

## Pendampingan UMKM Di Desa Selajambe Dalam Penerapan Digital Marketing Berbasis Media Sosial Pada Toko Online

Taufik Hidayatulloh<sup>1</sup>, Saeful Bahri<sup>2</sup>, Gunawan<sup>3</sup>, Rina Riniawati<sup>4</sup>, Muhamad Abdul Aziz Albar<sup>5</sup>, Tsaura Halwa Qur'ani<sup>6</sup>, Andyan Agung Maulana<sup>7</sup>, Muhammad Faris Ilham<sup>8</sup>, Khofifah Indar Parawansa<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>Universitas Bina Sarana Informatika,  
Jl. Raya Cemerlang No.8, Sukakarya, Kota Sukabumi

e-mail: <sup>1</sup>[taufik.tho@bsi.ac.id](mailto:taufik.tho@bsi.ac.id), <sup>2</sup>[saeful.sel@bsi.ac.id](mailto:saeful.sel@bsi.ac.id), <sup>3</sup>[gunawan.gnz@bsi.ac.id](mailto:gunawan.gnz@bsi.ac.id), <sup>4</sup>[rina.rri@bsi.ac.id](mailto:rina.rri@bsi.ac.id),  
<sup>5</sup>[4bdulm34@gmail.com](mailto:4bdulm34@gmail.com), <sup>6</sup>[halwaqrn@gmail.com](mailto:halwaqrn@gmail.com), <sup>7</sup>[andyan.agung04@gmail.com](mailto:andyan.agung04@gmail.com),  
<sup>8</sup>[farissome24@gmail.com](mailto:farissome24@gmail.com), <sup>9</sup>[khofifahindar1873@gmail.com](mailto:khofifahindar1873@gmail.com),

### Abstrak

Desa Selajambe, yang terletak di Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, memiliki potensi ekonomi yang besar melalui sektor pertanian, peternakan ikan, serta UMKM yang bergerak di bidang makanan olahan dan kerajinan tradisional. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal akibat rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses terhadap teknologi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada 19-20 Maret 2025, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam strategi pemasaran digital. Metode kegiatan mencakup presentasi dan diskusi yang disampaikan kepada peserta dari unsur UMKM, Karang Taruna dan BPD Desa Selajambe. Materi yang disampaikan meliputi dasar-dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Evaluasi melalui kuesioner menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman baru terkait strategi promosi produk secara online. Diharapkan, pelatihan ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital UMKM di Desa Selajambe serta memperluas jangkauan pasar mereka secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** *UMKM, digital marketing, pengabdian masyarakat, promosi produk*

### Abstract

*Selajambe Village, located in Cisaat District, Sukabumi Regency, holds significant economic potential through agriculture, fish farming, and small-medium enterprises (SMEs) in processed food and traditional crafts. However, this potential has not been fully optimized due to limited digital literacy and access to technology. This community service activity was held on February 21, 2025, aiming to enhance the digital marketing capacity of local SMEs. The activity utilized presentation and discussion methods, targeting participants from SMEs, youth organizations, and the Village Consultative Body. The material covered included the basics of digital marketing, the use of social media, and the application of e-commerce platforms such as Shopee and Tokopedia. Evaluation using questionnaires showed that participants gained new insights into product promotion strategies through online platforms. It is expected that this training will serve as a stepping stone toward the digital transformation of SMEs in Selajambe Village and help them expand their market reach sustainably.*



### **Pendahuluan**

Desa Selajambe merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Mata pencaharian utama masyarakat Desa Selajambe berada pada sektor pertanian dan peternakan ikan, baik untuk konsumsi maupun sebagai ikan hias. Selain pertanian, potensi ekonomi lokal lainnya adalah UMKM yang bergerak di bidang makanan olahan, kerajinan tradisional seperti layang-layang, serta usaha budidaya ikan.

Meski memiliki beragam potensi ekonomi, namun Desa Selajambe masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengelolaan sumber daya yang ada. Keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, dan minimnya pengetahuan tentang pemasaran produk menjadi hambatan utama. (Pinem et al. 2023) menyebutkan bahwa rendahnya kemampuan digital pelaku UMKM di desa menjadi kendala serius dalam proses transformasi digital mereka. (Hasyim et al. 2023) juga menekankan bahwa upaya optimalisasi pemasaran digital serta legalitas usaha sangat penting untuk mendorong pertumbuhan UMKM di kawasan perdesaan.

Sabtu sampai minggu 19-20 Maret 2025, Tim BSI Explore hadir di Desa Selajambe dalam rangka memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi dan pendidikan masyarakat. Salah satu program yang dijalankan adalah penyuluhan dengan tema "Strategi Promosi Produk di Toko Online", yang ditujukan untuk para pelaku UMKM, Karang Taruna, dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD). Dalam kegiatan ini, peserta dikenalkan pada strategi digital marketing seperti pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce, termasuk Shopee dan Tokopedia. (Azizah et al. 2022) menyatakan bahwa pelatihan pemasaran digital pasca pandemi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar UMKM lokal.

### **Metode**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Sabtu sampai minggu 19-20 Maret 2025, di Aula Desa Selajambe, dengan peserta yang terdiri dari para pelaku UMKM perwakilan satu orang per RW, perwakilan karang taruna dan BPD desa Selajambe. Berikut adalah tahapan yang akan dilaksanakan untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan kegiatan ini :

1. Melakukan survei dan observasi kepada pihak desa seminar apa yang dibutuhkan
2. Menyusun rencana jadwal pelatihan mealalui koordinasi antara pihak penyelenggara dan perangkat desa Selajambe
3. Mempersiapkan materi pelatihan dengan pemateri
4. Melakukan evaluasi bersama mitra untuk meninjau keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan

Adapun metode pelaksanaan yang digunakan terdiri dari metode presentasi dan metode diskusi (sharing). Metode presentasi dilakukan oleh narasumber yang menyampaikan materi mengenai dasar-dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial untuk promosi produk, serta penggunaan platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Sedangkan pada metode diskusi, peserta diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman, bertanya, dan berdiskusi secara aktif terkait masalah yang mereka hadapi dalam memasarkan produk secara online.

### **Hasil dan Pembahasan**

Desa Selajambe memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM melalui manfaat digital marketing. Masyarakat di desa mahir dalam membuat berbagai produk lokal seperti tape, uli, renginang, rengineing, wajit, dodol, kue lapis dan kripik lumpia, tidak hanya itu desa selajambe juga memiliki produk kerajinan layang – layang dan bibit ikan. Namun untuk meningkatkan

daya saing dan memperluas jangkauan pasar, mereka membutuhkan dukungan dalam pemasaran secara online untuk memaksimalkan potensi ekonomi mereka.



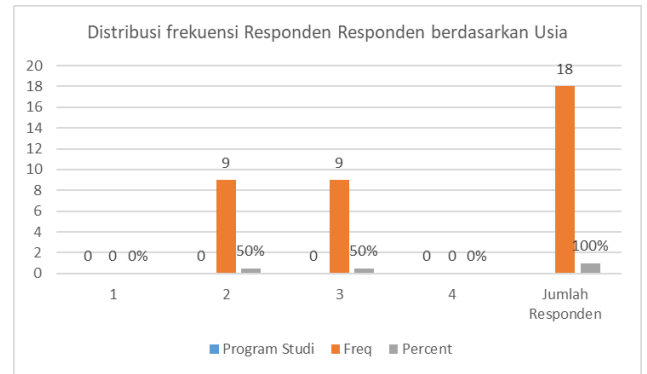
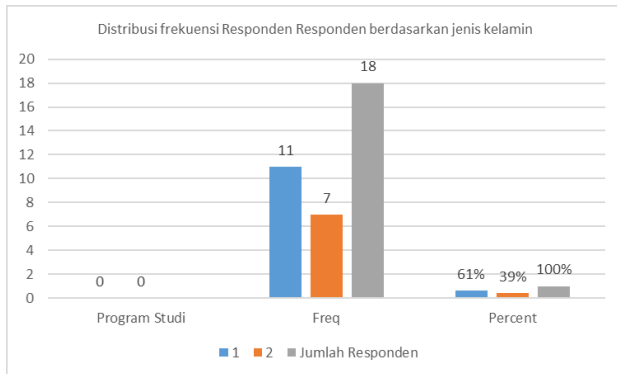
Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Sabtu sampai minggu 19-20 Maret 2025, di Aula Desa Selajambe, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi. Dengan peserta yang terdiri dari para pelaku UMKM perwakilan satu orang per RW, perwakilan karang taruna dan BPD desa Selajambe. Materi yang disampaikan mencakup dasar – dasar digital marketing dan cara yang tepat untuk memasarkan produk secara online.

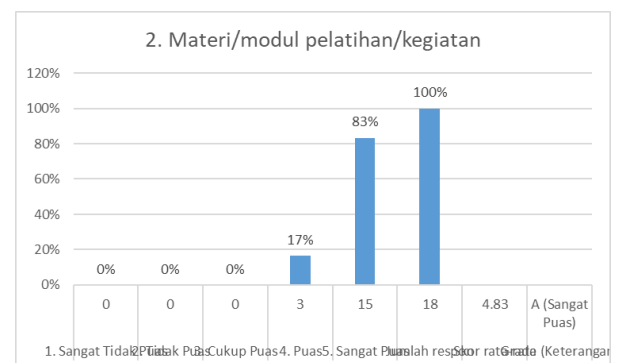
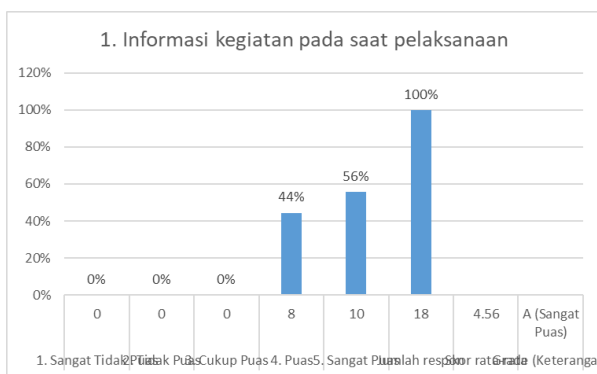


Gambar 2. Foto Bersama Kegiatan Pengabdian Masyarakat

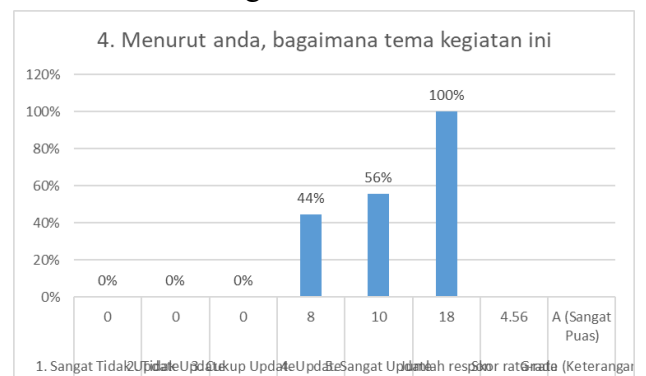
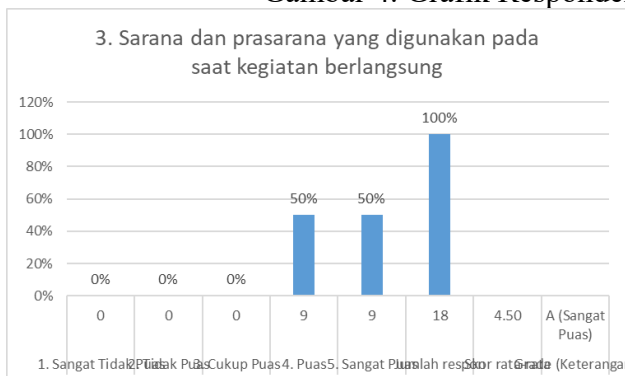
Setelah sesi pemaparan materi pelatihan selesai, peserta mengisi kuesioner yang telah disediakan, bertujuan untuk mengevaluasi pemahaman dan kepuasan peserta terhadap pelatihan yang telah disampaikan. Hasil kuesioner menunjukkan bagan sebagai berikut:



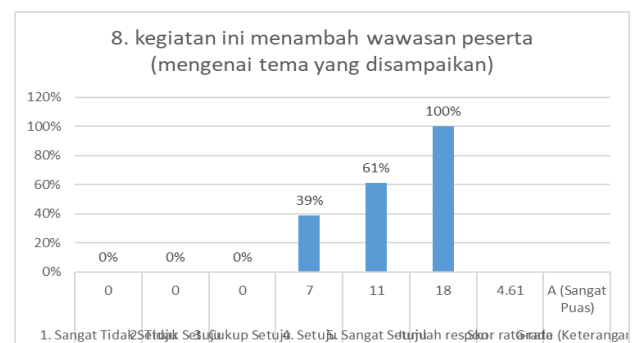
Gambar 3. Grafik Responden berdasarkan jenis kelamin & Usia



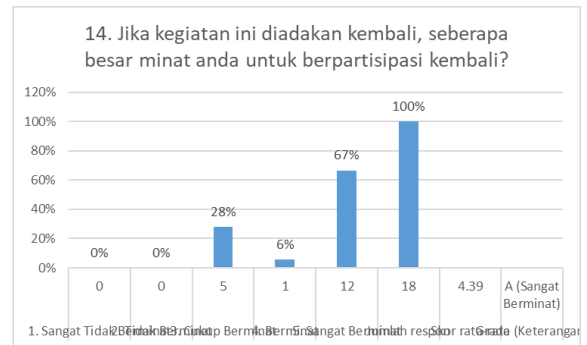
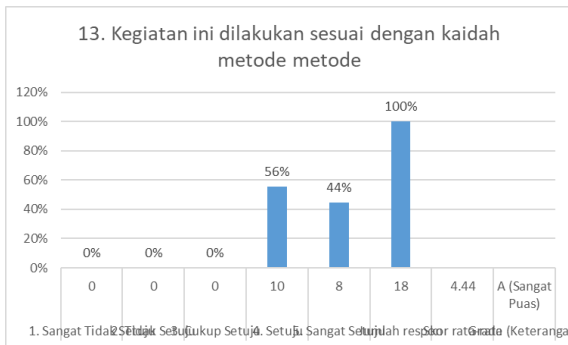
Gambar 4. Grafik Responden Informasi & Materi Kegiatan



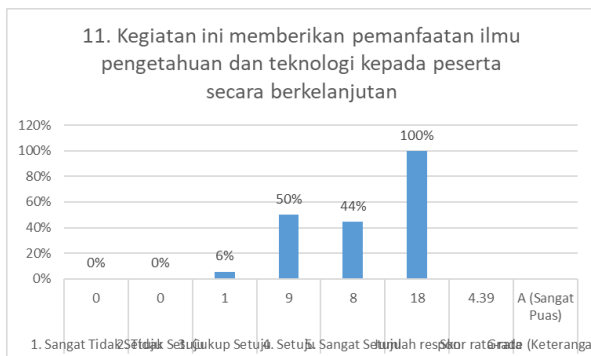
Gambar 5. Grafik Responden sarana & tema kegiatan



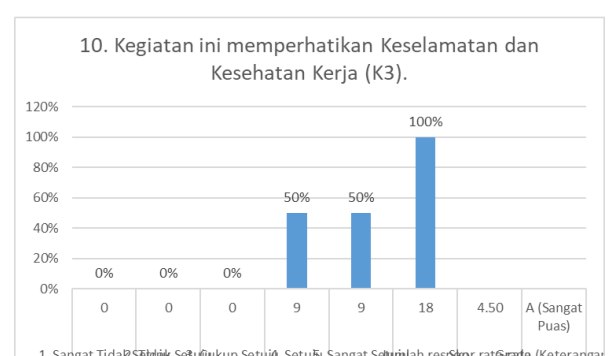
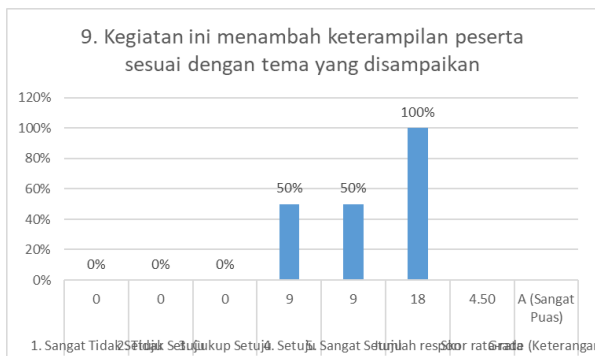
Gambar 6. Grafik Responden Penyampaian & Susunan Acara Kegiatan



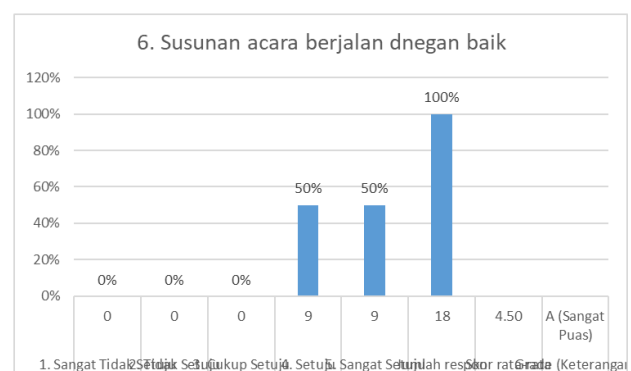
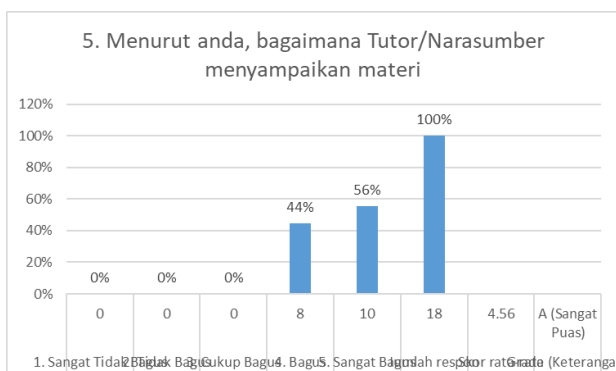
Gambar 7. Grafik Responden Manfaat & Menambah Wawasan Kegiatan



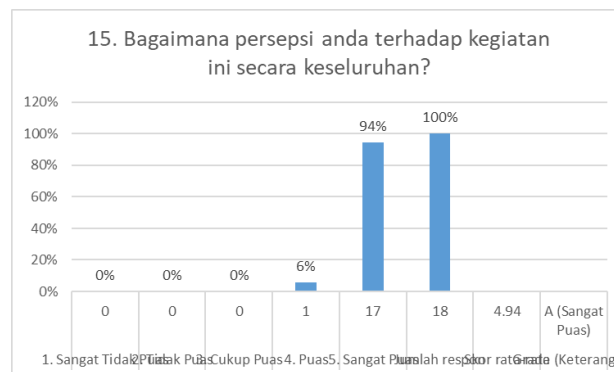
Gambar 8. Grafik Responden Menambah Keterampilan & K3 Peserta



Gambar 9. Grafik Responden Pemanfaatan Ilmu & Memberikan Solusi Peserta



Gambar 10. Grafik Responden Kesesuaian Kaidah & Minat Peserta



Gambar 11. Grafik Responden Presepsi Secara Keseluruhan

### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Selajambe menunjukkan bahwa pelaku UMKM di desa ini memiliki potensi besar untuk berkembang melalui pemanfaatan strategi digital marketing. Masyarakat antusias dalam mengikuti penyuluhan dan menunjukkan minat tinggi terhadap pemahaman baru mengenai pemasaran digital, khususnya dalam penggunaan media sosial dan platform marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Kurangnya literasi digital yang sebelumnya menjadi kendala, mulai teratasi melalui kegiatan ini yang tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga praktik langsung yang aplikatif. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi UMKM di Desa Selajambe untuk meningkatkan kapasitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan kemandirian ekonomi lokal. Rekomendasi dari kegiatan ini adalah perlunya keberlanjutan pelatihan serupa secara berkala, pendampingan lanjutan bagi UMKM yang telah memulai promosi online, serta dukungan dari pemerintah desa dalam memfasilitasi akses teknologi dan legalitas usaha agar transformasi digital di desa dapat berjalan secara menyeluruh dan berkelanjutan.

### Daftar Pustaka

- Azizah, L. N., Novitasari, D., & Rusmawati DJ, Y. (2022). Digital Marketing Bagi UMKM (Di Desa Kemplagigede) Pasca Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 878–882. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/502>
- Hasyim, Karyawan, I. D. M. A., Rohani, Suteja, I. W., Mahendra, M., Yuniarti, R., Salsabila, F. F., et al. (2023). Pengembangan UMKM Desa Sapit Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital dan Legalitas Usaha. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(3), 735–742. Retrieved from <https://jppipa.unram.ac.id/index.php/jpmpi/article/view/5120>
- Pinem, A. P. R., Pungkasanti, P. T., & Aprinta, G. (2023). Mengatasi Hambatan Literasi Digital: Strategi Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Desa Truko. *Jurnal Surya Masyarakat*. Retrieved from <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JSM/article/view/13696>
- Rofiyustisiani, A. A., Kartikasari, A., Pitaloka, D. A., Kinasih, G. S., Fauzi, H. N., Yulaikasari, I. P., et al. (2023). Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Desa Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Sosial*. Retrieved from <https://ejournal.jurnalpengabdiansosial.com/index.php/jps/article/view/568>

---

Varadisa, A. Q., & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan Digital Marketing Guna Meningkatkan Branding UMKM Desa Sumberjo. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 22–26. Retrieved from <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/829>

Kusuma, A. P. (2018). *Strategi Promosi Produk Makanan Ringan Melalui Media Sosial Pada UMKM Di Surabaya*. Surabaya: Politeknik NSC Surabaya. Retrieved from <http://repository.nscpolteksby.ac.id/id/eprint/38>