

Pelatihan Promosi Digital Untuk UMKM di Desa Sungai Pinang

Ayu Geby Gisela Syaputri^{1*}, Muhammad Bahrul Ulum², Resthie Andela³ Lesi Agusria⁴, Efrina Masdaini⁵, Primasari Fitria⁶, Muhammad Syahril⁷, Yunita Febriani⁸, Ummi Kalsum⁹, Arradytia Permana¹⁰, Bora Alviolosa¹¹, Fagar Fertiwi Fardah Tunisia Ahmad¹²

^{1,3,4,5,6,7,8,9, 10,11,12} Universitas Muhammadiyah Palembang

²Universitas Sriwijaya

Email: ayu_geby@um-palembang.ac.id¹, muhammadbahrul@fe.unsri.ac.id², resthieandela@gmail.com³, lesi.agusria@um-palembang.ac.id⁴, efrina.masdaini@yahoo.co.id⁵, Prima194.pjs@um-palembang.ac.id⁶, msyahril@um-palembang.ac.id⁷, yunita_febriani@um-palembang.ac.id⁸, ummi@um-palembang.ac.id⁹, aditgunz09@gmail.com¹⁰, bora.alviolosa@um-palembang.ac.id¹¹, fagaryfertiwi@um-palembang.ac.id¹²

ARTICLE INFO

Article history:

Received Mei 06, 2026

Revised Mei 07, 2026

Accepted Mei 29, 2026

Kata Kunci:

UMKM; Promosi Digital; Pemasaran; Desa.

Keywords:

Msmes; Digital Promotion; Marketing; Village.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Ayu Geby Gisela Syaputri, et.al, Published by Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. Namun, UMKM di Desa Sungai Pinang masih menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha dan pemasaran, khususnya terkait keterbatasan penggunaan sistem informasi dan rendahnya pemanfaatan promosi digital. Kondisi ini menyebabkan pengelolaan data usaha kurang efektif serta jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menerapkan promosi digital guna meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di Desa Sungai Pinang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi digital melalui media sosial dan marketplace dapat memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan penjualan. Selain itu, pelatihan dan pendampingan digital menjadi faktor pendukung utama dalam keberhasilan implementasi. Dengan demikian, penerapan promosi digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM di Desa Sungai Pinang dan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in improving the community's economy, especially in rural areas. However, MSMEs in Sungai Pinang Village still face obstacles in business management and marketing, particularly due to limited use of digital promotion. This condition causes business data management to be less effective and limits the reach of product marketing. This study aims to analyze digital promotion to improve the performance and competitiveness of MSMEs in Sungai Pinang Village. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation involving MSME actors. The results of the study digital promotion through social media and marketplaces can expand marketing reach and increase sales. In addition, digital training and assistance are the main supporting factors in the success of the implementation.

Therefore, the application of digital promotion has a positive impact on the development of MSMEs in Permata Baru Village and can serve as a solution to improve business competitiveness in the digital era.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjadi penggerak ekonomi lokal. Namun, dalam perkembangan era digital saat ini, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital. Banyak pelaku UMKM, khususnya di daerah pedesaan, masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan usahanya sehingga daya saing produk menjadi terbatas. (M. Chairul Abdi, 2021)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola bisnis dan strategi pemasaran. Digital marketing menjadi salah satu solusi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing UMKM di tengah persaingan global. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batas geografis. (Geby et al., 2023).

Namun demikian, kenyataannya masih banyak UMKM di desa yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, keterampilan, serta akses terhadap teknologi. Sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan sistem pencatatan keuangan manual dan strategi pemasaran tradisional, sehingga kurang efektif dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha. (Rusriani et al., 2025).

Selain itu, rendahnya pemanfaatan sistem informasi dalam pengelolaan usaha juga menjadi kendala utama. Sistem informasi memiliki peran penting dalam membantu proses pencatatan keuangan, pengelolaan data usaha, serta pengambilan keputusan yang lebih tepat dan cepat. Dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi, pelaku UMKM dapat mengelola usahanya secara lebih profesional dan terstruktur. (Sari Nur Hasnah, 2021)

Di sisi lain, penerapan digital marketing terbukti mampu meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperluas pangsa pasar UMKM. Melalui strategi pemasaran digital yang tepat, produk UMKM tidak hanya dikenal di lingkungan lokal, tetapi juga dapat menembus pasar yang lebih luas bahkan hingga tingkat nasional. (Rizki et al., n.d.)

Desa Sungai Pinang sebagai salah satu wilayah yang memiliki potensi UMKM, tentunya perlu didorong untuk mengadopsi teknologi digital dalam pengelolaan usaha. Namun, masih terdapat berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sarana dan prasarana, serta kurangnya pendampingan dalam penerapan sistem informasi dan promosi digital. Kondisi ini menyebabkan potensi UMKM di desa tersebut belum berkembang secara maksimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu upaya untuk menerapkan promosi digital pada UMKM di Desa Sungai Pinang. Penerapan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk UMKM sehingga mampu berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian desa.

Metode Pengabdian

Materi Pelatihan

Adapun materi dalam pelatihan adalah mengenai penerapan sistem informasi dan promosi digital pada UMKM di Desa Sungai Pinang. Metode pelaksanaan kegiatan ini disusun secara sistematis untuk memastikan penerapan sistem informasi dan promosi digital pada UMKM di Desa Sungai Pinang berjalan efektif dan tepat sasaran. Kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara langsung dalam setiap tahapan.

Metode Pengabdian

Pengabdian dalam kegiatan pengabdian ini membagi menjadi lima tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan identifikasi awal terhadap kondisi UMKM di Desa Permata Baru. Kegiatan meliputi:

- a. Observasi lapangan untuk mengetahui kondisi usaha, sistem pencatatan, dan metode pemasaran yang digunakan.
- b. Wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan.
- c. Penyusunan materi pelatihan terkait sistem informasi dan promosi digital.

2. Tahap Perancangan Sistem

Tahap ini bertujuan untuk merancang sistem informasi sederhana yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Kegiatan meliputi:

- a. Perancangan sistem pencatatan keuangan sederhana (manual/digital).
- b. Penentuan platform digital yang akan digunakan (media sosial atau marketplace).
- c. Pembuatan akun dan pengaturan awal sistem digital.

3. Tahap Pelaksanaan / Implementasi

Pada tahap ini dilakukan penerapan langsung kepada pelaku UMKM, meliputi:

- a. Pelatihan penggunaan sistem informasi untuk pencatatan usaha.
- b. Pelatihan promosi digital melalui media sosial (seperti Instagram, Facebook, atau WhatsApp Business).
- c. Pendampingan dalam pembuatan konten promosi (foto produk, deskripsi, dan harga).
- d. Simulasi penggunaan marketplace untuk penjualan produk.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kegiatan yang telah dilakukan, meliputi:

- a. Monitoring penggunaan sistem informasi dan media promosi digital.
- b. Evaluasi peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM.
- c. Identifikasi kendala yang dihadapi selama implementasi.
- d. Perbaikan dan penyempurnaan sistem yang telah diterapkan.

5. Tahap Pelaporan

Tahap akhir berupa penyusunan laporan kegiatan yang berisi:

- a. Dokumentasi seluruh kegiatan
- b. Hasil evaluasi
- c. Dampak penerapan terhadap UMKM
- d. Rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut

Hasil dan Pembahasan

Aktifitas Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan penerapan sistem informasi dan promosi digital pada UMKM di Desa Sungai Pinang menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan dalam pengelolaan usaha dan strategi pemasaran. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional, baik dalam pencatatan keuangan maupun dalam kegiatan promosi. Pencatatan transaksi umumnya dilakukan secara sederhana bahkan tidak terdokumentasi dengan baik, sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan secara pasti.

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya sistem informasi dalam pengelolaan usaha. Mereka mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana secara lebih teratur, baik menggunakan buku kas maupun aplikasi digital. Hal ini memberikan dampak positif, di mana pelaku usaha dapat memantau pemasukan, pengeluaran, serta keuntungan secara lebih jelas dan terstruktur.

Di sisi lain, penerapan promosi digital juga menunjukkan hasil yang cukup baik. Pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk memasarkan produk mereka. Mereka belajar membuat konten promosi berupa foto produk, deskripsi, serta informasi harga yang lebih menarik. Dengan adanya promosi digital, jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar desa.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, serta mendorong mereka untuk mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam menjalankan usaha.





Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “*Pelatihan Promosi Digital untuk UMKM di Desa Sungai Pinang*”, kegiatan berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Hal ini terlihat dari dokumentasi kegiatan yang menunjukkan keterlibatan aktif antara tim pelaksana dan masyarakat.

Pada tahap awal kegiatan, dilakukan sesi penyampaian materi yang berlangsung di dalam ruangan. Berdasarkan dokumentasi, terlihat narasumber sedang menyampaikan materi menggunakan mikrofon dengan didampingi tim. Kehadiran banner kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan ini terstruktur dan memiliki tujuan yang jelas. Peserta tampak memperhatikan pemaparan materi, yang menunjukkan adanya antusiasme dalam memahami sistem informasi dan promosi digital.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan yang lebih teknis terkait penggunaan sistem informasi dan strategi promosi digital. Dari dokumentasi terlihat adanya penggunaan media presentasi (proyektor), yang menunjukkan bahwa materi disampaikan secara lebih interaktif dan berbasis teknologi. Hal ini membantu peserta dalam memahami konsep digitalisasi secara lebih konkret.

Selain itu, dokumentasi kegiatan di luar ruangan menunjukkan adanya sesi penutupan sekaligus dokumentasi bersama antara tim pelaksana dan peserta UMKM. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa, dosen, serta masyarakat setempat yang berpartisipasi aktif. Kebersamaan ini menunjukkan adanya kolaborasi yang baik dalam pelaksanaan kegiatan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaksanaan program tidak hanya berjalan sesuai rencana, tetapi juga mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terkait pentingnya sistem informasi dan promosi digital dalam pengembangan UMKM.

Hasil Analisis Foto Kegiatan

Pada foto pertama terlihat narasumber sedang menyampaikan materi di depan peserta dengan menggunakan mikrofon, didampingi oleh beberapa anggota tim. Terdapat banner bertuliskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menjadi identitas

program. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan dilaksanakan secara formal dan terorganisir. Posisi narasumber di depan menunjukkan adanya proses transfer ilmu, sedangkan peserta yang duduk menghadap ke depan mencerminkan kondisi pembelajaran yang kondusif. Kegiatan ini menjadi tahap awal dalam meningkatkan pemahaman UMKM terhadap sistem informasi dan promosi digital.

Pada foto kedua terlihat narasumber sedang menjelaskan materi dengan bantuan proyektor. Tampilan slide presentasi menunjukkan bahwa materi yang disampaikan berkaitan dengan pemasaran digital. Hal ini mengindikasikan bahwa metode penyampaian tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menggunakan media visual untuk memperjelas pemahaman peserta. Penggunaan teknologi ini menjadi bagian penting dalam mengenalkan konsep digital kepada pelaku UMKM yang sebelumnya masih menggunakan metode konvensional.

Pada foto ketiga dan keempat terlihat dokumentasi bersama antara tim pelaksana dan peserta kegiatan di luar ruangan dengan membawa banner kegiatan. Peserta terdiri dari berbagai kalangan, termasuk mahasiswa dan masyarakat setempat. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak. Dokumentasi ini juga menjadi bukti bahwa kegiatan telah terlaksana secara menyeluruh hingga tahap akhir. Selain itu, keterlibatan mahasiswa menunjukkan adanya peran akademisi dalam mendukung pengembangan UMKM di masyarakat.

Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "*Pelatihan Promosi Digital untuk UMKM di Desa Sungai Pinang*", dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya penerapan sistem informasi dalam pengelolaan usaha, khususnya dalam pencatatan keuangan dan pengelolaan data usaha secara lebih terstruktur.

Selain itu, penerapan promosi digital juga memberikan wawasan baru bagi pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka. Dengan memanfaatkan media digital, pelaku usaha mulai memahami cara memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk di era digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara langsung terbukti efektif dalam membantu peserta memahami materi yang disampaikan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM dari metode konvensional menuju pemanfaatan teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi dan promosi digital merupakan langkah strategis dalam mendukung perkembangan UMKM di Desa Sungai Pinang.

Daftar Pustaka

- Geby, A., Syaputri, G., & Ulum, M. B. (2023). *Penyuluhan Penggunaan Instagram Kepada UMKM Bu Mul Flora di Kelurahan 16 Ulu Kota Palembang*. 4(2), 962–966.
- M. Chairul Abdi. (2021). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Pada UMKM Dan Upaya Pemerintah Dalam Menyelamatkan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan* (Vol. 3, Issue March).
- Rizki, A. O., Gunawan, H., & Bengkulu, U. M. (n.d.). *Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing Pada UMKKM di Desa Giri Mulya*. 329–340.
- Rusrian, A., Zed, E. Z., Meilani, F., Putri, R. K., Syahidah, D. N., Maulana, A., Lonto, N., & Rifki, M. (2025). *Pengenalan Pemasaran Digital dan Pembayaran Digital pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Cibarusahjaya*. 1(4), 908–914.
- Sari Nur Hasnah. (2021). Penerapan Digital Marketing dan Sistem Informasi Akuntansi bagi UMKM di Wilayah Kampung Baru Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 3.

