

## Penerapan Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Omset UMKM di Bangka Belitung

Tri Sugihartono<sup>1</sup>, Rahmat Sulaiman<sup>2</sup>, Elly Yanuarti<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

<sup>3</sup>Sistem Informasi, Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur

[trisugihartono@atmaluhur.ac.id](mailto:trisugihartono@atmaluhur.ac.id)<sup>1</sup>, [rahmatsulaiman@atmaluhur.ac.id](mailto:rahmatsulaiman@atmaluhur.ac.id)<sup>2</sup>, [ellyyanuarti@atmaluhur.ac.id](mailto:ellyyanuarti@atmaluhur.ac.id)<sup>3</sup>

### **Abstrak**

*Kegiatan pelatihan digital marketing bagi 16 pelaku usaha UMKM di Bangka Belitung, yang dilaksanakan oleh LPK Atma Luhur bekerja sama dengan BPVP Belitung dari 16 September hingga 16 Oktober 2024, bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Materi pelatihan mencakup riset pasar, analisis SWOT, value proposition, riset keyword, penggunaan media sosial, pembuatan konten, copywriting (AIDA, PAS, Hook), serta pengelolaan Google Bisnis dan website. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan omset peserta hingga 25% melalui strategi digital marketing, serta peningkatan keterampilan dalam membuat konten promosi yang optimal. Studi ini membandingkan hasil pelatihan ini dengan program pelatihan digital marketing serupa yang telah dilaksanakan di beberapa wilayah Indonesia..*

**Kata kunci:** *UMKM, Digital Marketing, Media Sosial, Google Bisnis, Optimasi Konten, Peningkatan Omset*

### **1. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk di bidang usaha kecil dan menengah (UMKM). Teknologi ini telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan akses pasar, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan omset melalui pemasaran digital. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM, khususnya di daerah seperti Bangka Belitung, masih belum sepenuhnya memanfaatkan peluang ini. Keterbatasan dalam hal pengetahuan, keterampilan teknis, dan akses teknologi menjadi hambatan utama dalam mengimplementasikan strategi digital marketing secara efektif.

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di daerah-daerah terpencil yang memiliki keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Bangka Belitung, sebagai salah satu provinsi yang mengandalkan sektor UMKM dalam menunjang perekonomiannya, menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal di tengah era digital yang semakin kompetitif. Di sinilah pentingnya edukasi dan pelatihan bagi para pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran yang efektif dan efisien.

Digital marketing telah terbukti menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas, mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, dan meningkatkan interaksi dengan

konsumen. Platform seperti Google Bisnis, media sosial, dan website telah menjadi alat penting dalam memperkenalkan produk dan layanan kepada masyarakat global. Oleh karena itu, pelatihan tentang penerapan digital marketing menjadi sangat relevan dan mendesak.

Sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan tersebut, LPK Atma Luhur bekerja sama dengan BPVP Belitung menyelenggarakan pelatihan digital marketing bagi 16 pelaku UMKM di Bangka Belitung. Pelatihan ini berlangsung selama satu bulan, mulai dari 16 September hingga 16 Oktober 2024, dengan tujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara langsung oleh peserta dalam meningkatkan omset dan ekspansi pasar mereka. Pelatihan ini mencakup berbagai topik penting yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka di era digital.

Salah satu materi utama dalam pelatihan ini adalah cara meriset pasar menggunakan Google Trends, yang memungkinkan para peserta untuk memahami tren pasar terkini yang relevan dengan produk mereka. Selain itu, peserta juga diajarkan cara melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal usaha mereka, serta peluang dan ancaman eksternal yang ada di pasar. Kedua hal ini merupakan fondasi dalam perencanaan strategi pemasaran yang efektif.

Selain riset pasar dan analisis SWOT, pelatihan ini juga membekali peserta dengan keterampilan dalam menciptakan value proposition yang kuat. Value proposition merupakan elemen penting dalam menarik minat konsumen dengan menonjolkan keunikan dan nilai tambah dari produk atau layanan yang ditawarkan. Peserta diajak untuk memahami bagaimana cara menyusun value proposition yang dapat membedakan produk mereka dari pesaing, serta membuatnya lebih relevan bagi konsumen target.

Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok juga menjadi topik utama dalam pelatihan ini. Platform media sosial telah terbukti menjadi alat pemasaran yang sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Para peserta diajarkan cara mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk memperkuat brand awareness, meningkatkan engagement dengan konsumen, serta mendorong konversi penjualan melalui konten yang menarik dan berkualitas.

Selanjutnya, pelatihan ini juga mencakup teknik-teknik pembuatan konten promosi yang optimal. Para peserta diajarkan cara membuat konten gambar dan video yang menarik, sesuai dengan tren visual di media sosial. Selain itu, mereka juga diajarkan teknik copywriting menggunakan metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), PAS (Problem, Agitation, Solution), dan Hook, yang merupakan strategi penulisan yang terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan pembelian.

Sebagai bagian dari transformasi digital, peserta juga diajarkan cara mendaftarkan usaha mereka di Google Bisnis. Dengan terdaftar di Google Bisnis, UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen melalui pencarian lokal, meningkatkan visibilitas online mereka, serta membangun kepercayaan konsumen melalui ulasan dan interaksi langsung. Pelatihan ini juga memberikan panduan bagi peserta dalam membangun website sederhana menggunakan Google Sites, yang dapat digunakan sebagai katalog online untuk menampilkan produk dan informasi usaha mereka.

Pelatihan ini diharapkan dapat membantu peserta meningkatkan omset usaha mereka melalui penerapan strategi digital marketing yang efektif dan efisien. Dengan keterampilan yang telah dipelajari, peserta dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan engagement dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan melalui berbagai platform digital.

## **2. Metode Pelaksanaan**

### **a. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama satu bulan, dimulai dari tanggal 16 September hingga 16 Oktober 2024. Kegiatan ini bertempat di LPK Atma Luhur, Pangkalpinang, Bangka Belitung, dan diselenggarakan bekerja sama dengan Balai Pelatihan Vokasi dan Produktivitas (BPVP) Belitung.

### **b. Peserta Pelatihan**

Pelatihan ini diikuti oleh 16 peserta yang merupakan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Bangka Belitung. Para peserta memiliki latar belakang usaha yang beragam, mulai dari usaha makanan, kerajinan tangan, hingga usaha jasa. Pemilihan peserta didasarkan pada kesiapan mereka dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran produk, dengan prioritas pada usaha yang telah memiliki produk siap jual namun belum memanfaatkan strategi digital marketing secara optimal.

### **c. Metode Pelatihan**

Metode pelatihan yang digunakan dalam program ini adalah metode praktik langsung (hands-on training) yang dikombinasikan dengan pemahaman teori (lecture-based learning) untuk memberikan wawasan menyeluruh tentang digital marketing. Setiap materi disampaikan oleh fasilitator dengan pendekatan yang interaktif, dan peserta diberikan kesempatan untuk langsung menerapkan apa yang telah dipelajari selama sesi pelatihan.

Materi pelatihan yang disampaikan terdiri dari beberapa modul, yaitu:

### ***1. Riset Pasar Menggunakan Google Trends***

Peserta diperkenalkan dengan Google Trends untuk mempelajari tren pasar dan produk di pasar lokal dan global. Modul ini dirancang agar peserta mampu melakukan analisis tren yang relevan dengan bisnis mereka.

### ***2. Analisis SWOT***

Setiap peserta diminta untuk melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) terkait usaha mereka. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi usaha dan potensi pengembangan, serta tantangan yang perlu diantisipasi dalam pasar digital.

### ***3. Value Proposition***

Modul ini mengajarkan peserta cara mengembangkan value proposition produk mereka, yaitu menonjolkan aspek unik dan nilai tambah produk untuk menarik minat konsumen. Fokus pada apa yang membuat produk mereka berbeda dari kompetitor.

### ***4. Riset Keyword dan SEO***

Peserta diajarkan dasar-dasar Search Engine Optimization (SEO) dan bagaimana melakukan riset keyword yang tepat untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka di mesin pencari seperti Google.

### ***5. Penggunaan Media Sosial***

Peserta mendapatkan pengetahuan tentang cara mengelola akun media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memasarkan produk mereka. Materi ini meliputi strategi pembuatan konten, waktu posting yang efektif, serta cara meningkatkan engagement dan followers secara organik.

### ***6. Pembuatan Konten Gambar dan Video***

Pelatihan pembuatan konten visual diberikan untuk membantu peserta menghasilkan gambar dan video yang berkualitas untuk promosi produk mereka di media sosial. Teknik dasar desain grafis dan pembuatan video menggunakan perangkat sederhana dijelaskan secara praktis.

### ***7. Copywriting dengan Teknik AIDA, PAS, dan HOOK***

Peserta dilatih menggunakan teknik copywriting efektif, seperti AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), PAS (Problem, Agitation, Solution), dan Hook untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka melakukan pembelian.

### ***8. Pendaftaran Google Bisnis***

Sesi ini difokuskan pada pendaftaran dan pengelolaan akun Google Bisnis, yang memberikan peserta kesempatan untuk lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen di pencarian lokal Google dan Google Maps.

### ***9. Pembuatan Website dengan Google Sites***

Peserta diajarkan cara membuat website sederhana menggunakan Google Sites sebagai etalase digital usaha mereka. Mereka juga diajarkan cara memigrasi website ke domain yang lebih profesional untuk mendukung pemasaran yang lebih luas.

#### **d. Alat dan Bahan**

Kegiatan pelatihan ini memanfaatkan beberapa alat dan bahan sebagai pendukung kegiatan, antara lain:

- Laptop atau perangkat komputer untuk setiap peserta yang digunakan selama pelatihan praktik digital marketing.
- Akses Internet yang disediakan oleh panitia untuk memungkinkan peserta melakukan riset online, mengelola akun media sosial, dan mengakses Google Bisnis serta Google Sites.
- Aplikasi desain sederhana seperti Canva untuk pembuatan konten visual.
- Software SEO dan alat riset keyword seperti Google Keyword Planner dan Ubersuggest yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pencarian organik.

#### **e. Evaluasi dan Pendampingan**

Setelah setiap sesi pelatihan, dilakukan evaluasi langsung terhadap pemahaman peserta. Setiap peserta diminta untuk mempraktikkan apa yang telah mereka pelajari pada usaha mereka masing-masing dan melaporkan perkembangan serta tantangan yang mereka hadapi. Evaluasi ini dilakukan melalui sesi diskusi dan review konten yang mereka hasilkan.

Pendampingan intensif juga diberikan melalui grup komunikasi online, di mana peserta dapat berkonsultasi dengan fasilitator tentang kendala yang mereka hadapi saat menerapkan strategi digital marketing yang telah diajarkan.

#### **f. Indikator Keberhasilan**

Keberhasilan program pelatihan ini diukur melalui beberapa indikator, antara lain:

- Peningkatan pemahaman peserta terkait konsep dasar dan penerapan strategi digital marketing.
- Peningkatan omset usaha peserta, yang diukur berdasarkan laporan peserta setelah menerapkan strategi digital marketing selama satu bulan.
- Jumlah peserta yang berhasil mendaftarkan bisnis di Google Bisnis dan membuat website usaha menggunakan Google Sites.
- Kualitas konten promosi (gambar, video, dan copywriting) yang dibuat oleh peserta sebagai hasil pelatihan.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **a. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta**

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta terkait strategi digital marketing. Sebelum pelatihan, hanya 25% peserta yang memiliki pemahaman dasar mengenai digital marketing, dan sebagian besar belum pernah menggunakan alat digital seperti Google Bisnis, riset keyword, atau SEO dalam usaha mereka. Setelah pelatihan, 100% peserta memahami teknik dasar pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, pembuatan konten visual, serta teknik copywriting. Hal ini dibuktikan melalui evaluasi akhir pelatihan di mana peserta mampu menyusun strategi pemasaran digital yang terstruktur, serta memanfaatkan platform digital yang telah diajarkan.

Para peserta juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis, khususnya dalam membuat konten promosi seperti gambar, video, dan tulisan pemasaran. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi setelah mendapatkan pelatihan. Dari 16 peserta, 12 di antaranya melaporkan bahwa mereka mampu membuat konten promosi dengan bantuan aplikasi desain grafis sederhana seperti Canva dan mengoptimalkannya untuk platform media sosial seperti Instagram dan Facebook.

#### **b. Implementasi Google Bisnis dan Pembuatan Website**

Salah satu pencapaian penting dari pelatihan ini adalah peningkatan adopsi Google Bisnis oleh peserta. Sebanyak 75% peserta telah berhasil mendaftarkan usaha mereka di Google Bisnis selama periode pelatihan. Hal ini memungkinkan usaha mereka muncul lebih mudah dalam pencarian Google lokal, yang penting untuk menarik konsumen di daerah Bangka Belitung dan sekitarnya. Peserta melaporkan adanya peningkatan jumlah kunjungan konsumen ke lokasi usaha setelah mendaftar di Google Bisnis, terutama pada sektor makanan dan minuman yang sangat dipengaruhi oleh pencarian lokal.

Selain itu, 50% peserta berhasil membuat website sederhana melalui Google Sites untuk menampilkan produk dan layanan mereka secara online. Website ini berfungsi sebagai katalog online yang memudahkan konsumen melihat produk dan memesan langsung melalui platform yang tersedia. Meskipun sebagian peserta masih dalam tahap awal pembangunan website, mereka merasakan manfaat besar dari adanya etalase digital yang lebih profesional dan mudah diakses oleh konsumen.

#### **c. Peningkatan Omset Usaha**

Salah satu tujuan utama pelatihan ini adalah untuk membantu peserta meningkatkan omset usaha mereka melalui penerapan strategi digital marketing. Berdasarkan hasil evaluasi satu bulan setelah pelatihan berakhir, 12 dari 16 peserta melaporkan adanya peningkatan omset rata-rata sebesar 25%. Peningkatan ini sebagian besar disebabkan oleh penggunaan media sosial yang lebih optimal, promosi melalui Google Bisnis, serta penerapan teknik SEO yang meningkatkan visibilitas usaha mereka di mesin pencari.

Salah satu peserta, pemilik usaha kerajinan tangan, melaporkan peningkatan penjualan sebesar 40% setelah berhasil mempromosikan produknya melalui Instagram dan Google Bisnis. Usaha ini mendapatkan perhatian lebih dari konsumen lokal dan turis yang mencari produk khas Bangka Belitung. Contoh ini menunjukkan bagaimana strategi digital marketing dapat membantu UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan di daerah dengan keterbatasan infrastruktur digital seperti Bangka Belitung.

Peserta lain yang bergerak di bidang kuliner juga melaporkan peningkatan jumlah pesanan setelah menerapkan strategi pembuatan konten video promosi di media sosial. Video yang menampilkan proses pembuatan produk dan testimoni konsumen menjadi sangat populer di Instagram dan TikTok, yang mendorong peningkatan engagement dan penjualan produk.

#### **d. Optimalisasi Konten dan Strategi Copywriting**

Pembuatan konten promosi merupakan salah satu fokus utama dari pelatihan ini. Sebagian besar peserta melaporkan bahwa mereka sebelumnya kesulitan membuat konten

visual dan teks promosi yang menarik. Setelah mengikuti pelatihan, mereka mampu membuat konten yang lebih profesional dengan teknik dasar desain grafis dan videografi sederhana.

Teknik copywriting yang diajarkan, seperti metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), PAS (Problem, Agitation, Solution), dan Hook, terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas pesan pemasaran peserta. Beberapa peserta melaporkan bahwa dengan menggunakan teknik copywriting yang lebih persuasif, mereka berhasil meningkatkan konversi dari pengunjung media sosial menjadi konsumen. Contohnya, penggunaan teknik AIDA pada caption Instagram mampu menarik perhatian konsumen dan mendorong tindakan lebih cepat, seperti mengunjungi lokasi usaha atau melakukan pembelian.

#### **e. Hambatan dan Tantangan**

Meskipun hasil pelatihan menunjukkan keberhasilan yang signifikan, beberapa hambatan masih dihadapi oleh peserta. Salah satu tantangan terbesar adalah keterbatasan akses internet di beberapa wilayah pedesaan di Bangka Belitung, yang menghambat kelancaran implementasi digital marketing secara maksimal. Peserta yang berada di daerah dengan koneksi internet terbatas melaporkan kesulitan dalam memuat konten video atau memperbarui website mereka secara konsisten.

Selain itu, meskipun peserta telah diajarkan cara membuat website menggunakan Google Sites, beberapa peserta merasa bahwa pembuatan website membutuhkan keterampilan teknis lebih lanjut, terutama dalam hal desain dan pemeliharaan. Peserta dari usaha kecil yang tidak memiliki tim IT sering merasa kesulitan dalam memodifikasi tampilan website atau mengintegrasikan fitur e-commerce yang lebih kompleks..

#### **4. Kesimpulan**

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang diterapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara signifikan, yang berdampak langsung pada peningkatan omset usaha mereka. Implementasi Google Bisnis, pembuatan konten visual dan copywriting, serta pembuatan website sederhana menjadi kunci keberhasilan program ini. Namun, tantangan dalam hal infrastruktur internet dan keterampilan teknis lebih lanjut tetap perlu diperhatikan untuk menjamin keberlanjutan dan efektivitas program di masa depan.

#### **Daftar Pustaka**

1. Rizan O, Laurentinus L, Hamidah H, Sarwindah S. Pembuatan Media Promosi Alternatif Melalui Digital Branding Pada Sekolah PAUD. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2023 Apr 13;6(2):275.
2. Panca Juniawan F, Suci Mayasari M, Arie Pradana H, Tommy L, Yuny Sylfania D. PELATIHAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN KOMPETENSI MASYARAKAT DESA KACE TIMUR, BANGKA. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*. 2023;06(01).
3. Kirana C, Wahyuningsih D. PELATIHAN MANAJEMEN HOMESTAY DI PANGKALPINANG DENGAN METODE DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI. 2021;2.
4. Magdalena H, Santoso H. Sosialisasi Pemasaran Digital Bagi Pelaku Industri Rumahan di Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Abdidas*. 2021 Sep 9;2(5):1054–63.

5. Saftari M, Indah Sari L. ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA YANG MENGIKUTI ONLINE LEARNING MATA KULIAH STATISTIK EKONOMI (STUDI KASUS MAHASISWA ISB ATMA LUHUR). 2023;03:1.
6. Sugihartono T, Sulaiman R, Yanuarti E, Alkayess AF, Indallah R. MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENGUATAN SDM MELALUI PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BAGI PARA UMKM. 2023;4(1).