



Peningkatan Literasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Berbasis Online Bagi Masyarakat Desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara

Joyana Uliarta Malau ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Suwarni ³⁾; Muhammad Rahman Febliansa ⁴⁾; Dodi Hardinata ⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ joyanauliarta@gmail.com, ² ahmadsoleh@unived.ac.id, ³ suwarni@unived.ac.id, ⁴ rahmanfebliansa@unived.ac.id, ⁵ hardinata29@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [20 Februari 2025]

Revised [28 Maret 2025]

Accepted [30 Maret 2025]

KEYWORDS

Digital Marketing, Literasi Digital, UMKM.

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



ABSTRAK

Peningkatan literasi digital marketing merupakan langkah strategis untuk mengembangkan transformasi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada masyarakat desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan daya saing. Peningkatan literasi digital merujuk pada upaya sistematis untuk memperkuat kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara efektif dan bertanggung jawab. Hal ini mencakup penguasaan keterampilan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), pemahaman terhadap etika digital, serta kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi berbagai konten digital yang terus berkembang. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan literasi digital, pengembangan website, dan pendampingan intensif. Hasilnya, UMKM yang terlibat menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan pemasaran digital, termasuk optimalisasi media sosial dan website, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan. Selain itu, program ini membangun kompetensi mahasiswa dalam penerapan teknologi digital dan kolaborasi. Kesimpulannya, kolaborasi antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan UMKM mampu menciptakan solusi inovatif yang mendukung ekonomi digital lokal, sekaligus memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

ABSTRACT

Increasing digital marketing literacy is a strategic step to develop the digital transformation of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the community of Bukit Makmur Village, Pinang Raya District, North Bengkulu Regency. This program aims to improve the ability of MSMEs to utilize digital platforms to expand market reach and competitiveness. Improving digital literacy refers to a systematic effort to strengthen an individual's ability to access, understand, evaluate and utilize digital information effectively and responsibly. This includes mastery of information and communication technology (ICT) skills, an understanding of digital ethics, and the ability to think critically in dealing with a variety of digital content that continues to evolve. The activities were implemented through digital literacy training, website development, and intensive mentoring. As a result, the MSMEs involved showed significant improvement in understanding and implementing digital marketing, including optimizing social media and websites, which contributed to increased sales. In addition, the program built students' competencies in the application of digital technology and collaboration. In conclusion, collaboration between universities, students, and MSMEs can create innovative solutions that support the local digital economy, while providing opportunities for MSMEs to compete in a wider market.

PENDAHULUAN

Teknologi mempermudah manusia melakukan berbagai aktivitas. Tidak hanya dalam kegiatan pendidikan, kesehatan dan pariwisata, kegiatan pemasaran pun semakin berkembang seiring perkembangan teknologi. Berbagai strategi diciptakan dalam pemanfaatannya untuk memasarkan produk maupun jasa dalam bentuk digital (Intan et al., 2021). Tujuannya jelas, mempermudah konsumen mendapatkan produk yang diinginkan. Akhirnya, tradisi berbelanja berubah dari yang berbentuk konvensional menjadi online. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), selain pertimbangan fiskal dan moneter lainnya, memiliki proporsi yang signifikan dari sektor bisnis Indonesia selama perjalanan pertumbuhan ekonominya. Sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tujuannya adalah untuk memperluas dan mengembangkan usaha guna mewujudkan perekonomian nasional yang berlandaskan ekonomi berkeadilan. Hal ini ditunjukkan dengan ketangguhan UMKM dalam menghadapi berbagai dampak negatif dari krisis ekonomi yang terjadi, bahkan dipandang sebagai faktor penyelamat dari keterpurukan krisis. Selain itu, UMKM paling banyak menyerap pinjaman pada tahun 2018 sekitar 1 triliun rupiah dari sektor manapun (Tresnasari & Zulganef, 2023: 11). *Marketplace* menjadi jantung perkembangan dunia digital karena terdapat berbagai aktivitas jual beli baik produk maupun jasa, pembayaran tunai dan non tunai, pemenuhan kebutuhan sehari-hari bahkan berbagai pengaturan berbasis internet agar ekosistem di

dalamnya menjadi teratur dan sehat bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi Asean (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Salah satu bentuk transformasi yang paling menonjol adalah pergeseran dari model pemasaran konvensional menuju pemasaran digital (digital marketing). Bagi pelaku usaha mikro, khususnya di wilayah pedesaan seperti Desa Bukit Makmur, Kecamatan Pinang Raya, Kabupaten Bengkulu Utara, pemanfaatan digital marketing menjadi peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam literasi digital masih menjadi tantangan utama yang menghambat optimalisasi potensi tersebut. Banyak pelaku usaha mikro di desa ini belum memahami cara memanfaatkan media sosial, platform *e-commerce*, atau strategi pemasaran digital lainnya secara efektif. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Peningkatan literasi digital juga akan memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih memilih berbelanja secara online. Data menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, dan dengan demikian, penting bagi UMKM untuk bertransformasi agar tidak tertinggal. Program-program pendampingan yang melibatkan mahasiswa atau lembaga pendidikan dapat menjadi solusi efektif untuk memberikan bimbingan langsung kepada pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital (A'yun et al., 2023).

Di tengah derasnya arus digitalisasi, masih banyak masyarakat di pedesaan yang belum optimal dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi ini. Desa Bukit Makmur, Kecamatan Pinang Raya, Kabupaten Bengkulu Utara merupakan salah satu contoh wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha mikro, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal literasi digital, khususnya di bidang pemasaran. Masyarakat desa ini sebagian besar mengelola usaha mikro seperti produksi makanan rumahan, kerajinan tangan, serta hasil pertanian dan perkebunan lokal. Sayangnya, keterbatasan akses informasi, minimnya pelatihan, dan kurangnya pemahaman terhadap penggunaan media digital menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha mereka. Pemasaran digital bukan hanya soal kehadiran di media sosial, tetapi juga mencakup kemampuan membuat konten menarik, memahami perilaku konsumen online, memanfaatkan data untuk strategi pemasaran, serta mengelola transaksi melalui platform digital. Ketika pelaku usaha mikro mampu menguasai hal-hal tersebut, maka peluang untuk meningkatkan pendapatan, memperluas jaringan pasar, serta menciptakan lapangan kerja baru akan semakin terbuka. Oleh sebab itu, peningkatan literasi digital marketing menjadi kebutuhan mendesak dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Digital marketing atau pemasaran digital merupakan praktek marketing dengan pemanfaatan saluran distribusi digital untuk mencapai konsumen dengan cara yang relevan, personal dan *cost-effective* (Nurpratama & Anwar, 2020). Digital marketing merupakan sebuah inovasi yang digunakan dan berpengaruh bagi strategi pemasaran sebuah brand sehingga potensial dalam memasarkan produk maupun jasa. Tidak hanya sekedar membuat konsumen aware terhadap informasi produk, tetapi juga mempersuasi dan akhirnya membuat konsumen loyal (*brand loyalty*) sehingga produk tersebut menjadi *top of mine*. Untuk mempermudah konsumen dalam mencari informasi produk, diperlukan strategi tidak hanya berbentuk offline tetapi juga online sehingga dunia pemasaran melalui digital berpengaruh besar dan menjanjikan pada proses penjualan dalam skala yang lebih luas (Haryanti et al., 2019).

Peningkatan literasi digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara merupakan langkah strategis yang sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital ini. Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, UMKM di Desa Bukit Makmur dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk mereka. Meskipun banyak pelaku UMKM yang telah mengenal pemasaran konvensional, pemahaman mereka tentang digital marketing masih terbatas, sehingga menghambat potensi pertumbuhan mereka. Berdasarkan penelitian, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan media sosial hanya untuk mengunggah foto produk tanpa memahami teknik pemasaran yang lebih kompleks seperti *copy writing* dan pembuatan konten interaktif (Karrenia et al., 2023). Digitalisasi pemasaran dapat membantu UMKM untuk lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mendukung keberlanjutan usaha mereka. Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ketahanan ekonomi lokal (Adnan, et al., 2024). UMKM sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangatlah besar (Thaha, 2020). Selain itu, menumbuhkan dan mengembangkan usaha untuk membangun perekonomian nasional adalah tujuan dari UMKM di Indonesia (Setiani, 2020). Dalam konteks ini, sosialisasi dan pelatihan digital marketing menjadi sangat penting. Melalui berbagai program pelatihan, pelaku UMKM dapat diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital, jenis-jenis platform yang dapat digunakan, serta strategi yang efektif untuk menjangkau konsumen. Misalnya, banyak pelaku UMKM di Desa Bukit Makmur yang sudah memiliki



akun Instagram, Facebook, dan TikTok tetapi belum tahu cara memaksimalkan penggunaannya untuk menarik perhatian pelanggan. Kegiatan sosialisasi diadakan pada masyarakat Desa Bukit Makmur yang beralamat di Jl. Air Lingau, Kecamatan Pinang Raya, Kabupaten Bengkulu Utara, karena masih banyak masyarakat yang kurang memiliki pengetahuan tentang digital marketing dan terbatas pemahamannya tentang informasi berwirausaha berbasis online, seperti pola pikir dan strategi menjadi *entrepreneur*. Alhasil tim pengabdian melakukan sosialisasi untuk membantu masyarakat memahami dan menerapkan jiwa *entrepreneur* di masa depan. Kegiatan peningkatan literasi digital marketing ini merupakan untuk membangun jiwa dan karakter pada masyarakat Desa Bukit Makmur dalam mengembangkan usaha berbasis online dan selain mereka memiliki pendidikan formal dan mempunyai ilmu keterampilan berwirausaha. Perlunya motivasi untuk mengembangkan usaha bagi para masyarakat agar bisa mempertinggi minat masyarakat Desa Bukit Makmur dalam penggunaan media sosial yang nantinya bisa membantu perekonomian dirinya dan keluarganya. Tujuan yang dilakukan sangat kentara dan berguna bagi masyarakat Desa Bukit Makmur dan memiliki jiwa berwirausaha agar mereka bisa membuat keterampilan sebagai lapangan bisnis untuk diri sendiri dan orang lain.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) ini dilakukan di Desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara. Kegiatan ini diikuti masyarakat Desa Bukit makmur. Waktu dilakukan satu hari pada tanggal 11 Mei 2025. Kegiatan ini diajukan pada beberapa tahap yaitu:

Identifikasi Masalah

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan mengidentifikasi masalah. Dalam hal ini ketua Rt Desa Bukit makmur mengunakan metode deskriptif kualitatif/pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi dan observasi langsung.

Analisis Kebutuhan

Tahap selanjutnya adalah menganalisis kebutuhan. Pada tahap ini, akan mendapatkan apa yang dibutuhkan media pendukung yang dapat digunakan oleh untuk mendukung kegiatannya dan kebutuhan tambahan yang perlu disediakan, eksternal untuk memfasilitasi implementasi. Masyarakat akan dapat memahami dimana letak kebutuhannya, meningkatkan keterampilan kewirausahaan mereka dan menerapkannya.

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Metode pelaksanaan pengabdian ini di garis besar menggunakan konsep Sosialisasi Menumbuhkan Semangat Wirausahawan Kreatif di Era Digitalisasi dalam hal ini yang menjadi subjek

Evaluasi

Selama proses dan setelah kegiatan sosialisasi dilakukan, penilaian dilakukan untuk menilai efektivitasnya dalam meningkatkan minat dan motivasi masyarakat untuk menjadi wirausaha. Selain itu, kegiatan evaluasi ini mengevaluasi hasil kegiatan pengabdian dan ditujukan untuk perbaikan kedepannya. Sebagai penyelenggara kegiatan pengabdian kepada masyarakat, ini merupakan salah satu kegiatan yang memberikan manfaat baik masyarakat maupun tim pengabdian kepada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada tanggal 11 Mei 2025, di rumah Bapak Malau di Desa Bukit Makmur, Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara, Adapun sesi pelaksanaan meliputi:

1. Pada sesi pertama, tim pelaksana pengabdian memperkenalkan tentang Digital Marketing, konsep Digital Marketing, tujuan, sifat dan karakteristik mengembangkan usaha mikro berbasis online kepada masyarakat Desa Bukit makmur. Kegiatan peningkatan literasi digital marketing ini untuk membangun karakter pada masyarakat untuk mengembangkan usaha mikro meliputi bagaimana merencanakan suatu usaha (*business plan*) dan berbagai macam jenis peluang usaha. Sebelum menyampaikan materi tentang digital marketing saya berupaya menciptakan suasana yang akrab dengan melibatkan beberapa masyarakat Desa Bukit Makmur. Suasana yang dinamis tidak akan membosankan tentunya akan berpengaruh positif pada proses penyampaian materi yang diikuti oleh masyarakat Desa Bukit Makmur. Setelah tercipta suasana yang kondusif, kemudian dilakukan pelatihan motivasi agar para peserta memiliki motivasi, khususnya motivasi menjadi pengusaha yang sukses. Materi

yang diberikan lebih menekankan pada motivasi dalam mengembangkan usaha mikro. Mensosialisasikan dan memperkenalkan konsep berwirausaha melalui digital marketing. Materi tentang perencanaan bisnis (*business plan*) cukup menarik perhatian peserta. Materi lainnya adalah pengenalan usaha mikro berbasis online, tujuan, karakteristik kewirausahaan dan berbagai macam jenis peluang usaha, termasuk di dalamnya adalah peluang usaha tanpa modal, yang antara lain; resellerr, justip dan afiliasi. Masyarakat sangat antusias mengikuti sosialisasi ini, hal ini dapat dilihat dari beberapa pertanyaan yang diajukan oleh masyarakat Desa Bukit Makmur. Suasana sosialisasi cukup menyenangkan, dimana semua peserta terlihat aktif. Dari hasil tanya jawab dan diskusi juga diketahui bahwa beberapa masyarakat sudah memulai usaha kecil baik dibidang kuliner, usaha dagang dan reseller. Untuk membangun sikap wirausaha diperlukan keterampilan manajerial. Keterampilan manajerial merupakan keterampilan yang sangat diperlukan untuk usaha, khususnya pada usaha kecil dan menengah, karena dengan keterampilan manajerial wirausahawan dapat mengelola kegiatan usahanya dari aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek produksi dan aspek keuangan. Beberapa hal yang disampaikan pada sosialisasi ini yaitu mengenai motivasi berwirausaha dan perencanaan usaha (*bisnis plan*) sebagai berikut:

- a. Bagaimana memotivasi diri untuk memulai berwirausaha
 - b. Cara memilih produk yang mudah diterima pasar
 - c. Strategi menangkap peluang usaha, baik bagi yang belum memiliki usaha sebelumnya atau sudah memiliki
 - d. Menyusun rencana usaha yang akan dilakukan
 - e. Mengetahui resiko berwirausaha serta siap dengan semua resiko tersebut
 - f. Cara Memasarkan produk
 - g. Cara mengembangkan usaha
 - h. Teknik menjalankan usaha berbasis online dengan memanfaatkan sosial media atau situs-situs jual beli lainnya.
2. Pada sesi kedua, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi bersama masyarakat Desa Bukit Makmur. Dari sesi tanya jawab dan diskusi yang dilakukan, dapat diketahui sejauh mana minat dan motivasi masyarakat Desa Bukit Makmur untuk mulai mengembangkan usaha mikro berbasis online. Pada kegiatan pengabdian ini, peserta terdiri dari 15 orang masyarakat Desa Bukit Makmur.



Gambar 1. Sosialisai dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab kepada masyarakat Desa Bukit Makmur, Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara



Penyelesaian Masalah

Dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini, masyarakat Desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara memahami dan termotivasi untuk menjadi wirausaha dengan mengembangkan usaha mikro berbasis online. Hal tersebut ditunjukkan dengan antusias mengikuti kegiatan, hasil diskusi atau tanya jawab serta komitmen untuk menjadi pengusaha sukses. Masyarakat Desa Bukit Makmur dapat menggunakan ilmu yang telah diperoleh untuk lebih mengoptimalkan dan mengimplementasikannya. Diharapkan pengetahuan masyarakat Desa Bukit Makmur tentang manfaat berwirausaha melalui media sosial yang luar biasa akan meningkat. Sehingga setelah pengabdian ini bagi masyarakat Desa Bukit Makmur diharapkan bisa dan memulai mengembangkan usaha mikro berbasis online.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat berupa peningkatan literasi digital marketing yang diadakan pada masyarakat Desa Bukit makmur, Kecamatan Pinang Raya, Kabupaten Bengkulu Utara berjalan dengan baik. Sosialisasi ini membekali masyarakat Desa Bukit makmur dengan pengetahuan dan keterampilan tentang cara berbisnis atau wirausaha. Dengan memberikan materi berupa peningkatan literasi digital marketing diharapkan dapat menginspirasi, melibatkan, dan memotivasi masyarakat Desa Bukit makmur setelah terlaksananya kegiatan sosialisasi ini, dan memiliki jiwa berwirausaha agar mereka bisa membuatkan keterampilannya sebagai lapangan bisnis untuk diri sendiri dan orang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Yayasan Dehasen Bengkulu, LPPM Universitas Dehasen Bengkulu, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu, Ketua Program Studi Manajemen, Ketua Rt Desa Bukit Makmur, dan masyarakat Desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q., Anatasya, N. D., Rosyadi, M. I., Saptoulan, R. P., Manasikana, A., Azmila, H. U., ... & Dewa, S. (2023). Pendampingan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan
- Adnan, F., Putra, J. A., Leba, K., & Puspita, Y. (2024). ECONOMIC BOOSTING UMKM LOKAL DESA TENGGARANG, KABUPATEN BONDOWOSO MELALUI PENGEMBANGAN PLATFORM TENGGARANG DIGITAL MARKET (TRENDI). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 10071-10076.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis* <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati, S. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta. In *Jurnal Ilmiah Edunomika* (Vol. 3, Issue 1, pp. 144–151). <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i01.443>
- Intan, T., Handayani, V. T., & Saefullah, N. H. (2021). Membangun Generasi Kritis Melalui Keterampilan Literasi Digital. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 89–94. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6404>
- Karenina, M., Rizki, M. N., Pamungkas, D. P. P., Putra, W. A., Elizabeth, J. D., & Wibowo, A. A. (2023). SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM KOPI DI DESA SUKOREJO KABUPATEN BONDOWOSO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 4(2), 72-80.
- Nurpratama, M., & Anwar, S. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi*, 6(2), 87–102.

- Setiani, D. D., Nivanty, H., Lutfiah, W., & Rahmawati, L. (2020). Fintech syariah: Manfaat dan problematika penerapan pada umkm. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap umkm di indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.
- Tresnasari, R., & Zulganef. (2023). Increasing MSME Performance Through Institutional Strengthening , Entrepreneurship , and Digital Marketing. *International Journal of Research in Community Service*,4(1), 11–17.