

## Penerapan Pemasaran Digital (Shopee) Untuk Mempersiapkan para Pelaku UMKM Topi Desa Dukuhlo di Era 5.0

Nahdhifatun Az Zahra<sup>1</sup> Nur Ariesanto Ramdhan<sup>2</sup> Otong Saiful Bachri<sup>3</sup>

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhadi Setiabudi, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [nadhifatunazzahra@gmail.com](mailto:nadhifatunazzahra@gmail.com)<sup>1</sup> [ariesantoramdhan@gmail.com](mailto:ariesantoramdhan@gmail.com)<sup>2</sup>  
[otongsaifulbachriumus@gmail.com](mailto:otongsaifulbachriumus@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Dimulainya Era Society 5.0 telah mengubah cara bisnis bekerja, menggabungkan dunia fisik dan digital dengan teknologi seperti Internet of Things, AI, dan big data. Untuk tetap kompetitif dan berkelanjutan, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus menyesuaikan diri dengan era baru. Pemasaran digital sangat membantu UMKM mengoptimalkan operasi mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Ini adalah artikel tentang bagaimana UMKM dapat menghadapi tantangan Era 5.0 dengan menerapkan strategi pemasaran digital seperti e-commerce, media sosial, dan optimisasi mesin pencari (SEO). Artikel ini mengidentifikasi hambatan dalam adopsi digital melalui studi kasus dan literatur. Hambatan tersebut termasuk kekurangan pengetahuan teknologi, kekurangan infrastruktur, dan keterbatasan keuangan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa UMKM dapat meningkatkan penjualan, visibilitas merek, dan efisiensi biaya dengan alat digital yang tepat, memungkinkan mereka bersaing di pasar global. Jadi, transformasi digital UMKM adalah cara penting untuk mengatasi tantangan Era 5.0. Pemasaran digital dapat membantu UMKM berkembang di pasar domestik dan internasional dengan dukungan yang memadai.

**Kata Kunci:** UMKM, Pemasaran Digital, Era 5.0, Transformasi Digital, Teknologi

### Abstract

*The emergence of Society 5.0 has transformed business operations, integrating the physical and digital worlds through technologies such as IoT, Artificial Intelligence (AI), and big data. For Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), adapting to this new era is crucial to remain competitive and sustainable. Digital marketing plays a key role in helping MSMEs expand market reach, optimize operations, and enhance customer engagement. This article discusses the application of digital marketing strategies, such as the use of e-commerce, social media, and Search Engine Optimization (SEO), to assist MSMEs in facing the challenges of the 5.0 Era. Through a review of case studies and literature, this article identifies barriers to digital adoption, including technological knowledge limitations, inadequate infrastructure, and financial constraints. Despite these challenges, research shows that with the right digital tools, MSMEs can improve sales, brand visibility, and cost-efficiency, enabling them to compete in the global market. In conclusion, the digital transformation of MSMEs is a vital strategy to overcome the challenges of the 5.0 Era. With adequate support, digital marketing can help MSMEs thrive in both domestic and international markets.*

**Keywords:** MSMEs, Digital Marketing, 5.0 Era, Digital Transformation, Tecnology



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu pilar pendukung perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan memiliki kemampuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran. Perkembangan UKM menarik perhatian dari berbagai pihak, baik pemerintah maupun masyarakat umumnya, meskipun UKM memainkan peran penting dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi pendapatan nasional (GDP) dan ketahanan usaha kecil dan menengah

(UKM) terhadap berbagai ketidakpastian. Peranan UKM dalam ekonomi nasional dinilai secara strategis dan dianggap sebagai penyelamat krisis. Indonesia sejak tahun 1997 karena kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan kemampuan menyerap tenaga kerja, yang memungkinkan penurunan tingkat pengangguran dan kemiskinan. Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertumbuhan kepemilikan smartphone yang menyediakan kemudahan akses internet, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data, serta diluncur-kannya layanan 4G. Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat mobile (Utomo, 2016).

Digital marketing memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen karena biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu. Dengan digital marketing, bisnis dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen dengan lebih mudah. Di sisi lain, calon konsumen hanya dapat menjelajah dunia maya untuk menemukan dan mendapatkan informasi tentang produk. Keputusan pembelian yang dibuat oleh pembeli sekarang didasarkan pada hasil pencarian mereka. Digital marketing dapat menjangkau masyarakat di mana pun mereka berada tanpa batasan waktu atau lokasi. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa peluang belanja online di Indonesia sudah cukup meningkat, yang harus diimbangi oleh pengiklanan digital. Pengguna melakukan pemasaran online, yaitu melalui media sosial atau jejaring sosial. Para pelaku bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki kesempatan untuk memasarkan produk mereka karena kemajuan teknologi, terutama dunia digital dan internet. Digital marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang sesuai dengan situasi ekonomi saat ini. Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Twitter adalah platform yang sering digunakan untuk aktivitas digital marketing. Platform-platform ini memiliki fitur khusus yang memungkinkan perusahaan untuk memasarkan atau menjual barang dan jasa. Khususnya di Desa Dukuhlo ada suatu komoditas UMKM yang terletak disatu RW, yaitu RW 04 yang mayoritas penduduknya merupakan pelaku UMKM mikro pembuat barang berupa topi petani. UMKM topi petani ini mulanya hanyalah pekerjaan sampingan untuk mengisi waktu luang sembari mengasuh anak, namun siapa sangka justru menjadi kegiatan yang menghasilkan.

### **Tujuan Kegiatan**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Dukuhlo, Brebes, berikut adalah rumusan tujuan kegiatan Pemasaran Digital Bagi Para Pelaku UMKM:

1. Meningkatkan Pemahaman dan Keterampilan Digital: Membantu pelaku UMKM memahami konsep dasar pemasaran digital serta melatih mereka menggunakan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan SEO untuk promosi produk.
2. Memperluas Jangkauan Pasar: Mendukung UMKM dalam memperluas pasar dengan strategi pemasaran digital untuk menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal.
3. Mendorong Inovasi dan Daya Saing: Mendorong UMKM untuk mengembangkan strategi pemasaran inovatif agar dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan bersaing di pasar global.
4. Membangun Kemandirian Ekonomi Desa: Membuka peluang bisnis yang lebih luas bagi UMKM Desa Dukuhlo melalui pemasaran digital, membantu mewujudkan kemandirian ekonomi.

### **Solusi yang Diberikan**

Solusi yang ditawarkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Dukuhlo, Brebes, terkait dengan Digitalisasi Pemasaran UMKM adalah melalui pelaksanaan kegiatan sosialisai dan pendampingan intensif. Kegiatan ini akan dilakukan dalam bentuk workshop yang komprehensif, di mana para pelaku usaha akan diberikan penjelasan mendalam mengenai pentingnya pemasaran digital di era 5.0 agar bisa bersaing jejaring sosial, prosedur pengurusannya melalui E-commerce Shopee, serta manfaat yang dapat diperoleh dari pemasaran digital. Workshop ini juga akan mencakup sesi pendampingan langsung, di mana peserta akan dibimbing secara praktis untuk mengurus akun penjual di Shopee mereka, termasuk memahami dokumen-dokumen yang diperlukan dan cara mengisi formulir yang sesuai. Selain itu, dalam kegiatan ini, akan ditekankan pentingnya kepatuhan terhadap kebijakan E-commerce Shopee dan kewajiban responsif rutin terhadap konsumen untuk mencegah akun penjual diblokir, untuk menghindari risiko dan masalah administratif di masa depan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM Topi di Desa Dukuhlo dapat segera memahami dan memanfaatkan jejaring sosial secara optimal, sehingga usaha mereka dapat berkembang dengan mengikuti teknologi di era 5.0.

### **Hasil dan Manfaat**

Hasil yang diharapkan dari Pemasaran Digital UMKM adalah peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Dukuhlo dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Setelah mendapatkan instruksi dan dukungan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan teknik SEO untuk memperluas pasar mereka. Mereka juga belajar tentang strategi pemasaran berbasis data yang lebih baik. Hasil tambahan adalah peningkatan kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital, yang memungkinkan mereka bersaing di pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional. Program ini memiliki banyak manfaat bagi pelaku UMKM. Pertama, mereka memiliki kemampuan untuk meningkatkan visibilitas produk mereka melalui berbagai saluran digital, yang dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan. Kedua, program ini membantu UMKM mengurangi biaya pemasaran konvensional karena pemasaran digital menawarkan metode yang lebih murah dengan hasil yang lebih terukur. Ketiga, UMKM mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas, yang memungkinkan mereka untuk memperluas jaringan pelanggan mereka. Keterampilan baru ini juga memungkinkan UMKM untuk tetap berkembang dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar di era digital. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Dengan memperkuat usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Dukuhlo, program ini juga mendukung kemandirian ekonomi lokal.

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **Sasaran Kegiatan**

Sasaran kegiatan sosialisasi dan penerapan pemasaran digital di Desa Dukuhlo, Brebes, adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang belum paham akan pemasaran digital atau yang masih menghadapi kesulitan dalam proses pengajuan akun penjual di Shopee. Kegiatan ini ditujukan khususnya kepada para pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami pentingnya pemasaran digital dan manfaat yang dapat diperoleh dari pemasaran digital, serta kepada mereka yang membutuhkan bimbingan praktis untuk mengurus akun penjual melalui aplikasi Shopee. Dengan fokus pada kelompok UMKM di desa ini, kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan mereka agar dapat menjalankan usaha mereka secara offline dan online, memanfaatkan peluang yang ada, dan menghindari risiko serta masalah yang dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka.

### Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan sosialisasi dan penerapan pemasaran digital di Desa Dukuhlo, Brebes, dimulai dengan sesi pembukaan yang akan memperkenalkan tujuan dan pentingnya kegiatan ini kepada para peserta, yakni para pelaku UMKM setempat. Selanjutnya, kegiatan akan berlanjut dengan pemaparan materi mengenai apa itu Pemasaran Digital, manfaat yang dapat diperoleh, dan risiko yang mungkin timbul jika usaha tidak memiliki pemasaran secara Digital. Setelah pemaparan materi, peserta akan dibimbing melalui proses praktis pengurusan pembuatan akun penjual menggunakan aplikasi Shopee. Dalam tahap ini, peserta akan mendapatkan pendampingan langsung dalam mengisi formulir, menyiapkan dokumen yang diperlukan, dan memahami prosedur pengajuan pembuatan akun penjual di Shopee. Tahapan kegiatan kemudian diakhiri dengan sesi tanya jawab, di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan atau mengatasi kendala yang mereka hadapi dalam proses pengurusan pembuatan akun penjual di Shopee. Kegiatan ini diharapkan selesai dengan semua peserta memiliki pemahaman yang jelas dan beberapa bahkan dapat langsung memperoleh izin berjualan di Shopee tanpa harus menunggu 1x24jam untuk usaha mereka.

### Metode Pelaksanaan Kegiatan

Sosialisasi dan penerapan dilakukan pada hari sabtu tanggal 10 agustus 2024 pukul 15.30 WIB – 17.00 WIB. Untuk memastikan bahwa semua peserta memahami materi yang dibahas, kegiatan ini akan dimulai dengan ceramah yang memberikan informasi dasar tentang aplikasi Shopee, termasuk keuntungan dan risiko yang dihadapi jika tidak memiliki pemasaran digital. Setelah sesi ceramah, peserta akan diajak untuk berbicara, berbagi pengalaman, dan mengajukan pertanyaan yang terkait dengan kebutuhan mereka. Dengan menggabungkan kedua metode ini, diharapkan kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan hasil terbaik bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) di desa ini.



Gambar 1. Kunjungan ke Pelaku UMKM



Gambar 2. Pendataan Untuk Pembuatan Akun Penjual di Shopee



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program kerja “Pemasaran Digital bagi Para Pelaku UMKM” di Desa Dukuhlo menunjukkan bahwa para pelaku UMKM telah meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka. Setelah mengikuti instruksi dan pelatihan, UMKM berhasil membuat akun di platform e-commerce, memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk promosi, dan memahami pentingnya SEO untuk meningkatkan visibilitas online. Para pelaku UMKM juga mulai menerapkan strategi pemasaran konten yang lebih menarik dan interaktif untuk menarik konsumen lokal dan nasional. Beberapa usaha kecil dan menengah (UMKM) melaporkan peningkatan penjualan dalam beberapa minggu setelah program berakhir. Program ini menekankan pentingnya kemampuan pemasaran digital bagi UMKM di era Society 5.0. Pendekatan edukatif dan pendampingan intensif berhasil mengatasi tantangan awal yang dihadapi oleh UMKM, seperti kurangnya pemahaman terhadap teknologi digital dan keraguan dalam memanfaatkan media online. Namun, program ini juga menemukan bahwa pelaku UMKM membutuhkan pelatihan yang berkelanjutan agar mereka dapat terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren digital. Keberhasilan strategi pemasaran digital bergantung pada ketersediaan infrastruktur digital yang memadai, seperti akses internet yang stabil dan perangkat teknologi yang memadai. Secara keseluruhan, program ini berhasil menyediakan solusi jangka panjang bagi pelaku UMKM dengan digitalisasi pemasaran, yang memungkinkan mereka untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing mereka.

### Kebutuhan Pendampingan Berkelanjutan

Selama pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan penerapan pemasaran digital di Desa Dukuhlo, Brebes, beberapa temuan baru yang tidak terduga sebelumnya telah teridentifikasi. Temuan-temuan ini memberikan wawasan tambahan yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas program di masa mendatang dan menyoroti aspek-aspek tertentu yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

1. Pelatihan Lanjutan: Ada kebutuhan untuk pelatihan lebih mendalam tentang teknik pemasaran digital lanjutan seperti analitik data, pemasaran berbasis influencer, dan strategi konversi tinggi. Pelatihan ini membantu pelaku UMKM mengikuti tren terbaru dalam pemasaran digital dan mengoptimalkan strategi mereka.
2. Pelatihan Teknikal. Dukungan teknis berkelanjutan untuk mengelola platform e-commerce, media sosial, dan alat SEO. Bimbingan ini mencakup pemecahan masalah teknis, pembaruan fitur platform, dan adaptasi terhadap perubahan algoritma yang dapat memengaruhi kinerja pemasaran digital.
3. Konsultasi Tujuan. Kebutuhan akan konsultasi teratur tentang strategi pemasaran digital yang tepat, analisis data, dan perencanaan bisnis. Konsultasi ini membantu UMKM dalam merancang dan mengubah strategi pemasaran berdasarkan hasil analitik dan feedback pasar.
4. Dukungan Infrastruktur Pendampingan untuk mengatasi masalah infrastruktur seperti akses internet yang stabil dan perangkat teknologi yang memadai. Dukungan ini dapat mencakup bantuan dalam memperoleh perangkat yang diperlukan atau membantu meningkatkan kualitas akses internet di lokasi UMKM.
5. Update Tren dan Teknologi. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi tentang tren pemasaran digital dan teknologi terbaru. Ini membantu pelaku UMKM tetap relevan dan kompetitif dengan menerapkan strategi dan teknologi pemasaran terbaru.
6. Pengembangan dan Kreativitas Konten. Instruksi tentang cara membuat konten yang inovatif dan menarik untuk platform media sosial dan e-commerce. Ini termasuk instruksi

tentang cara membuat foto dan video produk yang berkualitas tinggi serta teknik copywriting yang efektif untuk menarik pelanggan.

7. Analisis Kinerja dan Evaluasi Pendampingan dalam melakukan analisis kinerja pemasaran digital secara teratur, termasuk penggunaan alat analitik untuk mengukur keberhasilan kampanye pemasaran. Evaluasi berkala ini membantu UMKM untuk menilai efektivitas strategi mereka dan membuat perubahan yang diperlukan.
8. Membangun Jaringan dan Berkolaborasi. Fasilitasi dalam membangun jaringan dan bekerja sama dengan pelaku UMKM lain, profesional pemasaran, dan pihak-pihak terkait dapat membuka peluang untuk bekerja sama, berbagi pengalaman, dan mendapatkan dukungan dari komunitas pemasaran digital. Dukungan Keuangan Bantuan dalam mendapatkan dana untuk investasi lebih lanjut dalam pemasaran digital, ini dapat mencakup bantuan dalam mengajukan proposal pendanaan atau mencari sponsor untuk mendukung upaya pemasaran.
9. Motivasi dan Kepemimpinan. Dukungan dalam membangun motivasi dan kepemimpinan bagi pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan mengikuti perkembangan pemasaran digital. Ini termasuk menyediakan sumber daya, webinar motivasi, dan pelatihan kepemimpinan untuk mengelola tim dan proyek pemasaran digital.

## **KESIMPULAN**

Tujuan utama dari Program "Pemasaran Digital bagi Para Pelaku UMKM" di Desa Dukuhlo telah tercapai: meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM tentang pemasaran digital. Melalui pelatihan dan bimbingan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas produk mereka dan memperluas jangkauan pasar. Pengetahuan yang lebih baik dan penggunaan teknologi digital telah menghasilkan peningkatan penjualan, interaksi pelanggan, dan kualitas konten yang diposting. Namun, pendampingan berkelanjutan diperlukan agar manfaat program ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Untuk membantu UMKM menghadapi tantangan yang mungkin muncul dan memanfaatkan peluang yang ada di dunia digital, kebutuhan akan pelatihan lanjutan, dukungan teknis, konsultasi strategis, dan pengembangan konten harus dipenuhi. Untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dari penggunaan pemasaran digital, juga diperlukan pembaruan informasi tentang tren dan teknologi, dukungan infrastruktur, dan akses ke sumber daya keuangan. Secara keseluruhan, UMKM di Desa Dukuhlo tidak hanya memperkuat persaingan di tingkat lokal tetapi juga mendapatkan peluang untuk bersaing di pasar yang lebih luas dengan dukungan dan pendampingan yang berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM ini dapat terus berkembang, berinovasi, dan memberikan kontribusi yang signifikan kepada ekonomi lokal dan nasional.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v1i1.256>
- Fachrina, R., & M.Nawawi, Z. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247-254. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.75>
- Islamiyah, A., Aisha Ramadhana I.S, Dian Safitri, Mega Cattleya P.A.I, & Dewi Puspa Arum. (2022). Sosialisasi Digital Marketing dan Pengaplikasian Shopee untuk Pelaku UMKM di Kelurahan Bendo. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.56855/income.v1i2.73>

- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkerru*, 1(1), 39-50. Retrieved from <https://jurnal.atidewantara.ac.id/index.php/singkerru/article/view/33>
- Munawarah, Munawarah, Sujono Sujono, Muhammad Al Ghozali, Ahmad Khusnul Hakim, and Laily Mufarrohah. "Pengoptimalan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Desa Sumberagung Melalui Platform Shopee". *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 1 (April 30, 2023): 19–23. Accessed September 5, 2024. [https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas\\_ekon/article/view/3361](https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/3361).
- Samsudin, A. ., Hidayat, R. ., Alfarizt, Z. ., Mitayani, I. ., Fazarina, H. ., Lubis, S. A. ., & Rosyda, S. N. . (2022). Pengaruh Strategi Digital Marketing dalam Keputusan Pembelian Produk Camille melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 10436–10447. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.10052>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>