

## PENINGKATAN KAPASITAS PENJUALAN UMKM MELALUI STRATEGI PEMASARAN ONLINE DESA SEI SILAU BARAT

**Eddy Pangidoan<sup>1</sup>, Wahyu Habib<sup>2</sup>, Bunga Cyntia<sup>3</sup>, Khairun Sinaga<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Ekonomi, Universitas Asahan

Jl. Jend. Ahmad Yani, Kisaran

**Email :** <sup>1</sup>wahyuhabib12@gmail.com, <sup>2</sup>bungacyntialutfianur@gmail.com, <sup>3</sup>sinagaharun6@gmail.com

### ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas penjualan UMKM di Desa Sei Silau Barat. Permasalahan yang di temui di Desa Sei Silau Barat dalam berwirausaha yaitu salah satunya adalah Potensi masyarakat dalam berwirausaha masih kurang sehingga perlu sekali memotivasi masyarakat Desa Sei Silau Barat agar masyarakat mempunyai jiwa usaha yang memiliki nilai jual yang tinggi. UMKM yang terdapat di Desa Sei Silau Barat yaitu Kripik Tempe, Rengginang, Asinan Buah Pepaya, dan Gula Merah. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran online menjadi salah satu solusi efektif bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan dan memperkuat daya saing. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait pemasaran online yang dapat di lakukan di media sosial seperti facebook, tiktok, dan juga whatsapp yang pelaku usaha miliki. Sehingga pemasaran online dapat membantu meningkatkan penjualan dari pelaku UMKM.

**Kata kunci :** UMKM, Pemasaran Online, Desa

### ABSTRACT

*This research aims to increase the sales capacity of MSMEs in West Sei Silau Village. One of the problems encountered in West Sei Silau Village in entrepreneurship is that the community's potential for entrepreneurship is still lacking, so it is very necessary to motivate the people of West Sei Silau Village so that the community has an entrepreneurial spirit that has high selling value. The MSMEs found in West Sei Silau Village are Tempe Chips, Rengginang, Pickled Papaya Fruit, and Brown Sugar. Along with technological developments and changes in consumer behavior, online marketing has become an effective solution for MSMEs to expand market reach, increase sales and strengthen competitiveness. The methods used include training and assistance to MSMEs regarding online marketing which can be done on social media such as Facebook, TikTok and also WhatsApp that business actors have. So online marketing can help increase sales from MSME players.*

**Keyword :** MSMEs, Online marketing, village

### 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagian aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan (radiani, 2017). Setiap inovasi yang diciptakan dalam teknologi akan bermanfaat pada kehidupan yang sangat luas. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Namun, di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, khususnya dalam hal pemasaran online. Pemasaran online menjadi sangat penting dalam era digital saat ini, terutama karena perilaku konsumen yang semakin banyak beralih ke platform digital untuk mencari dan membeli produk. Peningkatan kapasitas penjualan online melalui strategi pemasaran online merupakan salah satu solusi untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Penggunaan media sosial, seperti facebook, tiktok, dan whatsapp dapat di jadikan sebagai alat pemasaran dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperluas jaringan suatu produk.

UMKM berperan sangat besar memberikan penjabaran bahwa UMKM harus dapat ditingkatkan lebih baik lagi. UMKM akan mampu bertahan dan bersaing apabila mampu menerapkan pengelolaan manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM), dan keuangan. Konsep dan perancangan tertentu di tingkat strategi merupakan faktor kunci keberhasilan. Keju Lasi salah satu UMKM Sumatera Barat yang memerlukan perhatian di bidang pemasaran, karena strategi pemasaran yang digunakan oleh Keju Lasi masih mengandalkan pembeli yang datang untuk berkunjung ke Keju Lasi, hal ini akan mengakibatkan sedikitnya jumlah penjualan Keju Lasi, karena sulitnya metode pemesanan, pembayaran, dan tempat Keju Lasi yang sulit dijangkau. (Fadilla Ulfah, Khofifah Nur, Salsabila, Yunia Safitri, susi evanita, friyatmi, 2021).

Di Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan terdapat UMKM Kripik tempe, Rengginang, Asinan Buah Pepaya, dan gula merah. Awalnya UMKM ini hanya memproduksi jika ada permintaan saja. Pelaku UMKM Didesa Sei Silau Barat ini hanya mampu memproduksi 1 kg dalam sehari. Dan UMKM ini hanya di pasarkan melalui mini market yang bernama Central yang berada di Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan. Namun ketika Mahasiswa KKNT Kelompok 17 Desa Sei Silau Barat memberikan edukasi dan melakukan pendampingan tentang pemasaran online yang dapat dilakukan di media sosial yang di miliki oleh pelaku UMKM Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan. Permintaan UMKM meningkat. Awalnya 1 kg dalam sehari menjadi 5 kg sehari. Konsumen dapat melakukan pemesanan melalui akun media sosial seperti Facebook, WhatsApp, pelaku usaha karena sudah mendapat informasi melalui akun sosial media tentang adanya suatu usaha di Desa Sei Silau Barat.

Mahasiswa KKNT Kelompok XVII Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan membantu para pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan dengan mempromosikan UMKM Kipik Tempe, rengginang, Asinan Buah Pepaya, dan juga gula merah dengan membantu membuat video promosi tentang kualitas produk UMKM yang di miliki para pelaku usaha dan juga kualitas cita rasa yang unggul serta meyakinkan konsumen pada kualitas UMKM Desa Sei Silau Barat Kabupaten Asahan Kecamatan Setia Janji. Sehingga para konsumen di luar daerah dapat mengetahui bahwa terdapat beberapa UMKM yang berkualitas di Desa Sei Silau Barat dan dapat mencoba produk UMKM Desa Sei Silau Barat.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang di lakukan dalam meningkatkan kapasitas penjualan UMKM Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan melalui strattegi pemasaran online dapat di lakukan dengan bebrapa pendekatan yaitu :

### **a. Pendekatan Partisipasi**

Pendekatan ini di lakukan dengan melakukan kunjungan ke rumah pelaku UMKM untuk mendiskusikan tentang UMKM tersebut. Aktif bertanya kepada Pelaku UMKM mengenai kendala yang di hadapi dalam meningkatkan penjualan suatu UMKM. Kemudian

mengundang pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan. Memberikan edukasi tentang manfaat pemasaran online kepada pelaku UMKM.

**b. Pelatihan Pemasaran Online**

Pelatihan yang kami lakukan adalah dengan memberikan contoh salah satu video tentang pemasaran online dan melakukan pelatihan mengajarkan penggunaan sosial media seperti Facebook, video promosi, dan pengemasan yang menarik. Kemudian kami melakukan pembuatan konten untuk meningkatkan kualitas suatu produk UMKM. Serta kami juga mengajarkan mengenai cara foto produk yang menarik.

**c. Bimbingan Teknis**

Setiap UMKM mendapatkan pendampingan dari mahasiswa KKNT Kelompok XVII Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji kabupaten Asahan. Mahasiswa KKNT memberikan pengetahuan tentang pemasaran online. Mahasiswa KKNT menjelaskan bagaimana cara membuat foto yang menarik, bagaimana membuat video promosi kemudian memposting produk UMKM di sosial media seperti Facebook, WhatsApp, dan Juga Instagram. Mahasiswa KKNT Kelompok juga memberikan contoh dengan membuat video promosi di akun instagram : @kkn\_seisilaubarat\_, Mahasiswa KKNT kelompok XVII Desa Sei Silau Barat.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan kualitas UMKM yang ada di Desa Sei Silau Barat Kecamatan Setia Janji Kabupaten Asahan dan peningkatan penjualan melalui akun sosial media pelaku UMKM yaitu :

**a. Pendekatan kepada Pelaku UMKM**

Pendekatan ini dilakukan dengan melakukan kunjungan ke rumah pelaku UMKM untuk mendiskusikan tentang UMKM tersebut. Aktif bertanya kepada Pelaku UMKM mengenai kendala yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan suatu UMKM.



Gambar 1. Pendekatan kepada pelaku UMKM kripik tempe, rengginang, asinan buah papaya, dan gula merah.

Dari pendekatan ini kami mendapatkan hasil bahwa UMKM Desa Sei silau Barat ini hanya di pasarkan melalui minimarket terdekat dan belum banyak terkenal di daerah tetangga. Kemudian mahasiswa KKNT Kel XVII Fakultas Ekonomi Universitas Asahan memberikan edukasi tentang pemasaran online dan pengemasan produk menjadi lebih menarik.

**b. Pelatihan Pemasaran Online**

Mahasiswa KKNT Kelompok XVII Fakultas Ekonomi Universitas Asahan memberikan contoh pemasaran online melalui akun sosial media instagram yang kami miliki. Kami membantu membuat video menarik tentang suatu UMKM Desa Sei Silau Barat kemudian kami mengunggahnya melalui akun instagram yang kami miliki. Kami membuat video pemasaran dengan memberikan review tentang cita rasa dan pengenalan UMKM yang ada di Desa Sei Silau Barat. Mahasiswa KKNT memberikan edukasi tentang pembuatan video pemasaran lalu mengunggahnya di akun sosial media yang pelaku UMKM miliki dengan tujuan supaya produk UMKM di kenal masyarakat luas dan dapat menambah pendapatan serta meningkatkan penjualan pelaku UMKM.

**c. Bimbingan Teknis**

Mahasiswa KKNT kelompok XVII Fakultas Ekonomi Universitas Asahan melaksanakan sosialisasi tentang pelatihan dan pendampingan Usaha Peningkatan Keluarga Sejahtera Menuju UMKM.



Gambar 2. Sosialisasi pelatihan dan pendampingan Pelaku UMKM dan masyarakat sekitar

Mahasiswa KKNT memberikan edukasi tentang pemahaman UMKM dan peningkatan suatu usaha supaya menjadi lebih menarik, lebih di kenal masyarakat luar melalui pemasaran dengan jangka lebih luas. Sosialisasi ini di hadiri beberapa pelaku UMKM, ibu kepala desa, Ibu-Ibu beberapa kader posyandu dan masyarakat yang memiliki keinginan menjadi seorang pelaku usaha yang sukses mengikuti perkembangan jaman.

**4. KESIMPULAN DAN SARAN**  
**KESIMPULAN**

Pengabdian masyarakat yang fokus pada peningkatan kapasitas penjualan UMKM melalui strategi pemasaran online menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan daya saing UMKM. Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform digital seperti media sosial, dan teknik pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain

itu, UMKM yang mengadopsi strategi pemasaran online dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan serta pendapatan masyarakat .

#### **SARAN**

1. Untuk Pemerintah Desa Diharapkan untuk terus memberikan edukasi dan pendampingan berkelanjutan tentang perkembangan teknologi yang dapat membantu peningkatan penjualan pelaku UMKM Desa Sei Silau Barat.
2. Untuk Masyarakat Desa Sei Silau Barat Diharapkan untuk terus belajar tentang perkembangan teknologi dan terus mencari informasi untuk meningkatkan kualitas dan kreativitas dalam menjalankan UMKM.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- DANIEL ARIE SUSANTO, SELFAN ANUGRAH, RICHA RAHMALIA, OSCAR HARIS. (2021). PENINGKATAN KAPASITAS UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DESA CARINGIN. *PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT ABDI PUTRA*, 36-41.
- Fadilla Ulfah, Khofifah Nur, Salsabila, Yulia Safitri, susi evanita, friyatmi. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya saing UMKM ( Studi Keju Lasi ). *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5 Nomor 2*, Halaman 2795-2805.
- HERLINA, LUVIA FRISKA NARULITA, YURIE SALSABILA ANNORALIA, DIKA ARFITA NUR KARIM, AZZAHRA PUTRI LAKSANA, VANDI VIRNANDA, MUR RIZKA ATHIRA. (2023). PENINGKATAN KAPASITAS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PIA MAHEN DI GEMPOL, PASUHAN. *PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*.
- SONI AHMAD NULHAQIM, HERY WIBOWO, MAULANA IRFAN, ARIE SURYA GUTAMA. (2021). PENINGKATAN KAPASITAS DALAM PEMASARAN ONLINE BAGI PELAKU USAHA KECIL YANG TERDAMPAK KONDISI PANDEMI COVID-19. *jurnal pengabdian masyarakat, volume 4 no 1*, 165-176.
- Tengku Syarifah, Dian Wahyuni, Emi Masyitah, Qonita Sajidah, Ayu Adisti, Mira Syapitri, Agil Novita. (2021). 49907703 PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN UMKM MELALUI QRIS DAN PEMASARAN DIGITAL PADA USAHA DODOL PULUT INDAH LESTARI DI DESA TANJUNG ALAM KABUPATEN ASAHAN. *COMMUNITY DEVELOPMENT JOURNAL, Vol.4 No. 4* , 7703-7708.