

PEMBERDAYAAN UMKM KELURAHAN GAMER MELALUI DIGITALISASI MARKETING DALAM PROGRAM KULIAH KERJA NYATA

Dian Milasari¹⁾, Duta Bima Saputra²⁾, Serly Sairol Millah³⁾, Shafa Novidianti⁴⁾, Evita Shania⁵⁾, Arista Sapta Amanda⁶⁾, Galang Zara Sebastian⁷⁾, Anggita Safitri⁸⁾, Nikita Friska Aurelia⁹⁾, Aditya Khairun Nabil¹⁰⁾, Evrilia Zaza Syarnikova¹¹⁾, Hanun Mahdy Muhadzibzib¹²⁾

¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: mila.feunikal@gmail.com

²⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: dutabimasaputra@gmail.com

³⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: serlymillah04@gmail.com

⁴⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: novidiantishafa@gmail.com

⁵⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: evitashania@gmail.com

⁶⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: aristasaptaamanda@gmail.com

⁷⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: galangsebastian177@gmail.com

⁸⁾Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: anggitasafitri1810@gmail.com

⁹⁾Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: nikitafriska843@gmail.com

¹⁰⁾Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: adityakhairunnabil298@gmail.com

¹¹⁾Budidaya Perariran, Fakultas Perikanan, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: svarnikov@gmail.com

¹²⁾Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pekalongan, Pekalongan, Indonesia
Email: hanummahdiy2@gmail.com

Abstract

This article describes the introduction of digital marketing to MSME owners in Gamer village. Digital marketing strategy is known as digital marketing, which is a marketing method carried out with the help of digital tools, especially the internet and the various applications it contains and tools that support the use of these media. A marketing method that really makes it easy for sellers and buyers to make online transactions. The method used in this study is qualitative by using the data that has been obtained. The results of this study indicate that there are still many Gamer villagers who do not understand and need knowledge education about digital marketing as a marketing strategy for SMEs.

Keywords: MSME, Digital Marketing, Marketing Strategy.

Abstrak

Artikel ini menjelaskan tentang pengenalan digital marketing pada pemilik UMKM di kelurahan Gamer. Strategi pemasaran digital dikenal dengan istilah digital marketing, yaitu suatu metode pemasaran yang dilakukan dengan bantuan alat digital khususnya internet beserta berbagai aplikasi yang dikandungnya serta alat yang mendukung penggunaan media tersebut. Metode pemasaran yang sangat memberikan kemudahan bagi para penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi online. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan data-data yang telah diperoleh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warga Gamer masih banyak yang belum memahami dan perlunya pengetahuan atau edukasi mengenai digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Strategi Pemasaran.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi masyarakat, tetapi juga sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Dalam menghadapi dinamika ekonomi global dan perkembangan teknologi yang pesat, para pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan bersaing.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memanfaatkan digital marketing. Melalui pemasaran digital, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta mendorong peningkatan penjualan. Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengoptimalkan berbagai strategi promosi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang tersedia (Ratri, 2024).

Kelurahan Gamer merupakan salah satu dari tujuh kelurahan yang berada di Kecamatan Pekalongan Timur, Kota Pekalongan, dengan luas wilayah sekitar 4.525 hektar dan ketinggian antara 0 hingga 6 meter di atas permukaan laut. Di wilayah ini terdapat berbagai pelaku UMKM dengan beragam jenis usaha. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Gamer masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan potensi digital marketing. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital, khususnya terkait strategi pemasaran online, menjadi salah satu kendala utama yang menghambat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, minimnya akses terhadap pelatihan yang relevan serta keterbatasan infrastruktur teknologi turut

memperparah kondisi tersebut. Akibatnya, banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan media digital secara maksimal untuk mempromosikan produk mereka. Padahal, digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif karena memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen dan calon konsumen secara cepat dan luas melalui internet. Berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan media digital lainnya saat ini menjadi sarana populer dalam kegiatan pemasaran produk. Manfaat yang diperoleh dari penerapan digital marketing antara lain perluasan pangsa pasar, efisiensi biaya promosi, serta peningkatan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tema *Pemberdayaan UMKM Kelurahan Gamer melalui Digitalisasi Marketing* menjadi sangat relevan untuk dilaksanakan. Dalam kegiatan ini, mahasiswa bekerja sama dengan narasumber yang berasal dari dosen Universitas Pekalongan guna memberikan pendampingan dan edukasi terkait digital marketing kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Gamer. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif.

Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu bentuk nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan KKN, mahasiswa dituntut untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam kehidupan masyarakat secara langsung. KKN dilaksanakan secara interdisipliner, institusional, dan berbasis kemitraan, sehingga mampu memberikan solusi yang komprehensif terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Secara khusus, kegiatan Kuliah Kerja Nyata memiliki beberapa karakteristik utama, yaitu:

1. Keterpaduan antara unsur-unsur Tri Dharma Perguruan Tinggi, yakni pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

2. Pendekatan yang bersifat interdisipliner dan komprehensif dalam menyelesaikan permasalahan masyarakat.
3. Pelaksanaan kegiatan yang bersifat lintas sektoral dengan melibatkan berbagai pihak terkait.
4. Berdimensi luas, pragmatis, dan berorientasi pada pemecahan masalah nyata di masyarakat.
5. Melibatkan partisipasi aktif masyarakat sebagai subjek sekaligus mitra dalam proses pemberdayaan.

Dengan adanya kegiatan KKN ini, diharapkan tercipta sinergi antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan masyarakat dalam upaya meningkatkan kapasitas UMKM melalui pemanfaatan digital marketing, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan langkah awal yang dilakukan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program *Workshop Digital Marketing*. Pada tahap ini, tim mahasiswa Kuliah Kerja Nyata terlebih dahulu mengajukan permohonan izin kepada pihak Kelurahan Gamer sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan. Pengajuan izin tersebut bertujuan untuk memperoleh dukungan administratif serta memastikan ketersediaan sarana dan prasarana yang diperlukan selama kegiatan berlangsung.

Selain itu, mahasiswa juga melakukan koordinasi dan konfirmasi dengan narasumber yang akan menyampaikan materi dalam workshop. Narasumber dipilih berdasarkan kompetensi dan pengalaman di bidang digital marketing, khususnya dalam penerapannya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada tahap ini pula dilakukan penyusunan materi, penentuan waktu pelaksanaan, serta persiapan kebutuhan teknis seperti peralatan presentasi dan dokumentasi kegiatan.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Program “*Workshop Digital Marketing*” dilaksanakan pada hari Kamis, 19 Desember 2025, bertempat di Aula Kelurahan Gamer. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Gamer. Pelaksanaan workshop diawali dengan pembukaan oleh perwakilan mahasiswa KKN dan pihak kelurahan, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh narasumber.

Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta strategi pemasaran digital yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Setelah pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang memberikan kesempatan kepada peserta untuk berdiskusi secara langsung dengan narasumber mengenai permasalahan dan kendala yang mereka hadapi dalam pemasaran produk secara digital. Kegiatan workshop ditutup dengan sesi dokumentasi bersama sebagai bentuk laporan dan arsip kegiatan.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan *Workshop Digital Marketing* selesai dilaksanakan. Pada tahap ini, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata – Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat Universitas Pekalongan mengadakan rapat evaluasi internal. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program, mengidentifikasi kendala yang muncul selama kegiatan berlangsung, serta menilai tingkat partisipasi dan antusiasme peserta.

Hasil dari evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan perbaikan dan masukan untuk pelaksanaan program kerja selanjutnya agar dapat berjalan lebih optimal dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM di Kelurahan Gamer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan media internet untuk

mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan luas. Berbagai platform digital yang saat ini populer digunakan dalam kegiatan pemasaran antara lain Facebook, YouTube, Instagram, serta berbagai media sosial lainnya. Penerapan digital marketing memberikan beragam manfaat bagi pelaku usaha, di antaranya perluasan jangkauan pasar, peningkatan visibilitas produk, serta efisiensi biaya pemasaran dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (Munandar & Agustian, 2024).



Gambar 1. Pembukaan Workshop

Pada tingkat kelurahan, seperti di Kelurahan Gumer, para pelaku usaha masih sering menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan potensi digital marketing. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan terkait penggunaan perangkat digital serta strategi pemasaran berbasis online menjadi salah satu kendala utama yang menghambat daya saing usaha. Kondisi tersebut diperparah oleh minimnya akses terhadap pelatihan yang relevan serta keterbatasan infrastruktur teknologi pendukung, sehingga pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran belum berjalan secara optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN PPM) Kelurahan Gumer melaksanakan program *Workshop Digital Marketing* sebagai upaya memberikan edukasi dan peningkatan keterampilan kepada masyarakat, khususnya para pelaku UMKM setempat.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 18 Desember 2025, dan menjadi salah satu program kerja utama mahasiswa KKN PPM Kelurahan Gumer dalam rangka mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis digital.

Pelaksanaan *Workshop Digital Marketing* dilakukan melalui penyampaian materi secara interaktif dengan menggunakan media presentasi PowerPoint. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, teknik pembuatan konten sederhana yang menarik, serta pengenalan platform digital seperti WhatsApp Business dan berbagai marketplace. Penyampaian materi dikemas secara praktis dan aplikatif agar peserta dapat dengan mudah memahami serta langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan usaha mereka.

Selain penyampaian materi, kegiatan workshop juga dilengkapi dengan sesi praktik dan diskusi. Pada sesi ini, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya, berdiskusi, serta menyampaikan berbagai kendala yang mereka hadapi dalam memasarkan produk secara digital. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan mereka dalam mengikuti diskusi dan praktik langsung selama kegiatan berlangsung. Sebagai bentuk apresiasi dan untuk meningkatkan partisipasi peserta, mahasiswa KKN PPM Kelurahan Gumer memberikan hadiah kepada peserta yang aktif dan berpartisipasi secara optimal dalam kegiatan workshop.



Gambar 1. Workshop Digital Marketing

Melalui pelaksanaan *Workshop Digital Marketing* ini, diharapkan para peserta dapat memahami pentingnya pemasaran digital serta mampu mengimplementasikan strategi digital marketing secara mandiri. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM di Kelurahan Gamer.



Gambar 3. Penyampaian Materi

Berdasarkan hasil pelaksanaan program kerja *Workshop Digital Marketing*, diperoleh temuan bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil dan kelompok masyarakat sasaran masih belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Mayoritas peserta masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era digital masih relatif rendah.

Selama kegiatan *Workshop Digital Marketing*, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar pemasaran digital serta pentingnya penggunaan media sosial sebagai platform promosi yang efektif dan efisien. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan digital marketing, pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk kegiatan promosi, serta teknik dasar pembuatan konten pemasaran. Selain itu, peserta juga dibekali dengan panduan sederhana mengenai pengambilan foto produk yang menarik dan penyusunan deskripsi produk yang informatif, jelas, dan persuasif guna meningkatkan daya tarik konsumen.

Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap potensi media digital dalam mendukung aktivitas pemasaran. Peserta mulai menyadari bahwa pemasaran digital tidak hanya mampu memperluas jangkauan pasar, tetapi juga dapat meningkatkan citra produk serta memudahkan interaksi dengan konsumen. Antusiasme peserta tercermin dari keaktifan mereka dalam sesi diskusi dan praktik, serta dari berbagai pertanyaan yang diajukan terkait penerapan strategi digital marketing sesuai dengan jenis usaha masing-masing.

Program *Workshop Digital Marketing* ini dinilai sebagai langkah yang tepat dan relevan dalam upaya meningkatkan wawasan serta keterampilan masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha. Dengan adanya pembekalan ini, diharapkan peserta mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing produk, serta mendorong peningkatan pendapatan usaha, sehingga berkontribusi positif terhadap penguatan ekonomi masyarakat setempat.

KESIMPULAN

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan media internet untuk mempromosikan produk atau jasa sehingga dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara

cepat dan luas. Berbagai platform digital yang saat ini banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran antara lain Facebook, YouTube, Instagram, serta media sosial lainnya. Pemanfaatan digital marketing memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Program kerja “*Workshop Digital Marketing*” dilaksanakan pada hari Kamis, 18 Desember 2025, dengan sasaran utama para pelaku UMKM di Kelurahan Gamer. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep digital marketing serta mendorong pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif. Workshop dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi, dan praktik sederhana yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.

Berdasarkan hasil pelaksanaan program tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Gamer masih memiliki tingkat pengetahuan yang rendah mengenai digital marketing. Sebelum mengikuti workshop, para pelaku usaha umumnya belum memahami manfaat dan cara penggunaan media digital untuk kegiatan pemasaran, sehingga masih bergantung pada metode pemasaran tradisional. Oleh karena itu, pelaksanaan *Workshop Digital Marketing* dinilai sangat relevan sebagai langkah awal dalam meningkatkan literasi digital dan kesiapan pelaku UMKM untuk bersaing di era digital.

berbasis teknologi di Desa Bucor Kulon Kabupaten Probolinggo. 126–133.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqillah, M., Zidna, S., Nikhal, Z., Puspita, A., & Neuneu, D. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. 2(1), 109–118.
- Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh kreativitas UMKM serta kontribusinya di era digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia. 16(2), 82–88.
- Munandar, A., & Agustian, E. (2024). Peran mahasiswa KKN-T dalam mengedukasi digital marketing untuk pengusaha Desa Lembak. 5(4), 7902–7906.
- Ratri, P. E. (2024). Gotong royong PKM pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan UMKM