

SOSIALISASI MARKETING DIGITALISASI DI KECAMATAN GUNUNG ALAM KABUPATEN BENGKULU UTARA

Duharman¹, Bahrin², Ayudho Selviani³
^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Bengkulu

e-mail : duharman@umb.ac.id¹, Bahrin@gmail.com², ayudhoselviani@umb.ac.id³

Abstract

This community service program aims to improve the understanding and skills of MSMEs in Gunung Alam District, North Bengkulu Regency, in digital marketing. The low level of digital media utilization by businesses is the driving force behind this activity. The methods used included outreach, training, and direct mentoring with a participatory approach. The results of this activity demonstrate an increased understanding of the importance of digital marketing among MSMEs and their ability to use social media as a promotional tool. This activity also helps broaden MSMEs' horizons to broader digital market opportunities. The importance of this activity lies in its contribution to empowering the local economy through digital technology.

Keywords: MSMEs, digital marketing, training, socialization, empowerment

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Kecamatan Gunung Alam Kabupaten Bengkulu Utara dalam pemasaran berbasis digital. Masih rendahnya pemanfaatan media digital oleh pelaku usaha menjadi latar belakang kegiatan ini. Metode yang digunakan berupa sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung dengan pendekatan partisipatif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing, serta kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan ini juga membantu membuka wawasan pelaku UMKM terhadap peluang pasar digital yang lebih luas. Pentingnya kegiatan ini terletak pada kontribusinya dalam pemberdayaan ekonomi lokal melalui teknologi digital.

Kata kunci: UMKM, digital marketing, pelatihan, sosialisasi, pemberdayaan

A. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM adalah rendahnya adopsi teknologi digital dalam strategi pemasaran. Di Kecamatan Gunung Alam, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode konvensional dalam memasarkan produk mereka. Minimnya pemahaman terhadap digitalisasi pemasaran menyebabkan rendahnya daya saing dan akses pasar yang terbatas.

Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM, lebih dari 65% pelaku UMKM di Bengkulu Utara belum menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran. Berdasarkan hal tersebut, dilakukan kegiatan pengabdian berupa sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan literasi digital, keterampilan penggunaan media sosial, serta strategi konten pemasaran digital bagi pelaku UMKM.

B. METODE KEGIATAN

Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

- **Solusi yang Ditawarkan:** Pelatihan pembuatan akun bisnis di media sosial, teknik pembuatan konten promosi, strategi pemasaran online, dan manajemen hubungan pelanggan melalui digital.
- **Metode dan Pendekatan:** Menggunakan pendekatan partisipatif, diskusi kelompok, praktik langsung, dan pendampingan individual.
- **Pelaksanaan Kegiatan:**

Waktu : 15 – 16 Mei 2025

Tempat : Balai Desa Gunung Alam, Kabupaten Bengkulu Utara

Durasi : 2 hari (16 jam pelatihan)

Peserta : 30 pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha (kuliner, kerajinan, pakaian)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan sesuai rencana dengan antusiasme peserta yang tinggi. Pelaku UMKM mulai memahami pentingnya keberadaan bisnis mereka di ranah digital. Dalam praktiknya, peserta belajar membuat akun bisnis *Instagram* dan *Facebook*, serta membuat desain promosi menggunakan aplikasi *Canva*.

Indikator keberhasilan:

85% peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial

75% peserta mampu membuat konten promosi secara mandiri

60% peserta mulai mengaplikasikan teknik pemasaran digital setelah pelatihan

Berikut dokumentasi kegiatan:

Gambar 1



Kegiatan praktik membuat akun bisnis Instagram oleh peserta

Gambar 2



Simulasi pemasaran produk melalui media sosial

Tabel 1
Jadwal Kegiatan Sosialisasi

No	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1	15 Mei 2025	Sosialisasi Digital Marketing	Penyampaian materi dan diskusi
2	16 Mei 2025	Pelatihan Pembuatan Konten Digital	Praktik langsung dan pendampingan

D. KESIMPULAN

- Pelaku UMKM di Kecamatan Gunung Alam memiliki semangat tinggi untuk belajar pemasaran digital.
- Program sosialisasi dan pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta.
- Kegiatan ini membuka akses pelaku UMKM terhadap pasar yang lebih luas melalui platform digital.
- Diperlukan pendampingan lanjutan dan evaluasi berkala untuk menjaga keberlanjutan dampak dari kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Kecamatan Gunung Alam, peserta pelatihan, dan tim pelaksana dari Universitas Muhammadiyah Bengkulu atas dukungannya dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Keraf, Gorys. 2007. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gunawan, Hafiz. 2017. *Eksistensi Bahasa Asing dalam Penggunaan Bahasa Indonesia Menghadapi Era Globalisasi*. *Lateralisasi*, VI, 139-145.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.