yang cukup lengkap diharapkan sesuai dengan keinginan konsumen (Variza Aditiya, Lili Suryani, 2022)

Usaha memerlukan dimensi yang bagus untuk meningkatkan pelayanan, dengan pelayanan yang bagus konsumen akan terus loyal kepada penjual apapun yang ditawarkan (E. Maznah Hijeriah, Variza Aditiya, 2022). Kegiatan pemasaran tersebut tentunya tak lepas dari peran serta internet untuk memberikan kemudahan dalam mendekati target konsumen dari bisnis yang sedang digeluti. Dalam melakukan penjualan, penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. (Hildawati, Nurmala Sari, 2022)

Keberadaan teknologi yakni internet tentunya memiliki peranan cukup besar dalam membantu pelaku bisnis dan wirausaha, salah satunya adalah dengan memanfaatkan digital marketing kepada masyarakat melalui teknologi. Suatu organisasi akan berhasil atau bahkan gagal sebagian besar ditentukan oleh pimpinan karena secara tidak langsung pimpinan yang berkuasa dalam pengambilan keputusan (Variza aditiya, Refdi Saidina Ali, 2022). Salah satu aktivitas bisnis dan kewirausahaan yang banyak berperan adalah manajemen.

Kerja sama antara SMK dengan UMKM hendaknya terus disesuaikan dengan keterampilan yang ada di masing-masing sekolah, sehingga kemitraan yang terjalin dapat tetap konsisten antara keterampilan yang diajarkan dengan kebutuhan UMKM itu sendiri. Sekolah harus terus menjalin kemitraan dengan perusahaan industri besar untuk memastikan siswa memperoleh pengalaman industri, namun berhati-hatilah untuk tidak memaksakan kemitraan yang dikembangkan menjadi lengkap. Sekolah memerlukan wawasan tentang apa yang dapat mereka lakukan dalam kolaborasi dengan industri besar ini.

Pengabdian ini ditujukan kepada UMKM binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur yang memiliki softskill di bidang kewirausahaan dan menjual berbagai produk agar peka terhadap perkembangan jaman terutama memulai untuk berwirausaha dalam pengembangan produk serta meningkatkan keterampilan pengelolaan kewirausahaan secara modern dan mengandalkan arus informasi dan komunikasi. Pihak sekolah yakni SMK Negeri 1 Pacet Cianjur memiliki beragam fasilitas yang menunjang para anggota UMKM binaan dalam praktikum bisnis berwirausaha dalam mengembangkan UMKM.

Pelatihan atau workshop ini bertujuan untuk membekali anggota UMKM dengan kemampuan mengembangkan produk usaha serta menguasai sistem dan digital marketing dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini sejalan dengan visi misi SMK Negeri 1 Pacet Cianjur yaitu untuk menjadi pusat pengembangan profesi di bidang agrowisata dan teknologi serta sekolah pelatihan profesi yang menghasilkan lulusan berakhlak mulia dan berkualifikasi internasional.

## METODOLOGI PELAKSANAAN

Dalam pengabdian masyarakat pada anggota Sekolah Pencetak Wirausaha binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur melalui 3 tahapan, yaitu 1) tahap perencanaan dan persiapan 2) tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat 3) tahap evaluasi dan pelaporan pengabdian kepada masyarakat.

#### Tahap Perencanaan dan Persiapan

Tahap pertama ini adalah tahap perencanaan dan persiapan yang berfokus pada penyiapan segala perlengkapan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan ini, Seperti melakukan survey. Pada tahap ini dilakukan survei lokasi di SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, mengenai UMKM Sekolah Pencetak Wirausaha. Selanjutnya observasi, Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan. Lalu rapat koordinasi Tim, Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.

Berdasarkan permasalahan yang terkumpul dari hasil penelitian, kami tertarik dengan pemasaran yang dilakukan oleh para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur untuk meningkatkan penjualan. Dalam Pemasaran tentunya dibutuhkan skill branding yang baik, oleh karena itu kami mengambil tema branding selain pemasaran untuk meningkatkan skill kewirausahaan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur.

#### Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada tahap ini, kami melakukan koordinasi secara intensif dengan anggota (tim) untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan lancar. Mulai dari materi penyuluhan terkait edukasi mengenai digital marketing diharapkan para anggota UMKM Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, pemateri/narasumber yaitu mahasiswi magister manajemen UNPAM Hendro Darmi, konsumsi berupa snack dan makan siang untuk para anggota yang hadir, yang sebelumnya sudah mengisi daftar hadir dan perlengkapan lain seperti souvenir untuk peserta yang hadir dan yang berani bertanya. Di awali dengan sambutan Kepala Sekolah, Wakil Rektor UNPAM, Ketua Pembina Sekolah Pencetak Wirausaha, dan Ketua Pelaksana PKM. Kemudian mulai memberikan materi terkait edukasi pemasaran dan branding dalam meningkatkan skill kewirausahaan. Dan diberikan kesempatan kepada anggota Sekolah Pencetak Wirausaha yang hadir untuk bertanya terkait materi yang diberikan.

#### Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus. Adapun Tempat, Sasaran dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat Kegiatan	:	SMK Negeri 1 Pacet Cianjur
Sasaran Kegiatan	:	Anggota UMKM Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW)
Hari/Tanggal	:	Kamis, 1 Februari 2024
		Jam 13.00 s/d 16.00 WIB

## HASIL DAN DISKUSI

Wirausaha memerlukan strategi pemasaran yang efektif karena persaingan pasar yang semakin ketat dan kemajuan teknologi, dinamika pemasaran, tren baru, manajemen hubungan pelanggan, dan layanan pelanggan membawa perubahan dalam lingkungan bisnis dan pasar. Artinya digital marketing harus menjadi bagian penting dalam kampanye pemasaran setiap perusahaan, terutama yang baru. Meskipun banyak strategi pemasaran digital yang dimodifikasi oleh berbagai perusahaan untuk melayani pelanggannya, keberadaan strategi tersebut tidak menjamin keberhasilan perusahaan (Rajesham & Singh, 2019). Menurut Rajesham & Singh (2019), saluran pemasaran online sering kali tidak dikelola dengan baik, diabaikan, atau ditindaklanjuti dengan buruk.



**Gambar 1 Peserta PKM**

Saat mendirikan bisnis UMKM, pelaku usaha harus menentukan terlebih dahulu strategi pemasaran produk UMKM yang akan dilakukan. Dengan menentukan strategi pemasaran dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi yaitu digital marketing.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertajuk “Penyuluhan Digital Marketing Kepada Anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) Binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur” dilakukan dalam bentuk sosialisasi tatap muka. Dengan pembahasan dan kesimpulan disertai tanya jawab. Pada 1 Februari 2024 akan diselenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) di wilayah tersebut. Pengabdian kepada masyarakat ini dijalankan oleh tim pimpinan yang terdiri dari civitas akademika Universitas Pamulang yang terlibat dalam peran pemangku kepentingan, pihak sekolah dan anggota organisasi.



**Gambar 2 Penyampaian Materi**

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu anggota Sekolah Pencetak Wirausaha melalui workshop dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan tujuan manajemen pemasaran dalam upaya meningkatkan skill kewirausahaan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di SMK Negeri 1 Pacet Cianjur pada bulan Februari 2024. Pengabdian ini akan diikuti oleh seluruh mahasiswa Magister Manajemen Kelas ME004 serta dibimbing oleh dosen pascasarjana dari Universitas Pamulang dengan mengikut sertakan peran instansi terkait.

Kegiatan pengabdian diberikan dengan cara memberikan materi berupa wirausaha, manajemen, digital marketing, sdan UMKM. Tujuan pemaparan materi ini guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para anggota Sekolah Pencetak Wirausah SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Kegiatan marketing yang baik dapat membangun, meningkatkan, dan mempertahankan reputasi suatu bisnis secara online, pada semua platform digital. Dengan semakin mudahnya akses internet saat ini, jumlah pengguna internet pun semakin meningkat setiap harinya.



**Gambar 3 Produk UMKM**

Kegiatan dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pemaparan konsep, dilanjutkan dengan pembahasan konsep yang disajikan. Para peserta antusias mengikuti kegiatan, terlihat dari sesi tanya jawab mengenai materi yang dibagikan. Pertanyaan berkaitan dengan materi yang diberikan layanan dan permasalahan yang dihadapi peserta di lapangan.

Sosialisasi yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai manajemen dan digital marketing para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, serta dapat mengimplementasikan digital marketing guna meningkatkan penjualan UMKM yang telah dikelola oleh para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Selain itu sosialisasi edukasi manajemen dan digital marketing diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada, khususnya pada permasalahan pemasaran.



**Gambar 4 Team PKM dan Dosen Pembimbing**

## KESIMPULAN

Strategi manajemen sangat penting untuk diterapkan di dalam suatu bisnis atau usaha demi kemajuan usaha tersebut dan agar dikenal oleh masyarakat. Beberapa peran penting adanya strategi manajemen yaitu memberi arah jangka panjang yang akan dituju. Membantu perusahaan atau organisasi beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi. Membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif.

Terdapat beberapa hambatan yang membuat pelaku UMKM enggan untuk menerapkan digital marketing dalam aktivitasnya yaitu dari segi modal yang banyak dan kurangnya kesadaran pelaku UMKM untuk menerapkan digital marketing karena mereka hanya berpikir untuk produksi tanpa melihat persaingan yang ada. Setelah diketahui beberapa peran penting dari digital marketing maka diharapkan hal tersebut dapat menjadi solusi untuk menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM dalam memperbaiki strategi manajemen.

## DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, G. & Kotler, P., (2013). Principles of Marketing (Fourteenth). Pearson Education Limited.

E. Maznah Hijeriah, Variza Aditiya, R. A. (2022). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 6419–6429.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.6499>

Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.

Hildawati, H. (2020). Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kelompok Nelayan Tuna Terhadap Program CSR PT Pertamina RU II Dumai. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, VI(2), 151–165. [https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(2\).5964](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(2).5964)

Hildawati, H., & Suri, D. M. (2020). Potensi UEK-SP Kelurahan Rimba Sekampung Untuk Transformasi Menjadi Lembaga Keuangan Mikro(LKM) Di Kota Dumai.

*PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 24–42.  
[https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(1\).4939](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(1).4939)

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

Rajesham, CH & B Jail Singh (2019). An Effective CRM Model For Digital Marketing. *International Journal of Commerce and Management Research*, Volume 5; Issue 4; July 2019; Page No. 45-48

Sánchez-Franco, M.J Villarejo-Ramos, A.F. (2008) Direct and Indirect Effects of Marketing Effort on Brand Awareness and Brand Image, *The Journal of Brand Management*, pp. 1-24.

Yuristiadhi, G., & Sari, D. . (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. ETTISAL, 2(2), 31–41

Variza aditiya, Refdi Saidina Ali, F. N. (2022). Fungsi Kepemimpinan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Dumai. Jurnal Pendidikan Dan Konseling,4,2650– 2662. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i3.6466>

Variza aditiya, Refdi Saidina Ali, F. N. (2022). Fungsi Kepemimpinan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Dumai. Jurnal Pendidikan Dan Konseling,4,2650– 2662.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i3.6466>

Variza Aditiya, Muhalida Zia Ibhar, N. A. N. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Agung Automall Cabang Dumai. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4, 5728–5743. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.6390>

Sánchez-Franco, M.J Villarejo-Ramos, A.F. (2008) Direct and Indirect Effects of Marketing Effort on Brand Awareness and Brand Image, The Journal of Brand Management, pp. 1-24.

Yuristiadhi, G., & Sari, D. . (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. ETTISAL, 2(2), 31–41