

**KAPITA JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT UMKM AMANAH**

Brian Raditya Putra Pratama<sup>1</sup>, Muhammad Arif Fuadi<sup>2</sup>, Alfiah Arnel Rahmawati<sup>3</sup>, Hafizh Achmad Raihansyah<sup>4</sup>, Arifin Seftia Nugroho<sup>5</sup>, Agung Dimas Dibrata<sup>6</sup>, Hafid Ilham Pratama<sup>7</sup>, Bagus Sulaiman<sup>8</sup>, Alfian Nizar Fiqriandi<sup>9</sup>, Angga Reza Putra<sup>10</sup>  
[brianptrm@gmail.com](mailto:brianptrm@gmail.com)<sup>1</sup>, [arif.fuadi1212@gmail.com](mailto:arif.fuadi1212@gmail.com)<sup>2</sup>, [alfiaharnel1234@gmail.com](mailto:alfiaharnel1234@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[hafizhachmad33@gmail.com](mailto:hafizhachmad33@gmail.com)<sup>4</sup>, [arifinnugroho292001@gmail.com](mailto:arifinnugroho292001@gmail.com)<sup>5</sup>, [agungdibrata@gmail.com](mailto:agungdibrata@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[hafidilhampratama@gmail.com](mailto:hafidilhampratama@gmail.com)<sup>7</sup>, [bsulaiman179@gmail.com](mailto:bsulaiman179@gmail.com)<sup>8</sup>, [ohklepin@gmail.com](mailto:ohklepin@gmail.com)<sup>9</sup>,  
[anggarezaputra75@gmail.com](mailto:anggarezaputra75@gmail.com)<sup>10</sup>

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

**ABSTRAK**

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan digital marketing pada UMKM Amanah di Desa Pacarejo, Gunung Kidul. Desa tersebut memiliki tantangan akses jalan yang kurang baik dan keterbatasan akses internet, menghambat pemasaran produk seperti kacang umpet secara efektif. Melalui pelatihan ini, para anggota UMKM dibekali pengetahuan tentang pemasaran digital dan penggunaan media sosial seperti Facebook, Whatsapp, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Hasilnya, diharapkan UMKM Amanah dapat lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka.

**Kata Kunci:** UMKM, Digital Marketing, Sosial media, Media Promosi.

**ABSTRACT**

*This community service aims to enhance understanding and implementation of digital marketing among UMKM Amanah in Pacarejo Village, Gunung Kidul. The village faces challenges such as poor road access and limited internet connectivity, hindering effective marketing of products such as "kacang umpet." Through this training, UMKM members were equipped with knowledge of digital marketing and the use of social media platforms such as Facebook, Whatsapp, and TikTok to promote their products. As a result, it is expected that UMKM Amanah will become more active in utilizing digital technology to increase visibility and sales of their products.*

**Keywords:** *UMKM, Digital Marketing, Social Media, Promotional Media.*

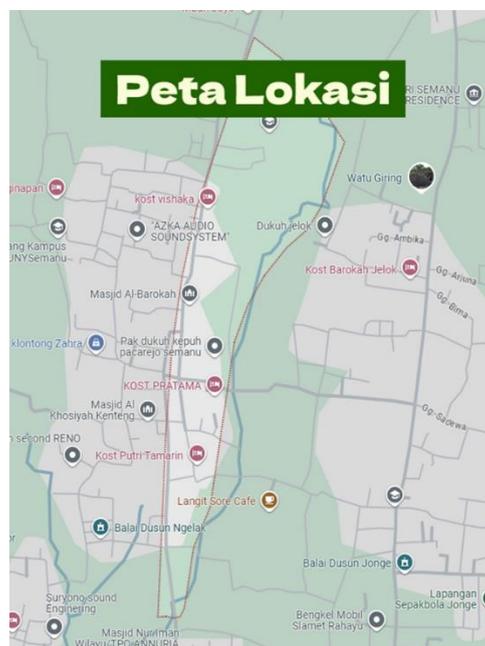
**PENDAHULUAN**

UMKM Amanah adalah salah satu mitra yang terletak di Pacarejo, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunung Kidul DIY. Akses jalan menuju desa masih dalam kondisi kurang baik dan belum layak, serta menyulitkan mobilitas masyarakat untuk keluar dan masuk desa. Selain itu, lokasi desa yang berada di wilayah pegunungan menjadikan akses internet cukup sulit dan sangat terbatas. Desa Pancarejo memiliki jumlah penduduk yang relatif sedikit, dengan hanya sekitar 50 kepala keluarga. Jumlah pemuda di desa juga terbatas, yang dapat mempengaruhi ketersediaan tenaga kerja produktif di masa depan. Meskipun demikian, masyarakat desa dikenal produktif dalam bidang pertanian dan perdagangan. UMKM Amanah menjual kacang umpet yang dimana memiliki berbagai macam rasa. Tetapi UMKM Amanah memiliki beberapa kendala yaitu dengan lokasi yang cukup jauh dari perkotaan, kurang berkembangnya produk di media sosial, akses jalan yang masih yang masih sulit. Dengan mata percaharian yang rata – rata seorang petani yang membuat UMKM Amanah kurang begitu paham di media sosial. Dilihat dengan zaman sekarang yang semua sudah menggunakan media sosial, UMKM Amanah belum sampai dengan mempromosikan produk nya di media sosial. Karenakan jika sebuah produk di pasarkan melalui media sosial lebih berpeluang besar dalam penjualan karenakan

masyarakat yang berada di luar Pacarejo bisa mengetahuinya. Akses Lokasi yang jauh dari perkotaan membuat masyarakat kurang mengetahui pentingnya media sosial dalam mempromosikan atau menjual sebuah produk. Oleh karena itu, kami ingin membuat UMKM Amanah mengerti akan hal digital marketing dan cara mengoperasikan media sosial untuk dapat mengembangkan produk kacang umpet yang dibuat oleh warga setempat agar dapat dipromosikan di media sosial. Terlebih lagi menurut Kurniawan & Asharudin berpendapat bahwa tidak semua umkm yang ada di Indonesia ini mampu mengubah pola pemikiran pemasaran menjadi pemasaran digital, perlu cermat dalam menggunakan media sosial untuk dijadikan sebagai pemasaran digital, karena esensinya dalam melakukan pemasaran digital harus mengerti target pasar usahanya sehingga target tersebut bisa mencapai dengan tujuan yang diharapkan.

Dilihat dengan zaman sekarang yang semua sudah menggunakan media sosial, UMKM Amanah belum sampai dengan mempromosikan produknya di media sosial. Karenakan jika sebuah produk dipasarkan melalui media sosial lebih berpeluang besar dalam penjualan karenakan masyarakat yang berada di luar Pacarejo bisa mengetahuinya. Akses Lokasi yang jauh dari perkotaan membuat masyarakat kurang mengetahui pentingnya media sosial dalam mempromosikan atau menjual sebuah produk. Oleh karena itu, kami ingin membuat UMKM Amanah mengerti akan hal digital marketing dan cara mengoperasikan media sosial untuk dapat mengembangkan produk kacang umpet yang dibuat oleh warga setempat agar dapat dipromosikan di media sosial. Melalui pengabdian inidiharapkan UMKM Amanah menjadi lebih baik daripada yang sebelumnya karena sudah mendapatkan pemahaman yang lebih pada pengelolaan digital marketing dan media sosial.

Peta Lokasi Pancarejo, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.



Pengabdian ini bertujuan adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Pacarejo, khususnya para anggota UMKM Amanah, mengenai digital marketing. Dengan pengetahuan ini, diharapkan mereka dapat memahami cara mempromosikan produk melalui media sosial dengan lebih efektif. Manfaat yang diharapkan adalah kemampuan untuk mengembangkan dan mempromosikan produk UMKM Amanah secara lebih luas melalui platform digital. Selain itu, masyarakat Pacarejo akan menjadi lebih sadar akan pentingnya digital marketing dalam menghadapi persaingan bisnis modern, sehingga mereka dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital untuk mendukung

pertumbuhan ekonomi lokal. Untuk membuat perubahan tentu harus di imbangi dengan peningkatan kualitas produk, ketersediaan produk, serta keaktifan produksi seluruh anggota UMKM Amanah.

## METODE PENELITIAN



### 1. Pra Kegiatan

Sebelum melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, ada beberapa perkumpulan untuk berdiskusi mengenai jadwal kegiatan yang akan dilakukan di sana. Pertemuan pertama membahas tentang tujuan dan lokasi yang akan dituju untuk sosialisasi ini. Pertemuan kedua membahas apa materi atau ilmu yang akan diberikan kepada warga setempat. Pertemuan ketiga membahas tanggal dan waktu pelaksanaan sosialisasi. Pertemuan ke-empat merupakan tahap final pra kegiatan dengan mematangkan rencana apa saja yang akan dilakukan pada sosialisasi tersebut.

### 2. Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dilakukan pada Selasa, 18 Juni 2024 berlokasi di Kepuh Pancarejo Semanu Gunung Kidul tepatnya dirumah Slamet Triyono selaku kepala dukuh. Persiapan kegiatan dilakukan pukul 08.00 yaitu perkenalan diri seluruh anggota kepada dukuh dan membahas materi yang sebelum dilaksanakan kegiatan. Pukul 09.00 mempersiapkan hal yang akan disampaikan selama kegiatan sosialisasi. Pukul 10.00 menata tempat untuk melaksanakan pengabdian dilanjut dengan gladi kegiatan agar seluruh anggota paham apa yang akan dilakukan saat sosialisasi. Pukul 11,00 melakukan istirahat sejenak sebelum melaksanan kegiatan sosialisasi. Pukul 12.00 melakukan salam salam dengan audiens sosialisasi yaitu ibu ibu UMKM Amanah, Pembukaan dilakukan oleh ketua Hafid Ilham Pratama kemudian disambung dengan perkenalan singkat seluruh anggota. Pukul 13.00 selesai menjelaskan materi, seluruh anggota mendampingi ibu ibu UMKM Amanah untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci. Pukul 14.00 kita melakukan kegiatan makan siang bersama keluarga pak dukuh dan ibu ibu UMKM Amanah. Pukul 15,00 seluruh anggota membereskan tempat kegiatan sosialisas dan istirahat. Pukul 15.30 pamit dan pulang.

### 3. Monitoring dan Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan pemberian materi tentang Pengelolaan Digital Marketing dan Media Sosial. Warga akan diberi tahu ilmu seputar E-Commerce place apa saja yang bisa digunakan untuk memasarkan produk mereka “Kacang Umpet”. Warga juga diberikan ilmu tentang penggunaan aplikasi “Canva”, dimaksudkan agar warga bisa tahu ilmu dasar design yang berguna untuk promosi produk mereka “Kacang Umpet” di aplikasi E-Commerce.



Gambar 1 Pemaparan materi mengenai digital marketing dan pemasaran melalui media sosial

### **Bentuk Sosialisasi**

Penyampaian sosialisasi digital marketing dan sosial media berbentuk PPT dan disampaikan oleh seluruh anggota. Kita tidak melakukan pelatihan membuat media sosial dan pembuatan toko e-commerce karena UMKM Amanah sudah memilikinya. Karena hal tersebut menfokuskan diri pada pengelolaannya saja. Saat dilapangan ditemukan permasalahan yaitu postingan yang kurang menarik. Oleh karena itu memperkenalkan aplikasi Canva untuk membuat poster untuk memperbagus postingan dan toko e-commerce. Sebelum pelatihan dimulai, para ibu-ibu UMKM Amanah harus menyiapkan email untuk membuat akun canva agar bisa menggunakan canva sebagai media untuk membuat poster umkm dan sebagainya. Maka dari itu, semua seluruh peserta harus melakukan pelatihan dan pengarahan ditempat agar para peserta ibu-ibu umkm Amanah bisa mengetahui dan mempraktikan secara langsung menggunakan canva.

#### **Tahapan Instalasi Canva**

Pada tahap permulaan latihan, dijelaskan tentang mengenai tentang instalasi Canva kepada Ibu-Ibu UMKM Amanah meliputi beberapa step yaitu:

1. Menginstall aplikasi Canva di Playstore
2. Membuka aplikasi Canva dan daftar menggunakan akun Google
3. Membuka lembar project baru untuk mendesain
4. Mencari template project poster
5. Mengganti beberapa elemen pada template poster umkm
6. Mengajari cara mengganti font yang ada dilembar project
7. Cara download hasil kerja logo umkm



Gambar 2 Pemberian materi tentang Aplikasi Canva

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Pelaksanaan**

Kegiatan program sosialisasi digital marketing dan pemasaran melalui media sosial pada UMKM Amanah dengan berupa produk “Kacang Umpet” yakni oalahan kacang berbalut kulit tepung yang digoreng sampai garing serta diberi lapisan bumbu bubuk perasa. Program sosialisasi ini dilaksanakan selama satu hari dengan diikuti oleh bapak Slamet Triyono selaku kepala padukuhan setempat beserta ibu-ibu dari UMKM Amanah yang berjumlah 15 orang. Program sosialisasi ini menghabiskan waktu tiga jam dan dilaksanakan di Dusun Pascarejo, Semanu, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Rangkaian pelaksanaan program ini dimulai dari pemberian materi mengenai digital marketing melalui media sosial berupa penggunaan video maupun foto agar bisa menciptakan konten yang menarik daya beli konsumen. Kegiatan program sosialisasi ini dilakukan di kediaman rumah bapak padukuhan setempat. Program sosialisasi diciptakan untuk memberi pedoman dan arahan kepada anggota UMKM Amanah mengenai pengenalan apa itu digital marketing dan pemasaran terhadap salah satu produk mereka yaitu “Kacang Umpet” yang nantinya bisa di promosikan melalui media sosial berupa iklan, endorsement, dan konten videp atau foto untuk bisa mendorong dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Media sosial yang dipilih dan sesuai dengan kondisi anggota UMKM Amanah diantaranya ada Facebook, Whatsapp, dan Tiktok. Kemudian ada juga pemberian arahan di media market place yakni tokopedia, shopee, dan juga TikTok Shop.

### **Hasil Tercapai**

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 18 juni 2024 di Desa Pacarejo yang terletak di Kabupaten Gunung Kidul mengenai sosialiasi penggunaan digital marketing dan pemasaran media sosial kepada UMKM Amanah, membuat masyarakat lebih mengetahui pentingnya akan digital marketing dan pemasaran menggunakan media sosial terutama terhadap produk UMKM Amanah. Kami juga mengajarkan salah satu aplikasi desain yaitu Canva yang bertujuan untuk membuat desain nya sendiri sehingga pada saat dipasarkan di media sosial menjadi lebih menarik dan tidak boring. UMKM Amanah mempunyai salah satu produk yaitu kacang umpet yang dapat dipasarkan lebih luas lagi melalui media sosial dan membuat desain sendiri untuk disebarakan lewat Instagram, Tiktok maupun Whatsapp, sehingga membuat masyarakat di luar Pacarejo bisa mengetahui produk kacang umpet tersebut.



Gambar 3 Praktek penggunaan Aplikasi Canva kepada ibu – ibu PKK UMKM Amanah

### **Potensi Keberlanjutan**

Aspek terpenting dalam program pengabdian masyarakat ini ialah potensi keberlanjutannya. Yang dimana UMKM Amanah diharapkan lebih maju lagi ketika sudah mengetahui cara pemasaran yang lebih luas lagi dengan memasarkan melalui media sosial. Lebih aktif dalam mempromosikan produk kacang umpet tersebut di media sosial dan memberikan desain semenarik mungkin pada saat membuat konten di media sosial. Berharap mampu lebih mensejahterakan UMKM Amanah yang di ikuti oleh ibu – ibu PKK melalui penjualan kacang umpet yang telah dipasarkan melalui media sosial.

Membuat UMKM Amanah yang di produksi oleh ibu-ibu PKK setempat aktif dalam bermedia sosial. Mulai membuat dan mempromosikan lebih aktif lagi melalui shopee, Instagram dan akun media sosial lainnya. Lebih rajin membuat konten atau foto – foto produk yang lebih menarik lagi agar dapat bersaing di dunia digital marketing terutama di media sosial.

### **KESIMPULAN**

Terselenggaranya program pengabdian masyarakat mengenai pentingnya akan digital marketing dan pemasaran melalui media sosial membuat masyarakat harus lebih memahami cara penggunaan media sosial terutama untuk kepentingan sebuah usaha dengan memasarkannya. Seiring perkembangan zaman masyarakat harus bisa mengoperasikan media sosial demi kepentingan pribadi maupun untuk kepentingan sebuah penjualan. Begitu pula dengan masyarakat Pacarejo terutama di UMKM Amanah yang terbilang cukup jauh dari kota tetapi akses internet sudah masuk bisa dimanfaatkan untuk memasarkan produk UMKM Amanah yaitu Kacang Umpet. Tidak sedikit masyarakat luar yang tidak mengetahui adanya kacang umpet tersebut, oleh karena itu diperlukan pemasaran melalui media sosial yang bertujuan untuk memasarkan kepada masyarakat di luar desa Pacarejo supaya mereka bisa mengetahuinya dan tertarik untuk membelinya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan pemasaran UMKM (Studi deskriptif kualitatif pada distro di Kota Surakarta). *Dutacom*, 9(1), 43-43.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 1-15.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.