



Sosialisasi Penggunaan Teknologi Digital dalam Memasarkan UMKM di Desa Simaninggir Kecamatan Sitahuis Kabupaten Tapanuli Tengah

Donny Salsabila Daulay ^{1*}, Adinda Elisabet ²

^{1,2} Universitas Graha Nusantara, Indonesia

Email : donnydauly@gmail.com *

Abstract, Socialization of the use of digital technology in marketing MSMEs aims to help MSME actors increase competitiveness and expand market reach. Through this socialization, the community is taught about understanding digital technology in facing the era of globalization and inspiring MSME actors to be more innovative in creating products and marketing strategies. After Simaninggir Village participated in the socialization of the use of digital technology, it is hoped that the community will be able to increase online marketing through social media such as Facebook, Instagram, WhatsApp, and TikTok which are often used every day.

Keywords: Digital Technology, MSME Marketing, online marketing

Abstrak, Sosialisasi penggunaan teknologi digital dalam memasarkan UMKM bertujuan untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Melalui sosialisasi ini masyarakat diajarkan tentang pemahaman teknologi digital dalam menghadapi era globalisasi dan menginspirasi pelaku UMKM untuk lebih inovatif dalam menciptakan produk dan strategi pemasaran. Setelah Desa Simaninggir mengikuti sosialisasi penggunaan teknologi digital diharapkan masyarakat mampu meningkatkan pemasaran secara online melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok yang sering digunakan sehari-hari.

Kata kunci: Teknologi Digital, Pemasaran UMKM, pemasaran online

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Desa Simaninggir merupakan salah satu desa di wilayah Tapanuli Tengah Sumatera Utara yang mayoritas penduduknya bergantung pada mata pencaharian tradisional, seperti pertanian, perkebunan, dan peternakan. Meskipun sumber daya alam di desa ini cukup melimpah, pengelolaan dan pemanfaatannya masih belum optimal. Hal ini menyebabkan pendapatan masyarakat cenderung rendah, serta tingkat kesejahteraan yang belum memadai. Sosialisasi penggunaan teknologi digital merupakan proses untuk mengenalkan, mengedukasi dan mendorong masyarakat agar memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam aspek pekerjaan terutama di desa Simaninggir. Sosialisasi ini juga penting untuk mendorong penggunaan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab serta mengurangi kesenjangan digital masyarakat di desa Simaninggir. Sosialisasi ini juga bertujuan untuk menginspirasi pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk dan strategi pemasaran di desa Simaninggir. Maksud dari sosialisasi penggunaan teknologi digital ini agar masyarakat di desa Simaninggir dapat memahami manfaat potensi serta risiko yang terkait

dengan teknologi digital dan meningkatkan keterampilan digital mereka untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Dalam konteks desa Simaninggir, penggunaan teknologi digital dalam memasarkan UMKM dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi berbagai masalah seperti ketidakstabilan perekonomian. Dengan memanfaatkan teknologi digital UMKM desa Simaninggir dapat meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja dan memperkuat perekonomian. Setelah Desa Simaninggir mengikuti sosialisasi penggunaan teknologi digital diharapkan masyarakat mampu meningkatkan pemasaran secara online melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok yang biasanya sering diakses dan digunakan sehari-hari. Berikut beberapa contoh usaha atau UMKM yang dimiliki oleh masyarakat desa Simaninggir :

1. Keripik singkong
2. Keripik talas
3. Kerajinan tangan dari benang wol
4. Nampan kayu
5. Anyaman dari bamboo

Dari hasil sosialisasi penggunaan teknologi digital dalam memasarkan UMKM di desa Simaninggir diharapkan masyarakat mampu merubah perekonomian melalui teknologi digital. Karena artikel ini fokus pada sosialisasi penggunaan teknologi digital dalam memasarkan UMKM sebagai salah satu cara strategis untuk meningkatkan cara mengelola usaha yang dimiliki masyarakat di desa Simaninggir. Dengan adanya sosialisasi ini masyarakat dapat mendorong pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Tiktok sebagai sarana promosi dan branding produk. Mengikuti sosialisasi ini tentunya memudahkan masyarakat untuk memasarkan dan memperkenalkan produk mereka, agar diketahui dan dikenal secara luas.

Tinjauan Pustaka

Secara umum, sosialisasi adalah proses belajar dan interaksi yang dilakukan seseorang sejak lahir hingga akhir hayatnya untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan masyarakat. Menurut Charlotte Buhler, sosialisasi adalah proses yang membantu anggota masyarakat untuk belajar dan menyesuaikan diri dengan cara hidup dan berpikir kelompoknya. Koentjaraningrat menyatakan bahwa sosialisasi adalah proses seorang individu dari masa kanak-kanak hingga dewasa untuk berkembang, berhubungan, mengenal, dan menyesuaikan diri dengan individu lain dalam masyarakat.

Manovich (2001) mendefinisikan teknologi digital adalah teknologi yang mengubah media dan data menjadi bentuk numerik atau kode digital, memungkinkan informasi untuk diproses dan dimanipulasi secara otomatis melalui perangkat lunak dan perangkat keras. Menurut William J. Michelle, teknologi digital adalah suatu bentuk teknologi yang memungkinkan informasi diolah disimpan, dan ditransmisikan dalam bentuk digital atau biner (0 dan 1), yang memudahkan akses dan distribusi informasi secara cepat dan akurat. Sedangkan Castells (2009) mengatakan bahwa teknologi digital menciptakan masyarakat jaringan atau (*network society*), di mana informasi dan komunikasi dapat diakses dan dibagikan dengan cepat melalui konektivitas digital seperti internet. Selain itu, Alvin Toffler menyatakan teknologi digital adalah bagian dari gelombang ketiga revolusi industri, di mana teknologi informasi menjadi tulang punggung aktivitas manusia dalam komunikasi, produksi, dan interaksi sosial.

Secara umum UMKM adalah singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah UMKM adalah usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu. Sudirman dan Kasmir (2010) menyatakan bahwa UMKM adalah usaha yang memiliki skala kecil dalam hal produksi, pendapatan, dan tenaga kerja. Meskipun demikian, UMKM memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan.

BPS (badan pusat statistik) mengatakan UMKM adalah usaha yang didasarkan pada skala dan pengelolaan yang lebih sederhana dibandingkan dengan perusahaan besar. Usaha ini dapat berupa industri, perdagangan, ataupun jasa, dengan kriteria tertentu dalam jumlah karyawan omset, dan aset yang terbatas. Sementara itu, Suryanto (2017) mengatakan bahwa UMKM adalah unit usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara, karena dapat menyerap tenaga kerja yang besar dan memproduksi barang serta jasa dengan skala yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Melalui sosialisasi ini masyarakat diajarkan tentang pemahaman teknologi digital dalam menghadapi era globalisasi dan menginspirasi pelaku UMKM untuk lebih inovatif dalam menciptakan produk dan strategi pemasaran.

2. METODE PELAKSANAAN

Proses pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk melibatkan masyarakat secara aktif, memberikan pengetahuan yang bermanfaat, dan mendorong perubahan positif dalam cara pandang dan tindakan terkait penggunaan teknologi digital dalam memasarkan

produk UMKM khususnya bagi masyarakat desa Simaninggir Kecamatan Sitahuis Kabupaten Tapanuli Tengah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sosialisasi penggunaan teknologi digital dalam memasarkan UMKM di desa Simaninggir berikut adalah hasil yang diperoleh :

1. Peningkatan pemahaman tentang digital marketing masyarakat memahami pentingnya teknologi digital seperti media sosial Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Tik tok dalam memperluas jangkauan pasar materi yang disampaikan mencakup cara membuat akun bisnis mengoptimalkan konten dan berinteraksi dengan pelanggan secara online.
2. Pelatihan praktis dan pembuatan akun digital para peserta UMKM diberikan pelatihan langsung untuk membuat akun media sosial khusus bisnis, mendaftarkan produk di *marketplace*, serta menyusun katalog produk digital dan strategi penetapan harga.
3. Peningkatan keterampilan konten kreatif sosialisasi menghasilkan peningkatan keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik dan inovatif, termaksud fotografi produk dengan cara yang unik atau estetik dan melakukan promosi melalui media sosial maupun secara langsung.
4. Penggunaan aplikasi teknologi digital UMKM diperkenalkan dengan aplikasi pendukung, seperti canva untuk desain promosi digital, WhatsApp bisnis untuk komunikasi dengan pelanggan ketika aplikasi analitik untuk memantau penjualan dan interaksi pelanggan seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Tiktok.
5. Jangkauan pasar yang lebih luas dengan, dengan pemahaman teknologi digital UMKM di desa dapat menjangkau pelanggan tidak hanya lokal tetapi juga nasional bahkan internasional.
6. Titik peningkatan penjualan hasil jangka pendek dari sosialisasi adalah peningkatan penjualan beberapa produk UMKM yang langsung memanfaatkan media sosial ini menjadi bukti efektivitas pemasaran digital.
7. Motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM yang semula kurang percaya diri mulai bersemangat untuk menerapkan teknologi digital dalam bisnis mereka, setelah melihat contoh nyata dari pemilik usaha lain yang melakukan usaha melalui media sosial.
8. Titik kolaborasi antar UMKM pelaku usaha mulai saling berkolaborasi baik dalam promosi bersama maupun dalam pengembangan produk yang lebih inovatif.

Pembahasan

Sosialisasi penggunaan teknologi digital ini dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan usaha seperti cara memasarkan produk melalui media sosial serta membuat kreativitas dan inovasi dalam bentuk produk usaha yang dibuat oleh masyarakat desa Simaninggir. Adapun pembahasan yang akan dilakukan dalam sosialisasi ini antara lain :

1. Peningkatan Pemahaman tentang Digital Marketing

Sosialisasi yang diselenggarakan berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Tik tok dianggap strategis, terutama karena kemudahan akses dan kemampuan menjangkau konsumen dengan lebih luas. Penyampaian materi tentang cara membuat akun bisnis, optimalisasi konten dan interaksi pelanggan online memberikan fondasi kuat bagi UMKM untuk memulai transformasi digital.

2. Pelatihan Praktis dan Pembuatan Akun Digital

Pendekatan langsung melalui pelatihan praktis menjadi salah satu kunci keberhasilan. Peserta UMKM tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga keterampilan teknis seperti membuat akun bisnis di media sosial, mendaftarkan produk di marketplace, serta menyusun katalog digital. Ini menunjukkan bahwa sosialisasi berbasis praktik lebih efektif untuk membangun kemampuan masyarakat dibandingkan hanya memberikan teori.

3. Peningkatan Keterampilan Konten Kreatif

Keterampilan membuat konten kreatif, seperti fotografi produk yang unik dan estetik, menjadi salah satu sorotan. Pelaku UMKM mulai memahami bahwa tampilan visual produk memiliki pengaruh signifikan terhadap daya tarik konsumen. Strategi ini dilengkapi dengan promosi melalui media sosial, yang memungkinkan pemasaran menjadi lebih interaktif dan menarik.

4. Penggunaan Aplikasi Teknologi Digital

Penggunaan aplikasi seperti canva, WhatsApp Bussiness dan alat analitik (Facebook, Instagram, dan TikTok) menjadi salah satu inovasi penting. Pengenalan aplikasi ini membantu UMKM dalam mendesain promosi, berkomunikasi dengan pelanggan, serta memantau perkembangan bisnis mereka sejarah *real-time*. Aplikasi ini memberikan efisiensi sekaligus meningkatkan profesionalisme UMKM dalam menjalankan bisnis.

5. Jangkauan Pasar yang Lebih Luas

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang teknologi digital, UMKM di desa Simaninggir mampu menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga tingkat nasional dan internasional. Hal ini menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha, terutama untuk produk khas desa Simaninggir yang memiliki nilai jual tinggi di pasar global.

6. Peningkatan Penjualan Sebagai Hasil Jangka Pendek

Peningkatan penjualan secara langsung setelah sosialisasi menjadi bukti nyata efektivitas *digital marketing*. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital memberikan dampak instan terhadap performa bisnis UMKM. Pengalaman ini juga menjadi motivasi bagi peserta lain untuk menerapkan strategi serupa.

7. Motivasi dan Kepercayaan Diri Pelaku UMKM

Sosialisasi dan pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan teknis tetapi juga membangun motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM. Mereka merasa lebih siap dan termotivasi untuk berkompetisi di pasar digital setelah melihat contoh sukses dari sesama pelaku usaha.

8. Kolaborasi Antar-UMKM

Program ini juga mendorong kolaborasi antar-UMKM, baik dalam hal promosi bersama maupun pengembangan produk. Kolaborasi ini memberikan nilai tambah karena memungkinkan pelaku usaha saling mendukung untuk mencapai tujuan bersama.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sosialisasi penggunaan teknologi digital dalam memasarkan UMKM di desa Simaninggir terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis para pelaku usaha. Peningkatan pemahaman mengenai pentingnya media sosial dan marketplace telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka, bahkan hingga ke tingkat nasional dan internasional. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga pelatihan praktis yang langsung diterapkan oleh peserta, seperti pembuatan akun bisnis, penyusunan katalog produk digital dan penggunaan aplikasi pendukung. Selain itu, sosialisasi ini turut meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam menciptakan konten yang menarik dan kreatif, yang mampu menarik minat pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi seperti canva dan WhatsApp business, para pelaku usaha kini lebih percaya diri dalam memasarkan produknya secara digital. Dampak langsung dari program ini

juga terlihat dari peningkatan penjualan beberapa produk UMKM, menunjukkan bahwa digital marketing adalah strategi yang efektif untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Transformasi ini tidak hanya berdampak aspek teknis tetapi juga pada mentalitas pelaku UMKM. Kepercayaan diri yang meningkat serta motivasi untuk berkembang menjadi dorongan besar bagi mereka untuk terus berinovasi. Kolaborasi yang mulai terjalin antar-pelaku usaha menunjukkan potensi besar dalam menciptakan sinergi untuk pengembangan bisnis. Dengan teknologi digital, UMKM di desa Simaninggir kini memiliki peluang yang lebih luas untuk bersaing secara berkelanjutan di pasar yang semakin kompetitif.

Saran

1. Agar hasil dari sosialisasi penggunaan teknologi digital bagi UMKM di desa Simaninggir dapat lebih optimal, diperlukan beberapa langkah lanjutan. Pertama, pelatihan digital marketing perlu dilakukan secara berkelanjutan dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Fokus pelatihan lanjutan dapat mencakup strategi pemasaran yang lebih spesifik, seperti pengelolaan iklan berbayar di media sosial, penguasaan analitik data dan optimasi mesin pencarian (SEO). Selain itu, pendampingan secara intensif juga diperlukan untuk membantu pelaku UMKM menghadapi tantangan teknis atau strategis yang mungkin muncul saat memanfaatkan teknologi digital.
2. Kolaborasi antar-pelaku usaha juga harus terus didorong, baik melalui pembentukan komunitas UMKM digital maupun kegiatan promosi Bersama. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memperkuat jejaring bisnis di kalangan pelaku usaha desa Simaninggir. Selain itu, perlu diadakan program pengenalan produk khas desa Simaninggir ke pasar yang lebih luas, termasuk pameran online atau *marketplace* yang fokus pada produk lokal. Kesadaran konsumen terhadap nilai produk UMKM juga perlu ditingkatkan melalui edukasi tentang keunggulan dan kualitas produk lokal.
3. Diharapkan kepada pemerintah setempat agar mendukung keberatan program ini. Pertama, pemerintah perlu menyediakan infrastruktur digital yang memadai, seperti akses internet yang stabil dan fasilitas pelatihan berbasis teknologi. Hal ini penting untuk memastikan pelaku UMKM dapat menggunakan teknologi digital secara maksimal. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan platform digital atau *marketplace* untuk memberikan pelatihan berskala besar, memperluas jaringan pemasaran UMKM.
4. Selain itu, pemerintah dapat membentuk lembaga pendamping UMKM berbasis desa yang bertugas memberikan bantuan teknis, pengelolaan pemasaran digital, serta pendampingan administrasi. Subsidi untuk peralatan teknologi, seperti kamera atau perangkat komputer,

juga bisa menjadikan bentuk dukungan konkret bagi pelaku usaha yang terbatas secara finansial. Terakhir, pemerintah perlu mengintegrasikan UMKM dalam program pembentukan ekonomi daerah, memastikan mereka mendapatkan akses ke peluang pendanaan dan kemitraan untuk mempercepat pertumbuhan usaha mereka di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Cut, D.M & rusma, S. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).
- Hestanto. (2021). Pemanfaat Digital Marketing oleh Pelaku UMKM.
- Khotimah, Sofiatul, Atiek Sri Purwanti, and Muhammad Taufiq. "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Dengan Marketing Digital Di Era Revolusi Industri 4.0".
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan.