

Digital marketing dengan memanfaatkan *social media* dan *e-commerce* bagi komunitas UMKM wanita

Zainarti¹, Nurwani², Nurbaiti³, Siti Aisyah^{4*}, Della Agustina⁵

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, email: zainarti@uinsu.ac.id

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, email: nurwani@uinsu.ac.id

³Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, email: nurbaiti@uinsu.ac.id

⁴Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, email: siti.aisyah@uinsu.ac.id

⁵Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, email: adellaagstna@gmail.com

*Koresponden penulis

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2023-11-07

Diterima: 2024-04-08

Diterbitkan: 2024-04-19

Keywords:

MSME; digital marketing; e-commerce; social media

Kata Kunci:

UMKM; pemasaran digital; e-commerce; media sosial



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Zainarti, Nurwani, Nurbaiti, Siti Aisyah, Della Agustina

ABSTRACT

The occurrence of toll road development in Indonesia has positive and negative values, the positive value felt is the less distance of travel time used. But the negative impact is also seen where the emergence of social and economic problems felt by MSMEs. The MSME community in Pasar Bengkulu, Serdang Bedagai Regency also complained about the same thing where the road in Pasar Bengkulu became quiet due to the MKTT toll road. On the other hand, the development of the business world, especially marketing activities, is currently digital-based (digital marketing). However, there are still many MSMEs in Pasar Bengkulu that have not implemented digital marketing, so assistance is needed for them. Assistance to MSMEs is carried out using training techniques through a PAR (Participatory Action Research) approach. This method is used with the aim of being able to observe the problems that occur in MSMEs more thoroughly, and with this method it is hoped that active participation from MSMEs will occur so that digital marketing assistance becomes more effective. The mentoring activities began with a briefing on digital marketing developments followed by practice, namely creating a google digital business page and digital marketing content to be uploaded on social media. The enthusiasm of MSMEs in participating in this training and mentoring activity was very positive. Based on the results of pre- and post-activity surveys, it is known that there is an increase in MSME knowledge of the importance of digital marketing in promoting their businesses and an increase in MSME interest in implementing digital marketing in their business promotion activities. This mentoring activity is continued with monitoring and discussion through the MSME community group with the aim that the application of digital marketing can continue to be implemented.

ABSTRAK

Terjadinya Pembangunan jalan tol di Indonesia memiliki nilai positif dan negatif, nilai positif yang dirasakan adalah semakin sedikitnya jarak waktu tempuh yang digunakan. Tetapi dampak negatif juga terlihat dimana munculnya permasalahan sosial dan ekonomi yang dirasakan oleh UMKM. Komunitas UMKM di Pasar Bengkulu, Kab. Serdang Bedagai juga mengeluhkan hal yang sama dimana ruas jalan di Pasar Bengkulu menjadi sepi akibat adanya jalan tol MKTT. Disisi lain, perkembangan dunia usaha khususnya kegiatan pemasaran saat ini sudah berbasis digital (digital marketing). Namun, masih banyak UMKM di Pasar Bengkulu yang belum menerapkan pemasaran digital, sehingga diperlukan pendampingan bagi mereka. Pendampingan terhadap UMKM yang dilaksanakan menggunakan teknik pelatihan melalui pendekatan PAR (Participatory

Action Research). Metode ini digunakan dengan tujuan dapat mengamati permasalahan-permasalahan yang terjadi pada UMKM secara lebih menyeluruh, serta dengan metode ini diharapkan terjadi partisipasi yang aktif dari para UMKM agar pendampingan digital marketing menjadi lebih efektif. Adapun kegiatan pendampingan ini dimulai dengan memberikan pengarahan seputar perkembangan digital marketing yang dilanjutkan dengan praktik yakni membuat google digital bussiness page serta konten digital marketing untuk di unggah di media sosial. Antusiasme UMKM dalam mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan ini sangat positif. Berdasarkan hasil survey pra dan pasca kegiatan diketahui bahwa terjadi peningkatan pengetahuan UMKM terhadap pentingnya digital marketing dalam mempromosikan usaha mereka serta meningkatnya minat UMKM untuk menerapkan digital marketing dalam kegiatan promosi usaha mereka. Kegiatan pendampingan ini dilanjutkan dengan monitoring dan diskusi melalui grup komunitas UMKM dengan tujuan agar penerapan digital marketing dapat terus dilaksanakan.

Cara mensitasi artikel:

Zainarti, Nurwani, Nurbaiti, Aisyah, S., & Agustina, D. (2024). Digital marketing dengan memanfaatkan social media dan e-commerce bagi komunitas UMKM wanita. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 343–362. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.20873>

PENDAHULUAN

Hukom (2014) memandang pembangunan sebagai proses yang memicu transformasi struktural dalam ekonomi sedangkan Mahadiansar et al. (2020) menjelaskan bahwa pembangunan nasional dapat diartikan sebagai transformasi ekonomi, sosial, dan budaya secara sengaja melalui kebijakan dan strategi menuju arah yang diinginkan. Transformasi ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Deni et al., 2023). Kesejahteraan masyarakat dapat dicapai melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan, dan peran serta masyarakat. Artinya, pembangunan yang dilakukan harus menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik dalam aspek pendapatan, kesempatan kerja, dan lainnya.

Salah satu program pembangunan unggulan Pemerintah adalah pembangunan infrastruktur dengan tujuan utama untuk dapat meningkatkan perekonomian dan mempercepat konektivitas antar daerah di Indonesia. Salah satunya melalui pembangunan jalan tol. Di satu sisi pembangunan jalan tol memiliki banyak manfaat positif. Salah satunya meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar di masa pembangunan jalan tol tersebut (Astuti, 2023). Namun disisi lain pembangunan jalan tol ini juga menimbulkan berbagai permasalahan baru yang dirasa kurang menguntungkan bagi masyarakat baik permasalahan sosial dan juga perekonomian. Terutama, bagi daerah-daerah di sekitar pembangunan jalan tol tersebut seperti menurunnya omset pada usaha mereka. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Irfan et al., 2021) menyebutkan bahwa pembangunan Jalan Tol Trans Sumatera berpengaruh signifikan terhadap penurunan omset rumah makan, penjual oleh-oleh serta bengkel kendaraan di jalan Lintas Tengah Sumatera. Bahkan, pembangunan jalan tol Trans Sumatera di Provinsi Lampung tidak mampu meningkatkan PDRB Provinsi Lampung secara signifikan (Prinatasya, 2024).

Selanjutnya, pembangunan jalan tol di Provinsi Sumatera Utara dimulai dengan pembangunan jalan tol Medan-Kualanamu-Tebing Tinggi (MKTT)

sepanjang 61,80 km (Butar & Rahayu, 2023). Pembangunan jalan tol MKTT ini dinilai sangat strategis karena memiliki peran yang sangat penting dalam membantu percepatan pelayanan mobilisasi masyarakat, barang dan jasa dari dan ke Bandara Kualanamu. Hal ini dinilai dapat mendorong percepatan pertumbuhan perekonomian di wilayah provinsi Sumatera Utara.

Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu Kabupaten yang terdampak pembangunan kurang menguntungkan dari adanya pembangunan jalan tol Medan-Kualanamu-Tebing Tinggi (MKTT) terutama bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Kabupaten Serdang Bedagai. Sebelum adanya pembangunan jalan tol MKTT Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu Kabupaten di Sumatera Utara yang memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Salah satunya wilayah yang dikenal dengan sebutan Pasar Bengkel.

Pasar Bengkel merupakan destinasi pusat oleh-oleh di Sumatera Utara yang sangat terkenal. Produk andalan dari Pasar Bengkel yang sering dituju oleh wisatawan adalah dodol bengkel dan masih banyak produk kuliner maupun kriya yang dihasilkan oleh UMKM di Sumatera Utara dipasarkan di Pasar Bengkel ini khususnya yang berasal dari wilayah Kabupaten Serdang Bedagai. Namun, sejak adanya pembangunan jalan tol MKTT menjadikan Pasar Bengkel ini tidak lagi banyak dilewati oleh masyarakat yang melakukan perjalanan dari Tebing Tinggi menuju Medan dan sebaliknya. Sehingga, para pelaku UMKM di Pasar Bengkel ini merasakan adanya penurunan omset penjualan yang sangat drastis, sebab masyarakat lebih memilih menggunakan jalan tol MKTT yang dirasa lebih cepat dibandingkan harus melewati jalan Lintas Sumatera yang melewati Pasar Bengkel tersebut. Bahkan, banyak pelaku UMKM yang terpaksa harus menutup usahanya karena mengalami kerugian terus menerus.

Beberapa penelitian dilakukan untuk mengkaji dampak dari pembangunan MKTT khususnya terhadap UMKM di Pasar Bengkel. Penelitian Manullang & Samosir (2019b) menjelaskan bahwa UMKM di Pasar Bengkel sangat merasakan dampak dari pembangunan jalan tol MKTT, diantaranya yaitu kurangnya pendapatan masyarakat, tenaga kerja yang tidak ada lagi serta pendapatan daerah yang semakin menurun. Panjaitan (2022) menyebutkan ada sekitar 22% penurunan pendapatan pelaku UMKM keripik kayu di Pasar Bengkel. Manullang dan Samosir (2019) menyebutkan pendapatan perkapita UMKM Pasar Bengkel turun hingga 50% sejak adanya pembangunan jalan tol MKTT. Penelitian Kasindi (2020) menyebutkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara harga jual dodol, volume penjualan dodol, penerimaan, dan pendapatan pada UMKM dodol sebelum dan sesudah pembangunan Jalan Tol Medan-Tebing Tinggi.

Fenomena ini menunjukkan adanya dampak kurang menguntungkan yang dirasakan oleh masyarakat khususnya di wilayah Kabupaten Serdang Bedagai terutama hal-hal yang menyangkut kesejahteraan dan kelangsungan hidup mereka. Sebab, selama ini banyak masyarakat di sekitar Kabupaten Serdang Bedagai menjadikan usaha oleh-oleh sebagai mata pencaharian utama mereka.

Mengamati fenomena tersebut, penulis dalam penelitian ini yang terdiri dari para akademisi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan menilai bahwa harus segera dilakukan upaya-upaya penyelamatan potensi ekonomi di wilayah Kabupaten Serdang Bedagai. Upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan kembali potensi perekonomian di wilayah Kabupaten Serdang Bedagai diantaranya yaitu dengan melibatkan penggunaan teknologi digital. Dimana, sesuai dengan perkembangan zaman saat ini, banyak aktifitas-aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat menggunakan teknologi digital termasuk kegiatan pemasaran (Aisyah et al., 2023). Namun, belum banyak pelaku UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai yang “melek teknologi” khususnya teknologi digital.

Oleh karena itu, penulis ingin membantu masyarakat di Kabupaten Serdang Bedagai khususnya para UMKM wanita untuk kembali menumbuhkan potensi ekonomi di Kabupaten Serdang Bedagai melalui penggunaan teknologi digital dengan memanfaatkan social media dan e-commerce sebagai media promosi dan penjualan. Penggerak UMKM wanita di Kabupaten Serdang Bedagai dijadikan sebagai mitra utama dalam penelitian ini karena penulis meyakini bahwa pelaku usaha wanita memiliki peran yang sangat besar dalam menumbuhkan perekonomian UMKM. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Menteri Keuangan Indonesia, Sri Mulyani yang menyatakan bahwa peranan wanita sangat penting baik dalam ekonomi rumah tangga maupun perekonomian nasional (Kementerian Keuangan, 2022) Negara memiliki peran untuk memperkuat dan memberdayakan UMKM dimana mayoritas pelakunya adalah wanita. Para wanita penggerak UMKM ini mendorong terjadinya kemandirian finansial dalam keluarganya dimana secara luas turut serta dalam mendorong peningkatan perekonomian negara. Oleh karena itu, peran wanita penggerak UMKM sangatlah besar.

Selanjutnya, penulis ingin memberikan solusi bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai yang dijalankan oleh wanita melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang difasilitasi oleh Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) tahun 2023. Melalui kegiatan ini, penulis ingin memberikan edukasi pentingnya teknologi digital dalam kegiatan pemasaran saat ini. Penulis juga ingin memberikan pendampingan penggunaan berbagai teknologi digital dalam bidang pemasaran yaitu penggunaan social media dan e-commerce. Penggunaan sosial media dan e-commerce menjadi sangat penting di era digitalisasi saat ini (Aisyah, 2020).

Dengan adanya kegiatan PkM ini, penulis berharap para UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai khususnya wanita yang menjalankan kegiatan usaha dapat kembali meningkatkan omset penjualannya, produk mereka dapat dipasarkan lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital di bidang pemasaran yaitu social media dan e-commerce. Karena social media dan e-commerce memiliki sifat jangkauan yang luas serta penggunaan yang mudah dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran konvensional pada umumnya (Hamdun et al., 2022). Sehingga diharapkan, produk-produk yang diproduksi oleh para UMKM wanita di Kabupaten Serdang

Bedagai ini kembali terkenal dan semakin diminati oleh konsumen dari berbagai daerah.

METODE

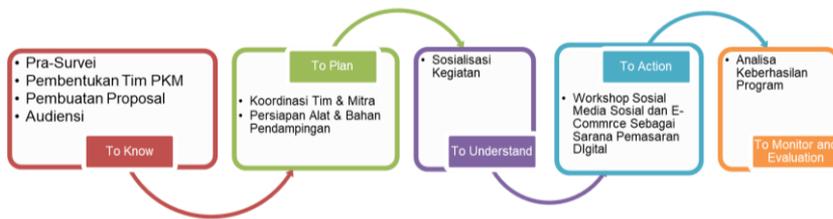
Kegiatan PKM ini merupakan kegiatan berbasis komunitas, dimana kegiatan PKM ini menyasar para penggerak UMKM wanita yang memiliki usaha baik kuliner maupun kriya yang berasal dari Kabupaten Serdang Bedagai. Komunitas UMKM wanita yang menjadi peserta kegiatan PKM ini merupakan para UMKM yang tergabung dalam komunitas Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia (IPEMI) Kabupaten Serdang Bedagai. Jumlah peserta kegiatan PKM ini sebanyak 50 peserta.

Dalam menjawab rumusan masalah, mencapai tujuan dan target serta manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini, maka kegiatan PKM ini dilakukan melalui metode PAR (Participatory Action Research) yang merupakan metode pendekatan melalui penyelesaian siklus dimana kelompok sosial berusaha untuk melakukan studi masalah mereka secara logis dengan mengkoordinasikan, memperbaiki, mengevaluasi keputusan serta membuat langkah-langkah perbaikan (Afandi et al., 2022). Metode pendekatan PAR berpusat pada pencarian masalah kemudian menemukan opsi untuk permasalahan yang dihadapi oleh UMKM (Chusniyah & Fauza, 2022). Metode PAR merupakan pendekatan transformatif melalui proses riset yang berorientasi pada pemberdayaan dan perubahan (Afandi et al., 2022).

Kegiatan PKM yang dilaksanakan berbasis pelatihan dengan pendekatan metode PAR ini dilakukan melalui lima tahap rencana kerja yang diterapkan. Pertama tahap to know (penjajakan kebutuhan dan permasalahan UMKM), dimana hal ini dilakukan dengan melakukan survey langsung kepada UMKM yang terkena dampak negatif dari adanya pembangunan jalan tol di Kabupaten Serdang Bedagai. Tahap ini ditujukan untuk mengetahui permasalahan atau yang sedang terjadi dalam UMKM, sehingga dapat dipertimbangkan solusi yang dianggap dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Kedua yaitu tahap to planning (perencanaan), dilakukan dengan menentukan tujuan atau target dalam meningkatkan pemasaran melalui digital marketing dengan memanfaatkan e-commerce dan social media.

Selanjutnya yaitu tahap ketiga to understand (untuk mengerti), tahap ini dilakukan dengan sosialisasi kegiatan yang bertujuan untuk memberi informasi kepada pelaku UMKM terkait pengabdian masyarakat yang akan dijalankan dan memberikan pemahaman terkait latar belakang dari kegiatan serta tujuan kegiatan. Tahap ketiga ini dilakukan oleh Panitia pelaksana PKM yang bekerjasama dengan IPEMI untuk memberikan sosialisasi kepada anggotanya dan mengundang anggota IPEMI agar dapat menghadiri kegiatan PKM ini. Tahap keempat to action (aksi), hal ini dilakukan dengan pelaksanaan pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan social media dan e-commerce bagi komunitas UMKM Wanita Kabupaten Serdang Bedagai. Kemudian, tahap kelima yaitu to monitor and evaluate (memonitor dan mengevaluasi) yaitu merupakan tahap dimana akan dilakukan monitoring atas pelaksanaan kegiatan PKM serta evaluasi keberhasilan kegiatan PKM terhadap perubahan

pada pemahaman dan perilaku UMKM. Secara garis besar, tahap rencana kerja dalam kegiatan PKM ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan rencana kerja PKM

Adapun beberapa pendekatan dalam tahap keempat to action dilakukan dengan beberapa kegiatan, pertama melalui metode *Focus Group Discussion (FGD)* sehingga diperoleh gambaran atas hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM wanita di Kabupaten Serdang Bedagai dalam pemanfaatan teknologi digital marketing. Selanjutnya melalui FGD ini akan sama-sama dirumuskan solusinya. Kedua, menggunakan metode pelatihan dalam bentuk workshop. Dalam metode ini, akan diberikan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada peserta dalam menggunakan social media dan e-commerce. Adapun tahapan-tahapan kegiatan PKM ini dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan rencana kerja PKM

Tahap Persiapan (<i>To Know</i>)	
Pra-Survei	Identifikasi situasi dan permasalahan serta kebutuhan mitra
Pembentukan Tim PKM	Pembentukan tim PKM disesuaikan dengan kepakaran dan keahlian untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra
Pembuatan Proposal	Pembuatan proposal PKM untuk menawarkan solusi permasalahan & penyediaan dana dalam rangka pelaksanaan solusi bagi mitra
Tahap Pelaksanaan Bagian I (<i>To Plan</i>)	
Audiensi	Kegiatan audiensi ini dilakukan antara penulis dengan pihak pemerintahan di Kabupaten Serdang Bedagai khususnya yang menaungi komunitas UMKM wanita yaitu IPEMI dengan tujuan untuk mengajukan proposal kegiatan serta menyepakati berbagai rencana terkait kegiatan PKM ini. Kegiatan dilaksanakan selama 1 - 2 jam Hasil yang ingin dicapai dalam Tahap Pelaksanaan I ini adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperoleh persetujuan dan dukungan atas kegiatan PKM oleh Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai. 2. Ditetapkannya waktu dan lokasi kegiatan PKM. 3. Ditetapkannya panitia yang terdiri dari perwakilan mitra dan penulis.
Koordinasi Tim & Mitra	Perencanaan pelaksanaan PKM secara konseptual, operasional dan teknis antara mitra dan tim hasil
Persiapan Alat & Bahan Pendampingan	Persiapan sarana dan prasarana pendampingan serta materi-materi pendampingan
Tahap Pelaksanaan Bagian II (<i>To Understand</i>)	
Sosialisasi Kegiatan	Kegiatan ini dilaksanakan dengan mengirimkan undangan kepada UMKM-UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai. Undangan dikirimkan oleh IPEMI kepada anggotanya dan anggota Dekranasda oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Pasar Kab. Serdang Bedagai Kegiatan sosialisasi PKM kepada anggota IPEMI dan Dekranasda dilakukan selama 5 – 6 hari.

Hasil yang ingin dicapai adalah tersampainya informasi kegiatan PkM yang akan dilaksanakan pada 16 – 17 Oktober 2023.

Tahap Pelaksanaan III (To Action)

Sosialisasi dan Edukasi	<p>Kegiatan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi dengan tema "Pentingnya Digital Marketing"</p> <p>Kegiatan dilaksanakan selama jam</p> <p>Hasil yang ingin dicapai dalam Tahap Pelaksanaan II ini adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran mitra akan pentingnya pemasaran digital. 2. Peningkatan literasi mitra terhadap berbagai metode dan alat pemasaran digital. 3. Peningkatan literasi mitra terhadap <i>social media</i> dan <i>e-commerce</i> sebagai sarana pemasaran digital.
Workshop Sosial Media Sosial dan E-commerce Sebagai Sarana Pemasaran Digital	<p>Kegiatan ini dilaksanakan melalui <i>workshop</i> pelatihan pemanfaatan <i>social media</i> dan <i>e-commerce</i> sebagai sarana pemasaran digital kepada mitra.</p> <p>Kegiatan dilaksanakan selama 2 - 3 jam</p> <p>Hasil yang ingin dicapai dalam Tahap Pelaksanaan III ini adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seluruh mitra memiliki akun <i>social media</i> dan <i>e-commerce</i> yang akan digunakan sebagai sarana pemasaran digital. 2. Seluruh mitra dapat membuat beberapa postingan promosi produk di akun <i>social media</i> mereka. 3. Seluruh mitra dapat membuat beberapa postingan produk yang siap dijual di akun <i>e-commerce</i> mereka.

Tahap Pelaksanaan IV (To Monitor and Evaluate)

Analisa Keberhasilan Program	<p>Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan pemahaman mitra terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana digital marketing. 2. Peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan <i>social media</i> dan <i>e-commerce</i>. <p>Kegiatan evaluasi ini dilakukan dengan penyebaran kuisisioner sebelum kegiatan dimulai dan setelah kegiatan selesai dilakukan.</p> <p>Penilaian hasil kuisisioner adalah dengan skor.</p>
------------------------------	---

Pelaporan

Penyusunan laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan PKM dan mempersiapkan luaran-luaran PKM seperti artikel dan HAKI.

Sumber: Olahan Penelitian (2023)

Setelah melakukan pemetaan kegiatan dan tahapan-tahapan yang akan dilakukan, penulis bersama panitia PKM melaksanakan kegiatan di Aula Kantor Dinas Perindustrian 12 Perdagangan Dan Pasar Kab. Serdang Bedagai yang beralamat di Jl. Besar Ps. Bengkel, Bengkel, Kec. Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara 20986. Selain panitia utama tersebut di atas, pelaksana kegiatan PKM ini juga berkolaborasi dengan anggota IPEMI dan Dekranasda Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Pemateri yang dipilih dalam kegiatan PKM ini merupakan ahli di bidangnya masing-masing, dimana mereka telah banyak melakukan kegiatan-kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM berbasis komunitas UMKM Wanita di Kabupaten Serdang Bedagai dilaksanakan sejak 10 Oktober 2023 hingga 17 Oktober 2023. Kegiatan dimulai dengan melakukan perjalanan survei kepada UMKM wanita untuk menggali lebih dalam permasalahan yang sedang mereka hadapi terkait pemasaran produk mereka. Selanjutnya, panitia PKM melanjutkan dengan

merampungkan proposal PKM dan menyampaikannya kepada Ketua IPEMI dan Dekranasda yang menaungi komunitas UMKM wanita di Kabupaten Serdang Bedagai. Detail kegiatan PKM dapat dilihat pada Tabel di bawah ini:

Tabel 2. Detail kegiatan

NO	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1.	Selasa, 03 Oktober 2023		
	08.00 – 09.00 WIB	Perjalanan menuju Kabupaten Serdang Bedagai	Ketua dan Anggota, yaitu: 1. Ketua: Dra. Zainarti, M.M (196012141993032001) 2. Anggota: a. Nurwani, M.Si (198703032015031004) b. Dr. Nurbaiti, M.Kom (197908082015032001) c. Siti Aisyah, M.M (199202162019032022) d. Della Agustina (0506212149)
	09.00 – 10.00 WIB	Wawancara dengan UMKM	UMKM di Pasar Bengkel, Kabupaten Serdang Bedagai
	10.00 – 11.00 WIB	Kembali ke UIN Sumatera Utara Medan	Ketua dan anggota
Hasil Kegiatan:			
Banyak UMKM khususnya di sepanjang jalan Pasar Bengkel yang telah menutup tokonya. Pemaparan pedagang memperkuat dugaan penulis bahwa terjadi efek yang kurang baik dari adanya pembangunan tol Medan-Kualanamu-Tebing Tinggi terhadap omset penjualan UMKM. Tidak sedikit UMKM yang kesulitan pendanaan dan terilit hutang. UMKM tidak begitu memahami penggunaan teknologi digital marketing.			
2.	Selasa, 10 Oktober 2023		
	08.00 – 09.00 WIB	Perjalanan menuju Kantor Bupati Kabupaten Serdang Bedagai	Ketua dan Anggota, yaitu: 1. Ketua: Dra. Zainarti, M.M (196012141993032001) 2. Anggota: a. Nurwani, M.Si (198703032015031004) b. Dr. Nurbaiti, M.Kom (197908082015032001) c. Siti Aisyah, M.M (199202162019032022) d. Della Agustina (0506212149)
	09.00 – 09.30 WIB	Perkenalan dan Sambutan dari Ibu Bupati Kabupaten Serdang Bedagai	Ibu Bupati Kabupaten Serdang Bedagai yaitu Hj. Rosmaida Saragih Darma Wijaya. Didampingi oleh 3 orang anggota dari Dinas UMKM.
	09.30 – 10.00 WIB	Penyampaian maksud dan tujuan kegiatan PKM	Disampaikan oleh panitia
	10.00 – 11.00 WIB	Diskusi dan tanya jawab	Panitia dan Ibu Bupati serta anggotanya.
	11.00 – 11.10 WIB	Penutup dan dokumentasi	Panitia dan Ibu Bupati serta anggotanya.
	11.10 – 12.10 WIB	Kembali ke UIN Sumatera Utara Medan	Ketua dan anggota.
Hasil Kegiatan:			
Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai yang diwakili oleh Ibu Bupati Hj. Rosmaida Saragih Darma Wijaya menyambut baik rencana kegiatan PKM ini. Pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai mendukung dan memberikan bantuan sarana prasarana yang dibutuhkan selama kegiatan PKM seperti mengumpulkan peserta, menyediakan aula pertemuan, sound system, dan lainnya. Kegiatan PKM ini disepakati akan dilaksanakan pada 10-11 Oktober 2023 di Aula Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai dengan total peserta sebanyak 50 UMKM yang tergabung dalam komunitas IPEMI dan Dekranasda Kabupaten Serdang Bedagai.			

3.	Sabtu, 14 Oktober 2023	Diskusi dan rapat persiapan PKM oleh Panitia	Ketua dan Anggota, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketua: Dra. Zainarti, M.M (196012141993032001) 2. Anggota: <ol style="list-style-type: none"> a. Nurwani, M.Si (198703032015031004) b. Dr. Nurbaiti, M.Kom (197908082015032001) c. Siti Aisyah, M.M (199202162019032022) d. Ika Darna Yuni (3004223008) Terdapat dokumen survei yang akan dibagikan saat kegiatan PKM yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Survei Profil UMKM 2. Survei Pengetahuan UMKM terhadap digital marketing (<i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i>) 3. Survei pemahaman UMKM terhadap social media dan e-commerce Terdapat 2 orang pemateri (narasumber) yang diundang untuk menyampaikan materi pada kegiatan PKM ini.
		Penyusunan survei	
		Menyusun rundown acara dan undangan kepada pemateri.	
	Hasil Kegiatan: Panitia kegiatan PKM membuat susunan acara, survei dan telah menyampaikan undangan kepada para pemateri.		
4.	Senin, 16 Oktober 2023	Perjalanan menuju Kabupaten Serdang Bedagai	Ketua dan Anggota, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketua: Dra. Zainarti, M.M (196012141993032001) 2. Anggota: <ol style="list-style-type: none"> a. Nurwani, M.Si (198703032015031004) b. Dr. Nurbaiti, M.Kom (197908082015032001) c. Siti Aisyah, M.M (199202162019032022) d. Ika Darna Yuni (3004223008) Dilakukan oleh panitia dibantu dengan pengurus IPEMI dan Dekranasda. Penyampaian sambutan oleh Ketua Panitia kegiatan PKM, Ibu Dra. Zainarti, M.M. Selanjutnya penyampaian sambutan oleh Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Serdang Bedagai, Bapak Roy CPS Pane, M.Si. Acara selanjutnya pemberian arahan sekaligus membuka acara PKM oleh Ibu Ketua IPEMI dan Dekranasda, Ibu Hj. Rosmaida Saragih Darma Wijaya. Dipandu oleh Della Agustina dan anggota IPEMI. Kegiatan FGD dipandu oleh pemateri, Ibu Misnawati, M.Si Penutupan kegiatan PKM hari-1 dan pemberian panduan kepada peserta PKM untuk kegiatan PKM selanjutnya (hari kedua) Konsumsi (makan siang) dibagikan kepada peserta dan panitia.
	06.30 – 07.30 WIB	Persiapan acara	
	07.30 – 08.00 WIB	Pembukaan acara	
	09.00 – 09.10 WIB	Foto bersama	
	09.10 – 13.00 WIB	FGD dan Praktek	
	13.00 – 13.30 WIB	Penutupan dan arahan persiapan PKM hari kedua	
	13.30 – 13.15 WIB	Pembagian konsumsi	

Hasil Kegiatan

Dalam kegiatan ini, diperoleh pemahaman atas permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM wanita di Kabupaten Serdang Bedagai, yakni kurangnya pemahaman mereka atas pentingnya digital marketing serta belum memiliki pengetahuan dan skill yang mencukupi. Oleh karena itu, dalam FGD ini tidak hanya sekedar mendengarkan permasalahan UMKM wanita tersebut, tetapi diberikan solusi serta praktek langsung pembuatan Google Bisnisku.

5. Selasa, 17 Oktober 2023

06.30 – 07.30 WIB	Perjalanan menuju Kabupaten Serdang Bedagai	Ketua dan Anggota, yaitu: 1. Ketua: Dra. Zainarti, M.M (196012141993032001) 2. Anggota: a. Nurwani, M.Si (198703032015031004) b. Dr. Nurbaiti, M.Kom (197908082015032001) c. Siti Aisyah, M.M (199202162019032022) d. Ika Darma Yuni (3004223008)
07.30 – 08.00 WIB	Persiapan acara	Dilakukan oleh panitia dibantu dengan pengurus IPEMI dan Dekranasda.
08.00 – 08.15 WIB	Pembukaan acara dan foto bersama	Acara dibuka dan dipandu oleh moderator Siti Aisyah, M.M
08.15 – 13.00 WIB	Pemberian Materi dan Praktek	Pemberian materi dengan tema Sosial Media Marketing dan E-commerce yang disampaikan oleh Bapak Fachrul Riza, S.K.M dibantu oleh para panitia dalam praktek pembuatan akun seller di aplikasi Shopee dan teknik pengambilan foto produk.
13.00 – 13.30 WIB	Penutupan	Penutupan kegiatan PKM hari-2 disampaikan oleh ketua panitia, Ibu Dra. Zainarti, M.M didampingi oleh pengurus IPEMI dan Dekranasda.
13.30 – 13.15 WIB	Pembagian konsumsi	Konsumsi (makan siang) dibagikan kepada peserta dan panitia.
13.15 – 14.00 WIB	Perjalanan kembali ke Medan	Panitia UIN Sumatera Utara kembali melakukan perjalanan ke Medan.

Hasil Kegiatan

Dalam kegiatan ini, diperoleh pemahaman dan pengetahuan oleh peserta UMKM wanita Kabupaten Serdang Bedagai mengenai tata cara pembuatan akun seller di aplikasi Shopee, membuat sosial media Instagram dan membuat foto-foto produk yang menarik untuk di unggah. Kegiatan ini dilakukan bersamaan dengan penyampaian materi dan praktek langsung oleh peserta UMKM wanita Kabupaten Serdang Bedagai dipandu oleh pemateri dan panitia PKM.

6 Rabu, 18 Oktober 2023

09.00 – 12.00 WIB	Evaluasi kegiatan	Ketua dan Anggota, yaitu: 1. Ketua: Dra. Zainarti, M.M (196012141993032001) 2. Anggota: a. Nurwani, M.Si (198703032015031004) b. Dr. Nurbaiti, M.Kom (197908082015032001) c. Siti Aisyah, M.M (199202162019032022) d. Ika Darma Yuni (3004223008)
13.00 – 18.00 WIB	Pengolahan data	Dilakukan oleh Della Agustina

Hasil Kegiatan

Dalam kegiatan ini, tim pelaksana kegiatan PKM melakukan evaluasi kegiatan PKM dimana hasilnya dinilai kegiatan PKM ini sudah dilaksanakan dengan efektif dan efisien. Selanjutnya, pengolah data yang ditunjuk melakukan perekapan atas survei-survei serta data profil peserta untuk kemudian dianalisis.

Sumber: Olahan Penelitian (2023)

Berdasarkan uraian kegiatan PKM yang dilakukan selama kurang lebih 2 minggu untuk 6 (enam) kegiatan tersebut di atas, dimana secara khusus kegiatan PKM serta sasaran khalayak dilakukan selama 2 (dua) hari. Diketahui bahwa tujuan dari PKM ini telah tercapai yakni memahami permasalahan, menemukan solusi atas permasalahan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM wanita hingga melakukan praktek langsung guna memberikan bekal kemampuan dan skill digital marketing bagi UMKM wanita Kabupaten Serdang Bedagai dalam memasarkan produk mereka secara digital.

Kegiatan PKM ini telah berjalan dimulai dengan tahap pertama yaitu to know yakni kegiatan riset lapangan (pra-survei), pembentukan tim dan penyusunan proposal PKM. Kegiatan pra-survei dilakukan pada 10 Oktober 2023 dimana, tim penulis melakukan deep interview dan observasi langsung ke UMKM yang ada di Serdang Bedagai. Berikut dokumentasi kegiatan pra-survei tersebut.



Gambar 1. Wawancara dengan UMKM Serdang Bedagai

Adapun sample UMKM yang dijadikan narasumber dalam kegiatan pra survei ini yaitu Ibu Nurasih atau yang biasa disapa Emak. Beliau adalah pemilik usaha Dodol Anugerah yang berada di Jl. Besar Ps. Bengkel, Bengkel, Kec. Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa sebelum adanya pembangunan jalan tol Medan-Kualanamu-Tebing Tinggi, beliau memiliki lebih dari 3 gerai oleh-oleh dengan produk utama yang ditawarkan yaitu Dodol Khas Bengkel, Serdang Bedagai. Ibu Nurasih menuturkan bahwa usahanya dan juga usaha rekan-rekan lainnya sesama pelaku UMKM di Serdang Bedagai mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis sejak adanya pembangunan jalan tol tersebut. Bahkan, saat ini Dodol Anugerah yang beliau kelola hanya memiliki 1 gerai saja, sedangkan gerai lainnya harus ditutup karena tidak dapat menghasilkan omset penjualan yang sebanding dengan pengeluarannya.

Berdasarkan hasil observasi penulis di lapangan memperlihatkan bahwa satu-satunya gerai Ibu Nurasih yang masih beroperasi saat ini terlihat sepi pembeli. Suasana gerai seperti kurang perawatan, banyak etalase yang kosong dan produk-produk lama yang belum terjual serta berdebu. Bahkan, dodol khas bengkel yang menjadi produk utama yang ditawarkan sangat sedikit diproduksi

saat ini. Suasana gerai Dodol Anugerah dapat dilihat pada Gambar 2. di bawah ini.



Gambar 2. Gambaran suasana gerai oleh-oleh dodol Anugerah

Selanjutnya, berdasarkan wawancara tersebut juga diketahui bahwa Ibu Nurasiah belum melakukan kegiatan pemasaran digital untuk mendukung usahanya, hal ini dikarenakan minimnya pengetahuannya terhadap digital marketing dan juga teknik-teknik digital marketing yang sedang berkembang. Saat ini, usaha beliau masih dipasarkan secara tradisional dan hanya menunggu adanya pengunjung yang datang. Beliau juga menuturkan bahwa faktor usia yang tidak lagi muda juga menyebabkan beliau kesulitan mempelajari perkembangan digital marketing. Berdasarkan kegiatan deep interview tersebut, tim penulis menyimpulkan bahwa perlu dilakukan kegiatan pelatihan digital marketing bagi UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai.

Langkah selanjutnya adalah menyempurnakan proposal PKM untuk kemudian diajukan kepada pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai. Penyampaian proposal PKM tersebut dilakukan melalui kegiatan audiensi dengan Ketua Dekranasda Serdang Bedagai, Ibu Hj. Rosmaida Saragih Darma Wijaya yang juga sebagai Ketua IPEMI Serdang Bedagai pada Selasa, 10 Oktober 2023.



Gambar 3. Audiensi dengan Ketua Dekranasda dan IPEMI

Melalui audiensi ini, sebagai ketua Dekranasda dan IPEMI, Ibu Hj. Rosmaida Saragih Darma Wijaya sangat menyambut baik kegiatan PKM yang akan dilakukan dan bersedia memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Dalam audiensi ini, penulis diberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan PKM selama 2 hari, yaitu pada tanggal 16 -17 Oktober 2023 di Aula Kantor Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Pasar Kab. Serdang Bedagai yang beralamat di Jl. Besar Ps. Bengkel, Bengkel, Kec. Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara 20986 dengan tema "Pendampingan Digital Marketing dengan Memanfaatkan Social Media dan e-Commerce untuk Komunitas UMKM Wanita Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara".

Pelaksanaan kegiatan PKM kemudian dilanjutkan pada tahap kedua yaitu to plan, yakni berkoordinasi dengan tim Dekranasda dan IPEMI yang akan membantuk kegiatan PKM ini. Penulis juga mempersiapkan alat-alat PKM seperti materi undangan kepada UMKM, spanduk, nota tugas dan SPPD hingga konsumsi untuk peserta kegiatan PKM. Dalam tahap ini, penulis juga merancang alat survey yang akan digunakan sebagai alat evaluasi pada akhir kegiatan PKM. Penyusunan survey dilakukan oleh tim penulis UIN Sumatera Utara Medan dan menghasilkan 3 (tiga) survey untuk mengukur keberhasilan kegiatan PKM. Survey yang pertama yaitu survey Profil UMKM. Survey ini digunakan untuk mendapatkan informasi profil peserta kegiatan pada kegiatan PKM. Kedua adalah survey *Pretest* dan *Posttest* pengetahuan UMKM terhadap pentingnya digital marketing dan tools dalam digital marketing. Survey ini bertujuan untuk memperoleh gambaran kondisi pengetahuan peserta sebelum dan setelah mengikuti materi pelatihan. Adapun survey ketiga yaitu survey evaluasi terhadap pelaksanaan Workshop Pelatihan Social Media dan e-Commerce. Survey ini digunakan untuk memperoleh informasi sejauh mana penerimaan dan pemahaman UMKM terhadap materi yang disampaikan dan apakah workshop ini bermanfaat untuk mendukung kegiatan pemasaran usaha UMKM.

Adapun materi survei yang digunakan dalam kegiatan PKM ini terlampir dalam laporan ini. Selanjutnya, dalam tahap pelaksanaan bagian II yakni tahap to understand dilakukan dengan kegiatan sosialisasi dan mengundang UMKM untuk menghadiri kegiatan PKM. Undangan tersebut disampaikan melalui pengurus harian IPEMI dan Dekranasda kepada UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai. Selanjutnya, memasuki tahap pelaksanaan bagian III yaitu tahap to action dimana dilakukannya kegiatan PKM berupa FGD dan Pelatihan selama 2 hari. Kegiatan ini diawali dengan sambutan dari Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kabupaten Serdang Bedagai, Bapak Roy CPS Pane, M.Si. Dalam sambutannya tersebut, menurut beliau, UMKM Kabupaten Serdang Bedagai yang selama ini terkenal khususnya sebagai tempat mencari oleh-oleh dodol pasti terkena dampak dengan adanya pembangunan jalan tol. Namun, tidak hanya itu, ada perubahan ekosistem dan cara berbisnis yang juga berubah. Saat ini jaman serba online, serba digital. Oleh karena itu, beliau berharap UMKM Kabupaten Serdang Bedagai juga dapat mengikuti perkembangan jaman saat ini.

Setelah acara PKM ini resmi dibuka oleh Ibu Hj. Rosmida Saragih Darma Wijaya, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh Narasumber pertama yaitu Ibu Misnawati S.Si dengan materi pentingnya digital marketing dan mengenal berbagai alat dalam digital marketing. Dalam materi ini, disampaikan mengapa UMKM di Serdang Bedagai harus segera melakukan transformasi digital agar bisnisnya tidak mati. Langkah-langkah dalam pemasaran digital dijelaskan oleh ibu Misnawati S.Si secara detail dengan berbagai contoh yang sesuai agar lebih mudah dipahami oleh peserta.



Gambar 4. Focus Group Discussion

Sebelum melakukan sesi FGD, panitia menyebarkan survei pengumpulan data profil peserta dan terkumpul sejumlah 50 data profil peserta. Gambar 5. di bawah ini merupakan rangkuman olahan profil data peserta kegiatan PKM.



Gambar 5. Profil peserta PKM

Berdasarkan rangkuman data profil peserta PKM tersebut di atas, diketahui bahwa seluruh peserta PKM adalah wanita yang memiliki usaha. Dapat diamati bahwa jumlah peserta dengan usia di atas 30 tahun sebanyak 84%, sisanya sebanyak 16% berusia 17-30 tahun. Sebanyak 45 peserta memiliki jenis usaha kuliner dan sisanya hanya 5 peserta yang memiliki usaha kriya dan atau fashion.

Selain mengumpulkan profil peserta kegiatan PKM, panitia PKM juga mengumpulkan survei kesiapan peserta dalam memasarkan produknya secara digital. Berikut hasil rekapitulasi jawaban peserta PKM. Berdasarkan rekapitulasi jawaban peserta UMKM tersebut di atas berkaitan dengan kesiapan

UMKM dalam melakukan digital marketing bagi usahanya yang terdiri dari kepemilikan sarana dan prasarana mulai dari komputer, gadget, paket data/internet, hingga kepemilikan akun di social media dan e-commerce.

Berdasarkan analisa rekapitulasi jawaban peserta PKM tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas UMKM wanita Kabupaten Serdang Bedagai yang menjadi peserta dalam kegiatan PKM ini belum memiliki kesiapan yang maksimal dalam digital marketing pada usahanya. Kebanyakan peserta hanya memiliki modal *smartphone* dan paket internet (paket data). Dan cara pemasaran yang mereka lakukan saat ini masih tradisional. Adapun kendala yang sering dialami adalah kurangnya pengetahuan, skill serta faktor usia yang tidak lagi muda sering menjadi kendala dalam mencerna dan mengikuti perkembangan teknologi digital marketing saat ini.

Selain itu, penulis juga mengumpulkan survei dalam bentuk *Pretest* dan *posttest* untuk mengetahui perubahan pengetahuan UMKM terhadap pentingnya digital marketing dan tools digital marketing. Adapun hasil rekapitulasi *Pretest* ditampilkan dalam diagram di bawah ini.

Tabel 3. Rekapitulasi survei kesiapan peserta dalam digitalisasi marketing usaha

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Kepemilikan Komputer	Mayoritas peserta tidak memiliki komputer. Jika pun ada beberapa peserta yang memiliki komputer, maka komputer tersebut digunakan oleh anggota keluarganya untuk pendidikan anak misalnya.
2	Kepemilikan Smartphone	Mayoritas peserta memiliki <i>smartphone</i> berbasis android
3	Kepemilikan Wifi/Jaringan Paket Data	Mayoritas peserta memiliki jaringan paket data, namun dengan kemampuan kuota yang terbatas.
4	Media Social	Sebanyak 70% peserta yang menjawab belum memiliki sosial media. 25% lainnya menjawab sudah memiliki akun sosial media facebook. 5% lainnya sudah memiliki akun sosial facebook dan instagram
5	<i>Marketplace</i> atau e-commerce	Sebanyak 100% dari peserta belum memiliki akun seller (penjual) di e-commerce (<i>marketplace</i>)
6	Website	Sebanyak 100% dari peserta belum memiliki website untuk usahanya
7	Cara Pemasaran	Cara pemasaran masih tradisional, 25% lainnya menjawab sudah melakukan postingan di <i>WhatsApp story</i> dan postingan di <i>facebook</i>
8	Kendala	Kurang pengetahuan, kurang skill, dan faktor usia

Sumber: Olahan Penelitian (2023)

Berdasarkan hasil rekapitulasi *Pretest* tersebut di atas, diketahui bahwa sangat sedikit peserta PKM yang memahami pentingnya pemasaran digital yakni hanya 3 peserta (6%) yang memahami hal tersebut. Hanya 12 peserta (24%) yang berminat untuk melakukan digital marketing bagi usahanya dan hanya 2 peserta (4%) yang mengetahui jenis-jenis pemasaran digital. Hasil *Pretest* ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman UMKM wanita Kabupaten Serdang Bedagai sangatlah rendah.



Gambar 6. Rekapitulasi Pretest

Oleh karena itu, kegiatan PKM ini sangat penting dilakukan dan sudah sesuai dengan kondisi para peserta. Selanjutnya, kegiatan PKM dilanjutkan dengan pendalaman masalah dan mencari solusi bersama melalui FGD yang dipandu oleh Ibu Misnawati, M.Si. Dalam kesempatan ini, penulis mengobservasi kondisi peserta dimana ternyata hampir seluruh peserta belum memiliki Google Bisnisku untuk usahanya. Oleh karena itu, dalam kegiatan PKM ini, Ibu Misnawati, S.Si mengajak peserta UMKM dibantu oleh panitia untuk secara langsung membuat profil di Google Bisnisku. Kesempatan ini tidak dilewatkan begitu saja oleh para peserta. Semua peserta aktif membuka gadget atau smartphone yang mereka bawa dan melakukan aktivasi Google Bisnisku yang dipandu langkah demi langkahnya oleh pemateri.

Setelah kegiatan praktek aktivasi Google Bisnisku, panitia menyebarkan kuesioner posttest guna mengetahui perubahan pengetahuan dan pemahaman peserta PKM terhadap pentingnya digital marketing dalam dunia bisnis mereka. Berikut hasil rekapitulasi posttest pada Gambar 8 di bawah ini. Berdasarkan hasil olahan data penelitian pada posttest di atas, diketahui terjadi perubahan yang cukup signifikan pada pemahaman peserta kegiatan PKM ini, yaitu bertambahnya pengetahuan mereka terhadap pentingnya pemasaran digital sebanyak 45 peserta (90%). Selanjutnya, tidak ada peserta yang menjawab bahwa mereka tidak berminat dalam memanfaatkan pemasaran digital bagi usaha mereka. Dan sebanyak 37 peserta (74%) menjawab mengetahui jenis-jenis pemasaran digital yang dapat digunakan.



Gambar 7. Rekapitulasi Posttest

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM pada hari pertama ini cukup memberikan dampak yang positif terhadap pemahaman dan

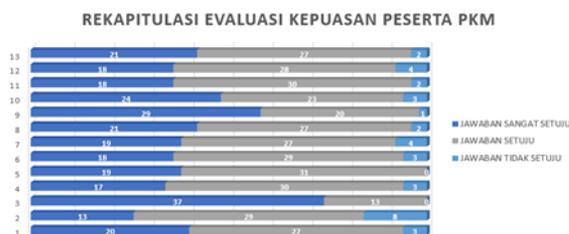
perubahan niat para peserta dalam memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk mereka.

Kegiatan PKM berlanjut di hari kedua dengan pemateri adalah Bapak Fachrul Riza, S.K.M dengan tema Social Media Marketing dan e-Commerce. Pelaksanaan PKM pada hari kedua ini dihadiri oleh ibu-ibu UMKM sama hadir pada kegiatan pertama. Materi yang disampaikan merupakan materi lanjutan dari yang telah disampaikan oleh Ibu Misnawati, S.Si. Dimana, fokus pertama dalam materi ini adalah penggunaan social media marketing Instagram sebagai media promosi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Kabupaten Serdang Bedagai. Fokus kedua yaitu penyampaian materi e-commerce shopee yang dapat digunakan oleh UMKM sebagai media penjualan. Dan fokus ketiga adalah penyampaian materi teknik pengambilan foto yang menarik dan dapat digunakan untuk di-upload ke sosial media mereka.



Gambar 8. Praktek pengambilan foto yang menarik

Menutup kegiatan PKM pada hari kedua ini, Panitia Kembali menyebarkan survei untuk mengukur keberhasilan penyampaian materi dalam workshop terkait *social media* dan *e-commerce* sekaligus mengevaluasi kepuasan peserta dalam kegiatan PKM pada hari kedua ini. Adapun rekapitulasi hasil survei dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 9. Rekapitulasi evaluasi kepuasan peserta PKM hari kedua

Berdasarkan evaluasi dari peserta terhadap penyampaian materi pada kegiatan PKM hari kedua diketahui bahwa mayoritas peserta setuju bahkan sangat setuju yang artinya peserta sangat puas dengan hasil evaluasi tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM yang

dilaksanakan oleh panitia sudah berhasil dan sangat memuaskan para peserta khalayak sasaran. Bagian hasil dan pembahasan berisi paparan hasil kegiatan pengabdian masyarakat analisis yang berkaitan dengan tujuan kegiatan. Setiap hasil pengabdian masyarakat harus dibahas. Pembahasan berisi pemaknaan hasil dan membandingkan dengan teori dan/atau hasil penelitian/hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat lain yang relevan. Panjang paparan hasil dan pembahasan 40-60% dari total panjang artikel. Hasil pengabdian masyarakat dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil survey lapangan yang dilakukan sebelum kegiatan PKM berlangsung, diketahui bahwa masalah utama UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai adalah penurunan omset penjualan yang sangat drastis. Belum banyak UMKM yang beradaptasi dengan teknologi pemasaran. Bahkan, tidak sedikit UMKM yang pesimis dengan digital marketing. Oleh karena itu, panitia pelaksana kegiatan PKM berupaya untuk memberikan pemahaman akan pentingnya digital marketing dalam pemasaran di era yang serba digital saat ini. Tidak hanya berusaha memberikan pemahaman, namun kegiatan PKM ini ditujukan untuk memberikan peningkatan skill bagi peserta UMKM wanita di Kabupaten Serdang Bedagai sehingga mereka dapat memanfaatkannya bagi pengembangan pemasaran produk mereka.

Berdasarkan hasil survei profil, *Pretest* dan *Posttest* serta survei evaluasi kepuasan peserta, diperoleh kesimpulan bahwa kegiatan PKM ini telah dilaksanakan dengan sangat baik. Secara kuantitatif terdapat peningkatan pemahaman peserta atas pentingnya melakukan digital marketing dimana sebelumnya hanya 6% peserta yang memahami pentingnya digital marketing namun setelah kegiatan PKM ini sebanyak 90% peserta menjadi paham akan pentingnya digital marketing bagi pengembangan usaha. Keinginan peserta kegiatan PKM yang seluruhnya adalah UMKM wanita dalam menjalankan digital marketing untuk memasarkan usahanya yang semakin meningkat. Bahkan, seluruh peserta (100%) peserta menyatakan ingin memanfaatkan digital marketing dalam kegiatan promosi usaha mereka kedepannya. Antusiasme para peserta di setiap kegiatan PKM sangatlah besar peserta berharap bahwa mereka memperoleh pendampingan dari panitia pelaksana secara berkala.

Adapun sebagai tindak lanjut dari kegiatan PKM ini adalah panitia akan melakukan monitoring terhadap pelaksanaan digital marketing yang dilakukan oleh peserta. Selain itu, panitia yang merupakan para akademisi dan juga praktisi membuka kesempatan bagi UMKM untuk melakukan konsultasi dan diskusi terkait pengembangan digital marketing pasca kegiatan PKM ini berakhir melalui grup komunitas pengusaha wanita Kab. Serdang Bedagai. Hal ini dilakukan agar tujuan dan manfaat dari kegiatan PKM ini dapat dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdianah, Wahid, M., & Wahyudi, J. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (Suwendi, A. Basir, & J. Wahyudi (eds.)). Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama RI. <https://pendispress.kemenag.go.id/index.php/ppress/catalog/book/19>
- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM Di Indonesia. In *Repository UIN Sumatera Utara Medan*. <http://repository.uinsu.ac.id/10168/>
- Aisyah, S., Imamsyah, I., Banurea, S. A., Supardi, S., & Bimantaka, Y. (2023). Penerapan Transformasi Digital Melalui Tokopedia Seller Apps untuk Memperluas Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Pada Pelita Petshop Medan). *Abdonesia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 6–11. <https://unu-ntb.e-journal.id/abdonesia/article/view/304>
- Astuti, P. (2023). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Jalan Tol Permai di Kelurahan Muara Fajar Timur, Kota Pekanbaru. *Jurnal Planologi Dan Sipil (JPS)*, 5(1), 60–73. <https://ejournal.uniks.ac.id/index.php/JPS/article/view/3147>
- Butar, H. W. B., & Rahayu, E. (2023). Dampak Sosial Dan Ekonomi Pembangunan Jalan Tol MKTT Terhadap UMKM Pasar Bengkel Kabupaten Serdang Bedagai. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1), 190–200. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4118>
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138–149. <https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v2i2.1582>
- Deni, S., Deni, A., Agusmawanda, Machmud, I., Sosiawaty, Husen, M., Mafoloi, X., Jama, A., & Tolafu, R. (2023). *Konflik dan Pembangunan Politik Kepulauan*. CV. Eureka Media Aksara.
- Hamdun, N., Marliyah, M., & Nurbaiti, N. (2022). Strategi Pelaku Bisnis Electronic Commerce (E-Commerce). *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 1(2), 60–67. <https://doi.org/10.58344/locus.v1i2.13>
- Hukom, A. (2014). Hubungan Ketenagakerjaan dan Perubahan Struktur Ekonomi terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 7(2), 120–129.
- Irfan, A., Rosalia, F., & Maryanah, T. (2021). Analisis Dampak Pembangunan Jalan Tol Trans Sumatera (JTTS) Ruas Terbanggi Besar-Gunung Sugih Terhadap Usaha Rumah Makan dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Wacana Publik*, 15(2), 95–103. <https://doi.org/10.37295/wp.v15i2.63>
- Kasindi, E. E. (2020). *Analisis Dampak Pembangunan Jalan Tol Medan-Tebing Tinggi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dodol (Kasus: Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten*

- Serdang Bedagai).
- Kementerian Keuangan. (2022). *Peranan Perempuan Mayoritas dalam UMKM, Menkeu : Negara Hadir Memperkuat*.
- Mahadiansar, M., Ikhsan, K., Sentanu, I. G. E. P. S., & Aspariyana, A. (2020). Paradigma Pengembangan Model Pembangunan Nasional di Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 17(1), 77–92. <https://doi.org/10.31113/jia.v17i1.550>
- Manullang, J., & Samosir, H. (2019a). Analisis Dampak Pembangunan Jalan Tol Medan Tebing Tinggi Terhadap Kegiatan Jajanan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Pasar Bengkel. *Jurnal Bisnis Terapan*, 3(2), 167–178. <https://doi.org/10.24123/jbt.v3i02.2512>
- Manullang, J., & Samosir, H. (2019b). Pengaruh Pembangunan Jalan Tol Medan-Tebing Tinggi Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(1), 45–54. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v3i1.1516>
- Panjaitan, A. N. P. (2022). *Dampak Keberadaan Jalan Tol Medan-Tebing Tinggi Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Keripik Ubi Kayu (Studi Kasus : Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai)*. Universitas Medan Area.
- Prinatasya, D. (2024). *Evaluasi Dampak Jalan Tol Trans Sumatera Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Lampung*. Diponegoro.