

# Mengoptimalkan Pemasaran Digital Melalui Edukasi Sosial Media Marketing di Desa Kalijambe

Amir<sup>1</sup>, Anggik Septianingrum<sup>2</sup>, Eliza Intan Syavinaz<sup>3</sup>, Silvia Fitriana<sup>4</sup>, Muhammad Agus<sup>5</sup>, Saniyyah Zalfa<sup>6</sup>, Nely Mufrodah<sup>7</sup>, Hasna Akhlaqul Karimah<sup>8</sup>, Sheren Chaqiqi<sup>9</sup>, Shren<sup>10</sup>, Rini Hidayah<sup>11</sup>, Nuniek Nizmah<sup>12</sup>

<sup>1,2,3,4,5,11</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

<sup>6,7,8,9,10,12</sup>Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

e-mail: [anggiksepti43@gmail.com](mailto:anggiksepti43@gmail.com)

## Abstrak

*Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pembelajaran yang melibatkan mahasiswa dalam pengabdian kepada masyarakat, dengan melaksanakan berbagai program yang relevan dengan kondisi dan kebutuhan lokal. KKN UMPP angkatan ke-X kali ini mengimplementasikan model KKN Tematik di Desa Kalijambe, Kecamatan Sragi, Kabupaten Pekalongan. Selama pelaksanaan, kami menemukan bahwa banyak pelaku UMKM masih mengandalkan penjualan offline di pasar-pasar sekitar Sragi dan belum memanfaatkan peluang penjualan online. Untuk mengatasi permasalahan ini, kami menyelenggarakan sosialisasi "Social Media Marketing" yang bertujuan membantu pelaku UMKM beralih ke penjualan online. Dengan pelatihan ini, kami berharap para pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan mengembangkan usaha secara lebih efektif di era digital. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan pemasaran digital mereka, tetapi juga memperkuat daya saing usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.*

**Kata kunci : KKN, Sosial Media Marketing, UMKM**

## 1. PENDAHULUAN

Program Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN-T MBKM) adalah kegiatan pembelajaran yang dirancang oleh pemerintah untuk mengembangkan soft skill, kerjasama tim lintas disiplin, dan kepemimpinan. Program ini bertujuan agar mahasiswa dapat berpartisipasi langsung dengan masyarakat di luar kampus, khususnya dalam membantu mengidentifikasi masalah yang dihadapi masyarakat, mencari solusi, serta menemukan potensi baru di desa maupun daerah. KKN adalah proses pembelajaran bagi mahasiswa di tengah masyarakat yang bertujuan menghasilkan lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kemampuan bersosialisasi dan menyelesaikan masalah di masyarakat. Oleh karena itu, Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan turut berperan aktif dalam mendukung pembangunan bangsa Indonesia melalui program Kuliah Kerja Nyata. KKN memberikan pengalaman belajar dan bekerja untuk memberdayakan masyarakat, sekaligus menjadi sarana penerapan dan

pengembangan ilmu yang diperoleh agar dapat diterapkan di lingkungan masyarakat.

Kegiatan KKN UMPP dilaksanakan secara langsung di Desa Kalijambe, yang terletak di Kecamatan Sragi, Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah kami lakukan selama berada di lokasi KKN, kami berhasil mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya di sektor ekonomi. Sebagai tanggapan atas permasalahan tersebut, kami menawarkan beberapa solusi yang diharapkan dapat membantu masyarakat setempat, salah satunya dengan memperkenalkan inovasi baru yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui penguatan potensi lokal. Salah satu langkah konkret yang kami ajukan adalah dengan menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital bagi para pelaku UMKM di Desa Kalijambe, yang diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

Salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung perekonomian Indonesia adalah UMKM. UMKM menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat, di mana pendapatan per kapita dapat meningkat melalui sektor ini. Karena itu, para pelaku UMKM dianggap memiliki peran krusial dalam perekonomian daerah. Di tengah situasi krisis, UMKM terbukti mampu bertahan untuk mendorong kesejahteraan masyarakat. Contohnya terlihat pada krisis moneter tahun 1998, di mana banyak perusahaan besar gulung tikar, namun UMKM tetap bertahan dan bahkan jumlahnya meningkat. Mengingat peran penting UMKM dalam ekonomi Indonesia, pemerintah berharap sektor ini terus berkembang demi kesejahteraan masyarakat (Febriana *et al.*, 2023).

Berdasarkan hasil survei yang kami lakukan di lapangan, ditemukan bahwa para pelaku UMKM di desa tersebut menghadapi kendala dalam memasarkan produk mereka, terutama dalam memanfaatkan platform digital yang kian penting di era modern saat ini. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan kedatangan langsung konsumen ke lokasi usaha mereka dan belum sepenuhnya memahami pentingnya strategi pemasaran online yang efektif. Mengingat kemajuan teknologi yang membuat masyarakat semakin bergantung pada internet, pemasaran digital kini menjadi kebutuhan mendesak. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kelompok KKN kami menawarkan solusi berupa penyuluhan dan pelatihan tentang teknik memotret produk secara menarik guna menarik minat konsumen. Inisiatif ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM meningkatkan keterampilan visual mereka dalam pemasaran digital, sehingga dapat bersaing secara lebih kompetitif di era digital yang semakin berkembang (Yuliastina *et al.*, 2023).

## 2. METODE

Metode pelaksanaan acara social media marketing bagi pelaku UMKM di Desa Kalijambe ini dilakukan melalui metode observasi, penyuluhan dari anggota kelompok KKN, sosialisasi, dan pelatihan pemasaran online.

Pada tahap pertama adalah observasi, di mana anggota KKN melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi, kebutuhan, serta permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam hal pemasaran produk, khususnya di ranah digital.

Pada tahap kedua, dilaksanakan penyuluhan mengenai pentingnya pemasaran online, dengan tujuan memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang bagaimana pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

Pada tahap ketiga, diadakan sosialisasi yang berfokus pada social media marketing, di mana para pelaku UMKM diberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran di platform media sosial, seperti cara membuat dan mengelola akun, serta teknik visual seperti memotret produk agar terlihat lebih menarik.

Pada tahap keempat atau terakhir, dilakukan pelatihan praktis yang bertujuan untuk mengajarkan pelaku UMKM cara langsung menerapkan teknik-teknik social media marketing yang telah dipelajari, mulai dari pembuatan konten hingga strategi promosi yang efektif untuk produk mereka.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan social media marketing bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai alat pemasaran. Dengan pelatihan ini masyarakat tidak hanya diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran online, tetapi juga dilengkapi dengan keterampilan praktis dalam mengelola media sosial dan menciptakan konten yang menarik. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka mengembangkan usaha secara lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing di era digital.

Namun, masih terdapat banyak pelaku UMKM yang menganggap pemasaran online tidak penting, terutama karena keterbatasan keterampilan sumber daya manusia yang mereka miliki. Untuk mengatasi tantangan ini, dilakukanlah observasi dan penyuluhan secara langsung di tempat usaha. Langkah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai manfaat pemasaran digital serta mengatasi kekurangan keterampilan yang ada. Dengan pendekatan langsung, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih mudah memahami dan menerapkan strategi pemasaran online yang dapat membantu mengembangkan usaha mereka secara efektif (Andriana *et al.*, 2022).

Setelah penyuluhan diadakannya sosialisasi social media marketing yang dilaksanakan di Balai Desa Kalijambe dan dihadiri oleh para pelaku UMKM setempat dengan mengundang pemateri dari dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis UMPP. Sosialisasi ini dirancang untuk memberikan pelatihan praktis yang mendalam mengenai berbagai aspek pemasaran digital. Kegiatan tersebut mencakup teknik foto produk yang efektif, di mana peserta belajar cara memotret produk mereka dengan cara yang menarik dan profesional untuk

memikat perhatian konsumen di platform digital. Selain itu, sosialisasi juga meliputi pelatihan tentang pengelolaan akun media sosial, khususnya Instagram, termasuk cara membuat konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan audiens target. Dengan memanfaatkan teknik yang diajarkan, para peserta diharapkan dapat lebih memahami cara memanfaatkan media sosial secara maksimal, sehingga dapat mempromosikan produk mereka secara optimal dan meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar digital.



Gambar 1. Penyampaian Materi

Dalam rangka memperdalam pemahaman mengenai pemasaran digital, kegiatan sosialisasi juga mencakup praktik langsung dalam memotret produk, di mana peserta belajar teknik fotografi yang efektif untuk menampilkan produk mereka secara menarik. Selain itu, peserta diperkenalkan pada penggunaan website yang praktis untuk mengedit foto produk dan mengubahnya menjadi poster promosi yang siap digunakan. Dengan cara ini, pelaku UMKM tidak hanya mempelajari cara mengambil gambar produk yang berkualitas, tetapi juga bagaimana mengedit dan mendesain materi promosi secara mandiri menggunakan alat digital yang mudah diakses. Langkah ini bertujuan untuk mempermudah mereka dalam menciptakan konten visual yang menarik dan profesional, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di platform online dan memperkuat strategi pemasaran mereka secara keseluruhan.

Kegiatan pelatihan social media marketing untuk pelaku UMKM di Desa Kalijambe memiliki beberapa tujuan utama yang sangat signifikan. Pertama, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai alat pemasaran. Dengan memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya pemasaran online dan keterampilan praktis dalam mengelola media sosial serta menciptakan konten yang menarik, diharapkan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Kedua, pelatihan ini dirancang untuk mengatasi kendala keterampilan sumber daya manusia yang sering

menjadi hambatan dalam pemasaran digital. Melalui observasi dan penyuluhan langsung di tempat usaha, peserta mendapatkan pemahaman lebih baik tentang manfaat pemasaran digital dan cara mengatasi kekurangan keterampilan. Selain itu, pelatihan praktis yang mencakup teknik foto produk dan pengelolaan akun media sosial, seperti Instagram, bertujuan agar peserta dapat mempromosikan produk mereka secara lebih efektif. Untuk memudahkan pembuatan konten promosi, peserta juga diperkenalkan pada penggunaan website yang memudahkan pengeditan foto produk menjadi poster promosi yang menarik. Dengan penerapan teknik pemasaran online yang diajarkan, diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan usaha mereka secara lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing di pasar digital.

#### 4. KESIMPULAN

Program Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN-T MBKM) ini menegaskan bahwa program tersebut dirancang untuk mengembangkan keterampilan soft skill, kerjasama tim lintas disiplin, dan kepemimpinan mahasiswa, serta memungkinkan mereka berpartisipasi langsung dengan masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, mencari solusi, dan menggali potensi lokal. Kegiatan KKN X UMPP yang dilaksanakan di Desa Kalijambe berhasil mengidentifikasi berbagai masalah, terutama di sektor ekonomi, dan menawarkan solusi konkret melalui pelatihan pemasaran digital untuk pelaku UMKM. Dengan tujuan untuk memperkuat potensi lokal dan meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi, pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam tentang pemasaran online serta keterampilan praktis seperti teknik fotografi produk dan pengelolaan akun media sosial. Hasilnya, pelaku UMKM diharapkan dapat mengatasi kendala pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing di pasar digital, sehingga berkontribusi pada pengembangan usaha mereka dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

#### 5. SARAN

Untuk pengabdian selanjutnya, disarankan agar evaluasi dilakukan setelah setiap sesi sosialisasi guna mengukur pemahaman peserta dan menerima umpan balik yang berguna untuk perbaikan di masa mendatang. Dengan melakukan evaluasi secara rutin, tim pengabdian dapat menilai efektivitas materi yang disampaikan dan menyesuaikannya dengan kebutuhan peserta. Selain itu, mengadakan pelatihan berkelanjutan juga merupakan langkah penting agar masyarakat dapat terus meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam pemasaran online. Pelatihan lanjutan ini akan memastikan bahwa pelaku UMKM tetap update dengan tren terbaru dan dapat mengadaptasi strategi pemasaran mereka sesuai dengan perkembangan teknologi, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar digital.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh masyarakat Desa Kalijambe yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan Sosialisasi Social Media Marketing.

### REFERENSI

- Andriana, A.N. *et al.* (2022) 'Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online', *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), p. 1477.
- Febriana, R. *et al.* (2023) 'Optimalisasi Digital Marketing Melalui Sosial Media Instagram Pada Umkm Di Pasar Wisata Harmoni Keputih', *Anfatama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Yulastina, R. *et al.* (2023) 'Pelatihan Sosial Media Marketing dan Personal Branding pada Komunitas Perempuan Hebat Sumenep', *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), pp. 76–81.