

## PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA GONDEK KECAMATAN MOJOWARNO KABUPATEN JOMBANG

Kukuh Imam Eka Wahyu Wibowo<sup>1</sup>, Kind Abdullah Fahmi<sup>2</sup>, Muhammad Satrio Qolbi Seto<sup>3</sup>, Irgi Fahrias Putra Kushadi<sup>4</sup>  
[wahyugamers2610@gmail.com](mailto:wahyugamers2610@gmail.com)<sup>1</sup>, [kindfahmi@gmail.com](mailto:kindfahmi@gmail.com)<sup>2</sup>, [satrio2322@gmail.com](mailto:satrio2322@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[irgifahrias4@gmail.com](mailto:irgifahrias4@gmail.com)<sup>4</sup>  
Universitas Darul 'Ulum Jombang

### ABSTRAK

Pada saat ini ditengah persaingan yang sangat ketat, pemanfaatan teknologi dengan digital marketing diharapkan bisa memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penerapan digital marketing terhadap kinerja UMKM di Desa Gondek. Melalui program KKM yang dilakukan Kelompok E oleh mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Informatika, para pelaku UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform digital untuk pemasaran produk mereka. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa penerapan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan jangkauan pasar UMKM di Desa Gondek Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital, Desa Gondek, UMKM, Dan Strategi Pemasaran.

### *Abstract*

*At this time, amidst very tight competition, it is hoped that the use of technology with digital marketing can expand market reach and increase the income of MSME players.*

*This Community Service aims to examine the influence of implementing digital marketing on the performance of MSMEs in Gondek Village. Through a community service program carried out by students from the Faculty of Engineering, Informatics Engineering Study Program, MSMEs are given training and assistance in using digital platforms to market their products. The results of community service show that the application of digital marketing has had a positive impact on increasing sales, operational efficiency and market reach of MSMEs in Gondek Village, Mojowarno District, Jombang Regency.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Desa Gondek, UMKM, And Marketing Strategy.*

### PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi digital telah menjadi pemandangan umum dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Fenomena ini tidak terkecuali bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai belahan dunia, termasuk di Desa Gondek. Desa Gondek, seperti banyak desa lainnya di Indonesia, memiliki potensi besar dalam sektor UMKM, yang menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakatnya. Namun, tantangan dalam memasarkan produk dan menjangkau pelanggan sering kali menjadi kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang, digital marketing telah menjadi salah satu instrumen yang sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas dan

mengembangkan bisnis, terutama bagi UMKM. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan marketplace online, UMKM dapat mencapai pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar seperti pada metode pemasaran Tradisional. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan digital marketing dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan UMKM di Desa Gondek.

Pemasaran digital, yang kerap disebut sebagai digital marketing, sudah menjadi sesuatu yang tidak asing bagi para pelaku bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak pebisnis yang memilih digital marketing sebagai strategi untuk memasarkan produk mereka. Digital marketing melibatkan kegiatan promosi dan pencarian pasar yang dilakukan secara online melalui media digital, dengan memanfaatkan berbagai platform seperti jejaring sosial. Dunia maya kini tidak hanya mampu menghubungkan manusia dengan perangkat, tetapi juga menghubungkan orang-orang di seluruh dunia (Mustika, 2019).

Pengabdian Kepada Masyarakat ini mengkaji pengaruh penerapan digital marketing terhadap kinerja UMKM di Desa Gondek. Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Informatika. Para pelaku UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran produk mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan jangkauan pasar UMKM di Desa Gondek

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, khususnya di Desa Gondek. Namun, banyak UMKM yang masih mengandalkan metode pemasaran Tradisional dan kurang memanfaatkan teknologi digital. Digital marketing menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka. Pengabdian Kepada Masyarakat ini berfokus pada evaluasi pengaruh penerapan digital marketing terhadap kinerja UMKM di Desa Gondek Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang.

## **METODE PENELITIAN**

Kelompok E dalam program Kuliah Kerja Mahasiswa melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Gondek. Mereka dengan tekun memperdalam pemahaman mereka tentang realitas ekonomi lokal. Terutama, mereka fokus pada sektor UMKM di desa tersebut yang selama ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Melalui penelitian dan analisis yang cermat, mereka memahami betapa pentingnya transformasi digital bagi para pelaku UMKM untuk berkembang dan bersaing di era modern ini. Dengan pengetahuan yang mereka kumpulkan, Kelompok E siap memberikan kontribusi nyata dengan mengadakan pelatihan digital marketing berbasis Media Sosial dan e-commerce untuk para pelaku UMKM. Pelatihan ini dipandu oleh mahasiswa dari Program Studi Teknik Informatika.

Kegiatan ini pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan tahap-tahapan dibawah ini:

1. Pelatihan

Memberikan pemahaman tentang konsep dasar digital marketing dan pentingnya

transformasi digital dalam pemasaran.

Tutorial penggunaan platform digital dan e-commerce seperti Facebook, Instagram, WhatsApp Business dan Shopee untuk pemasaran produk.

## 2. Workshop

Latihan praktis dalam membuat akun, mengunggah produk, dan mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk pemasaran.

Diskusi dan berbagi pengalaman antara pelaku UMKM dan tim pengabdian masyarakat.

## 3. Pendampingan

Bimbingan intensif dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif.

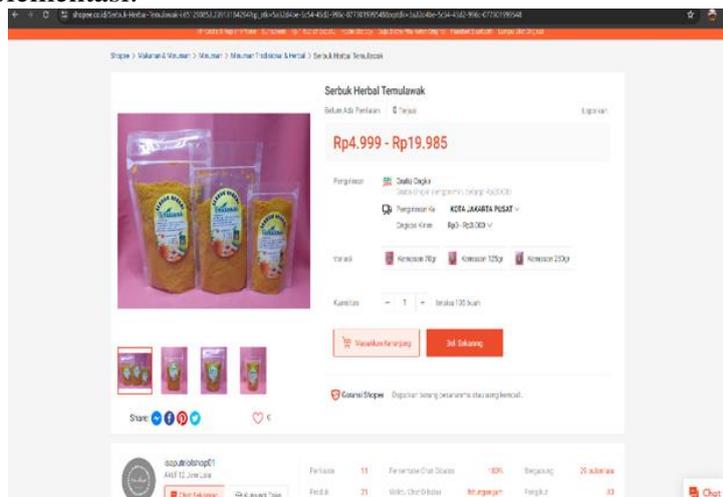
Monitoring dan evaluasi berkala untuk menilai perkembangan dan memberikan masukan yang konstruktif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengikuti pelatihan dan Bimbingan Digital Marketing, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan terkait digital marketing. Mereka mampu membuat dan mengelola akun di berbagai platform digital dengan lebih percaya diri. Peserta juga melaporkan adanya peningkatan penjualan setelah menerapkan strategi digital marketing yang diajarkan.

Penggunaan platform digital membantu UMKM dalam mengelola operasional secara lebih efisien, terutama dalam hal pemasaran dan penjualan. Pelaku UMKM dapat menghemat biaya pemasaran dan meningkatkan efektivitas promosi produk mereka.

Namun, beberapa tantangan masih dihadapi oleh pelaku UMKM, termasuk keterbatasan akses internet dan kurangnya pemahaman awal tentang teknologi digital. Untuk mengatasi tantangan ini, tim pengabdian masyarakat menyediakan materi pelatihan yang mudah dipahami dan memberikan pendampingan intensif untuk memastikan keberhasilan implementasi.



Gambar 1. Salah Satu Produk UMKM Desa Gondok



Gambar 2. Bimbingan Digital Marketing



Gambar 3. Pendampingan Implementasi Strategi Digital Marketing Salah Satu UMKM

## **KESIMPULAN**

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memahami bagaimana digital marketing memengaruhi penjualan, strategi pemasaran, dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Hasil Pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa para pelaku UMKM cenderung memilih pemasaran online karena dapat meningkatkan volume penjualan. Mereka menggunakan berbagai strategi dalam menerapkan digital marketing, seperti memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, serta platform e-commerce lainnya. Para pelaku UMKM merasakan dampak positif dari pengaplikasian digital marketing ini, dari yang awalnya hanya pembeli atau pelanggan hanya berasal dari warga desa gondek sendiri menjadi punya pelanggan dari luar desa atau bahkan luar kota. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengakui potensi besar dari digital marketing dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Meskipun demikian, mungkin masih ada kendala-kendala tertentu yang perlu diatasi untuk mengoptimalkan penerapan digital marketing di kalangan pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan atas kerjasama Kelompok E KKM

Universitas Darul ‘Ulum Jombang melalui LPPM dengan pelaku UMKM Desa Gondok Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi penerapan pemasaran dan mempromosikan produk UMKM bagi Pelaku UMKM Desa Gondok dalam rangka meningkatkan efektifitas pemasaran secara online melalui media sosial kepada Pelaku UMKM. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam 2 Minggu yang diikuti 10 Pelaku UMKM. Kegiatan sosialisasi ini dapat meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang teknologi informasi berupa Sosial Media Dan e-commerce. Para peserta dapat mengikuti pelatihan dengan baik dan mampu melaksanakan arahan dan petunjuk yang diberikan oleh pendampingan dalam mengoperasikan Sosial Media Dan E-Commerce.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102.
- Amir, N. O., & Mustikawati, D. (2019). Penerapan digital marketing dalam meningkatkan pendapatan pedagang bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 681-688.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mustika, M. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 2(2), 165–171.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155-159.