

Pelatihan Digital Marketing Dan Pembuatan Media Pemasaran Digital Pada UMKM YW Label

Muhamad Brilliant*¹, Iis Ariska Nurhasanah², Nizamiyati³

^{1,2,3}Institiut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung,
Jl. Raya Negeri Sakti No.16, Negeri Sakti, Kec. Gedong Tataan, Kabupaten
Pesawaran, Lampung 35366

e-mail: *muhamadbrilliant9393@gmail.com, iisariskanurh6@gmail.com,
nizam.sisteminformasi@gmail.com,

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran digital dan keberlanjutan bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Yasmin Wiwid Label. Melalui kerjasama antara Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung dengan UMKM Yasmin Wiwid Label, proyek ini difokuskan pada penyelenggaraan pelatihan pemasaran digital dan pembuatan sebuah website landing page khusus. Pelatihan tersebut memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada UMKM dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri, sementara website landing page disiapkan untuk meningkatkan kehadiran online mereka. Diharapkan bahwa inisiatif ini dapat membantu UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka, meningkatkan konversi penjualan, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Evaluasi lanjutan dan pengembangan strategi lebih lanjut direkomendasikan untuk memaksimalkan dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kata kunci: Pengabdian kepada masyarakat, Pemasaran digital, UMKM, YW Label

Abstract

This community service initiative aims to enhance digital marketing and business sustainability for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Yasmin Wiwid Label. Through a collaborative effort between the Diniyyah Lampung Institute of Technology and Business and MSME Yasmin Wiwid Label, the project focuses on providing digital marketing training and developing a dedicated website landing page. The training equips MSMEs with new knowledge and skills to independently manage digital marketing efforts, while the website landing page is designed to improve their online presence. The initiative seeks to broaden MSMEs' marketing reach, boost sales conversion, and foster sustainable business growth. Further evaluation and ongoing strategy development are recommended to maximize the impact of this community service endeavor

Keywords: Community Service, Digital marketing, MSMEs, YW Label

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat (*community service*) merupakan upaya dari perguruan tinggi atau para akademisi untuk berkontribusi secara langsung dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas tertentu (Efendi et al., 2023). Salah

satu aspek yang dapat diberdayakan melalui pengabdian kepada masyarakat adalah sektor ekonomi, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan (Halim, 2020).

Salah satu contoh UMKM yang bergerak di bidang *fashion* berbasis *eco-print* adalah Yasmin Wiwid (YW) Label. *Eco-printing* merupakan teknik pencetakan tekstil yang ramah lingkungan, menggunakan pewarna alami dari tanaman, bunga, dan daun untuk menciptakan pola pada kain (Masyarakat et al., 2021). Yasmin Wiwid Label berkomitmen untuk mempromosikan prinsip-prinsip *green economy* melalui pakaian dan aksesoris yang mereka tawarkan. UMKM ini menggunakan bahan-bahan organik dan daur ulang, serta menggali keunikan dari alam untuk menciptakan desain-desain yang kreatif dan berkelanjutan.

Meskipun Yasmin Wiwid Label memiliki produk yang unik dan sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan, tantangan tetap muncul dalam upaya memperkenalkan merek mereka kepada pasar yang lebih luas. Selama ini pemasaran yang dilakukan oleh Yasmin Wiwid Label adalah pemasaran konvensional dengan melakukan penjualan langsung secara *offline* dengan konsumen. Sementara itu persaingan di industri *fashion* sangat ketat, dan strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci keberhasilan dalam menjangkau konsumen yang tepat.

Dalam rangka memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM berbasis *green economy* seperti Yasmin Wiwid Label, dosen dan tim pengabdian kepada masyarakat dari perguruan tinggi bermitra dengan UMKM tersebut. Proyek pengabdian ini bertujuan untuk melakukan penguatan digital marketing bagi Yasmin Wiwid Label. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, penguatan digital marketing akan membantu UMKM ini untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar.

Strategi digital marketing dan pembuatan media pemasaran digital menjadi fokus dalam proyek ini. Tim pengabdian berupaya membantu Yasmin Wiwid Label dalam menciptakan kampanye pemasaran yang menarik, informatif, dan berdaya dorong untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk mereka yang ramah lingkungan. Dengan demikian, diharapkan terjadi peningkatan dalam jumlah pelanggan yang tertarik dan mendukung produk berbasis *eco-print* dari Yasmin Wiwid Label.

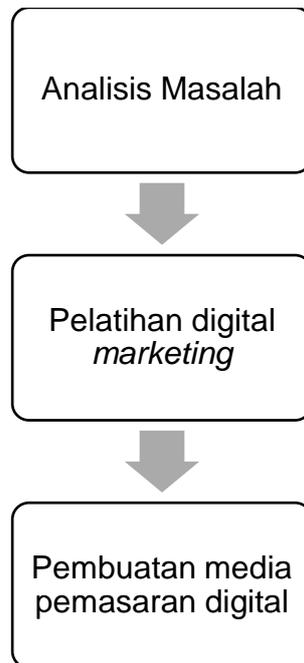
Selain itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada UMKM Yasmin Wiwid Label melalui transfer pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola digital marketing secara mandiri. Melalui pelatihan dan pendampingan, sementara itu pembuatan media pemasaran digital berupa *website* penjualan khusus untuk UMKM untuk memperkuat digital *branding* dan memperluas jangkauan penjualan konsumen Yasmin Wiwid Label. Diharapkan dengan kegiatan pengabdian ini, UMKM Yasmin Wiwid Label dapat memanfaatkan media digital, dan melakukan digitalisasi UMKM secara lebih efektif sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan.

Dengan demikian, proyek pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pelatihan digital dan pembuatan media pemasaran digital pada UMKM Yasmin Wiwid Label. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi UMKM ini dalam meningkatkan kinerja bisnisnya, sekaligus

berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan dan pelestarian lingkungan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan *double-helix*, kerjasama antara perguruan tinggi dan dunia usaha (Jayadi et al., 2023). Tahapan pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

Tahapan dimulai dengan analisis masalah pada UMKM Yasmin Wiwid Label, tim pengabdian melakukan wawancara kepada *owner* dan observasi langsung ke rumah produksi. Hasil dari wawancara terdapat beberapa temuan yaitu belum adanya kegiatan penguatan digital *marketing* yang dilakukan oleh pihak UMKM, selama ini pemasaran hanya dilakukan secara *offline*, pemanfaatan sosial media hanya pada media sosial instagram dan konten yang ditampilkan belum cukup menarik, serta belum mempunyai *website* khusus untuk penjualan dan *branding*.

Dari analisis masalah yang ditemukan maka tim melakukan kegiatan pertama yaitu pelatihan digital marketing, pelatihan yang dilakukan meliputi pembuatan konten media sosial yang baik, pemanfaatan influencer untuk pemasaran, edukasi tentang *echo-print* pada konten media sosial, cara membuat poster yang baik, pemanfaatan *canva*.

Selanjutnya adalah pembuatan media pemasaran digital berupa *Website Landing Page* yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Yasmin Wiwid Label. Landing page adalah sebuah halaman website yang dibuat khusus untuk tujuan marketing, baik berupa penjualan atau mengumpulkan data pengunjung.

Sebagai contoh, pada perusahaan penyedia layanan jasa, tampilan website yang pertama kali Anda lihat ketika membukanya berisi penawaran-penawaran tentang layanannya, hingga ke penjualan. Namun, informasi yang ditampilkan mengenai produk/layanan lebih singkat dan spesifik. Sehingga pengunjung lebih terfokus pada penawaran produk dan diharapkan dapat melakukan konversi berupa pembelian, berlangganan, dan sebagainya (Ambarsari et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya mengatasi tantangan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM Yasmin Wiwid Label, kami melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada penguatan digital marketing. Tahapan awal melibatkan analisis mendalam terhadap masalah yang dihadapi UMKM, melalui wawancara dengan pemilik usaha serta observasi langsung ke rumah produksi. Hasilnya mengungkapkan beberapa kekurangan, antara lain minimnya aktivitas pemasaran digital, ketergantungan pada pemasaran offline, dan kurangnya konten yang menarik di media sosial.

Berikut adalah dokumentasi dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Yasmin Wiwid Label.



Gambar 2. Observasi UMKM

Pada kegiatan observasi dan wawancara kami, kami mendapatkan kesempatan untuk melihat secara langsung proses produksi dan produk dari UMKM Yasmin Wiwid Label. Kami menyaksikan dengan seksama bagaimana bahan-bahan organik dan daur ulang dipilih dengan cermat untuk digunakan dalam pembuatan produk eco-print mereka. Selain itu, kami juga memperhatikan teknik eco-print yang digunakan dalam menciptakan pola unik pada kain menggunakan pewarna alami dari tanaman, bunga, dan daun. Proses ini menggambarkan komitmen UMKM Yasmin Wiwid Label dalam menghasilkan produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan memahami proses produksi secara langsung, kami dapat mengidentifikasi lebih jelas tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM ini dalam pemasaran produk mereka secara digital.



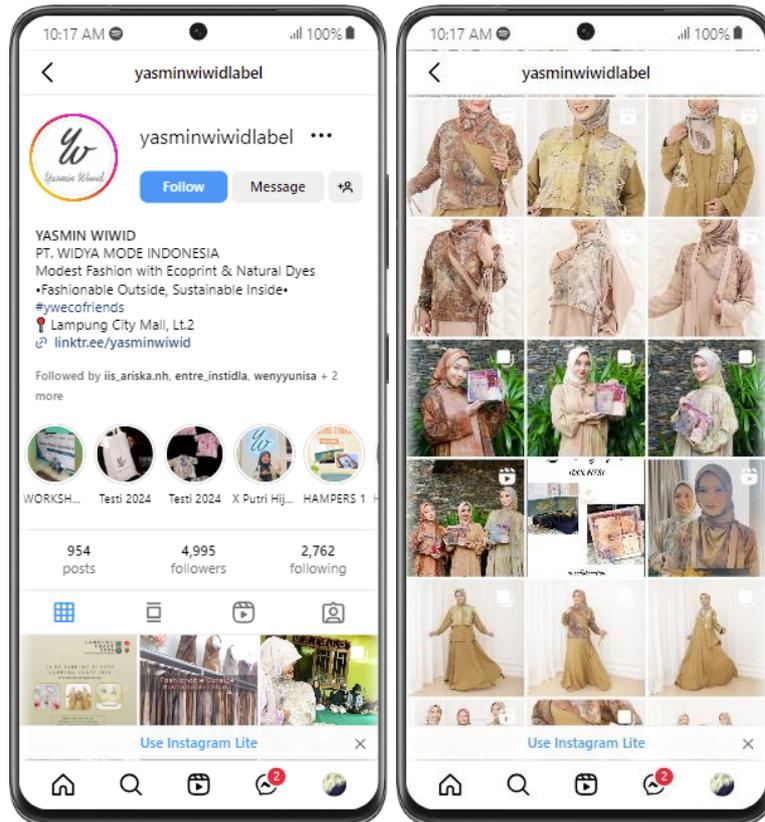
Gambar 3. Proses Produksi UMKM Yasmin Wiwid Label



Gambar 4. Produk UMKM Yasmin Wiwid Label

Kegiatan selanjutnya, kami menyelenggarakan pelatihan digital marketing yang intensif. Para peserta pelatihan, termasuk pemilik dan karyawan UMKM Yasmin Wiwid Label, diberikan pengetahuan dan keterampilan baru tentang pembuatan konten media sosial yang menarik, strategi pemanfaatan influencer, edukasi tentang eco-print dalam konten media sosial, serta teknik pembuatan poster yang efektif menggunakan alat seperti Canva. Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM agar mampu mengelola pemasaran digital secara mandiri dan efektif.

Berikut adalah hasil dari pelatihan digital marketing, seperti penataan ulang konten pada media sosial UMKM, pembuatan poster dengan CANVA, pemanfaatan influencer dalam digital marketing.



Gambar 5. Konten sosial media UMKM Yasmin Wiwid Label

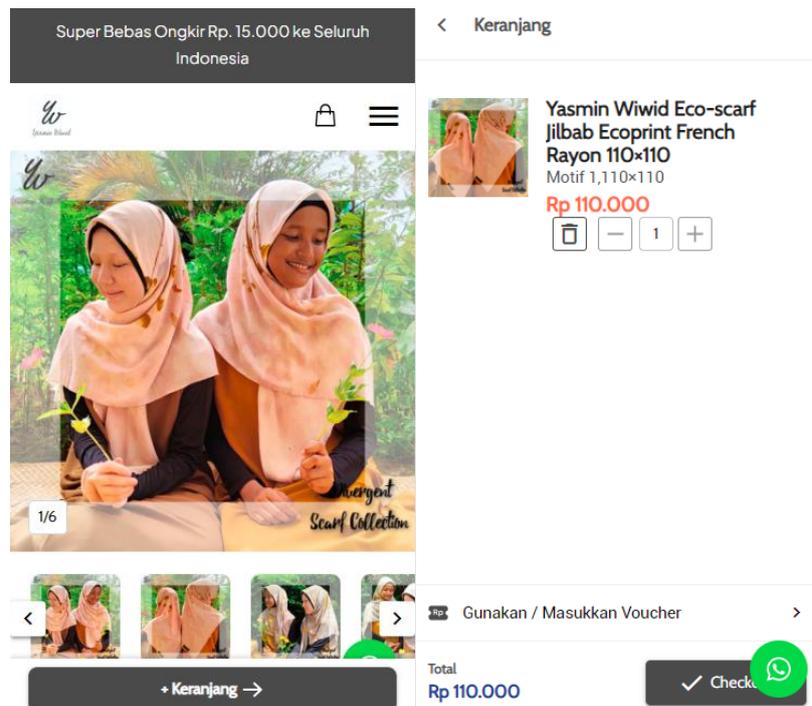
Tidak hanya itu, kami juga merancang dan mengembangkan sebuah website landing page khusus untuk UMKM Yasmin Wiwid Label. Landing page ini dipersiapkan untuk menyajikan informasi produk secara singkat, namun menarik bagi pengunjung. Diharapkan dengan adanya landing page ini, UMKM dapat lebih mudah memperluas jangkauan pemasaran mereka dan meningkatkan konversi penjualan.

Landing page yang kami rancang dan kembangkan khusus untuk UMKM Yasmin Wiwid Label dirancang dengan tujuan utama untuk menarik minat pengunjung sekaligus menyajikan informasi produk secara efektif. Desain landing page ini telah dipersiapkan dengan memperhatikan elemen visual yang menarik dan ringkas, sehingga pengunjung dapat dengan cepat memahami nilai dan keunikan produk yang ditawarkan. Selain itu, landing page ini juga dilengkapi dengan tautan yang jelas dan mudah diakses menuju halaman pembelian atau kontak, sehingga memudahkan pengunjung untuk melakukan tindakan lanjutan seperti pembelian produk atau menghubungi UMKM untuk informasi lebih lanjut. Kami percaya bahwa kehadiran landing page ini menjadi aset berharga bagi UMKM Yasmin Wiwid Label dalam memperluas jangkauan pemasaran mereka secara online dan meningkatkan tingkat konversi penjualan melalui platform digital. Berikut adalah hasil dari landing page yang dibuat oleh tim pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 6. Tampilan Halaman Home

Gambar 6 menampilkan halaman *home* dari aplikasi Yasmin Wiwid Label. Aplikasi yang dirancang memang menampilkan halaman seperti tampilan Mobile pada saat mengakses aplikasi Yasmin Wiwid Label. Ini dilakukan supaya aplikasi dapat berjalan di semua *platform device*.



Gambar 7. Tampilan Halaman Detail Produk dan Keranjang

Gambar 7 merupakan tampilan dari halaman detail produk dan keranjang. Calon pembeli dapat melihat detail produk dan kemudian dapat secara langsung melakukan pemesanan produk melalui *landing page* UMKM Yasmin Wiwid Label

KESIMPULAN

Berdasarkan Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami laksanakan pada UMKM Yasmin Wiwid Label telah memberikan hasil yang signifikan dalam memperkuat pemasaran digital dan meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka.
2. Melalui pelatihan digital marketing yang kami selenggarakan, UMKM ini berhasil memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang diperlukan untuk mengelola pemasaran secara efektif di era digital. Selain itu, dengan pembuatan website landing page khusus, UMKM Yasmin Wiwid Label kini memiliki platform online yang menarik dan informatif untuk menampilkan produk mereka kepada konsumen potensial.
3. Diharapkan dengan adanya inisiatif ini, UMKM Yasmin Wiwid Label dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka, meningkatkan konversi penjualan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Kesuksesan proyek ini juga menegaskan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi dan UMKM dalam menghadapi tantangan pemasaran modern dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penerapan strategi digital yang tepat.

SARAN

Untuk menutup kekurangan dalam pelaksanaan PKM ini dan meningkatkan efektivitasnya, saran untuk penelitian lebih lanjut mencakup studi kasus pada UMKM lain yang telah berhasil menerapkan strategi pemasaran digital dengan sukses. Analisis mendalam terhadap praktik terbaik dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM serupa dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan strategi pemasaran digital UMKM Yasmin Wiwid Label. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut ini dapat membantu dalam mengidentifikasi solusi yang lebih tepat dan berkelanjutan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam penerapan strategi pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih kepada UMKM Yasmin Wiwid Label atas kerjasama dan kesempatan yang diberikan untuk bekerja sama dalam proyek ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan

kepada tim pengabdian, dosen pembimbing, dan seluruh pihak terkait di Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung atas dukungan dan bimbingan yang diberikan selama proses pelaksanaan proyek ini. Semua kontribusi dan kerjasama yang diberikan sangat berarti bagi keberhasilan proyek ini. Terima kasih atas dedikasi dan kerja keras semua pihak. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi UMKM Yasmin Wiwid Label dan masyarakat sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Ambarsari, L. S., Puspitasari, W., & Syahrina, A. (2021). Perancangan Modul Landing Page Dan Pembayaran Pada Website Pahamee Tentang Kesehatan Mental Menggunakan Metode Extreme Programming. *EProceedings of Engineering*, 8(5). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/15780>
- [2]. Efendi, S., Kasih, D., Taran, J. P., Ziadi, F., Noviana, S., Aunina, Y., Mustaqin, H., Meliawati, Arita, P., Junaida, R., & Sari, S. P. (2023). Otimalisasi Pengabdian Masyarakat Melalui Program KPM di Gampong Blang Puuk Kulu Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. *BEGAWA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 43–52. <https://doi.org/10.62667/BEGAWA.V1I2.20>
- [3]. Halim, A. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- [4]. Jayadi, A., Donny, R., Saputra, A., Sofyan, A. T., Hidayat, S., Studi, P., Pembangunan, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., Cordova, U., & I. A. (2023). STRATEGI PROMOSI PROGRAM STUDI MELALUI PENDEKATAN KOLABORATIF. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 80–91. <https://doi.org/10.37479/JKEB.V16I2.23280>
- [5]. Masyarakat, J. P., Darmayanti, N., Manaf Dientri, A., Fauziyah, N., & Pratiwi, N. (2021). Ecoprint Inovasi Baru Batik lokal Ramah Lingkungan. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 8–14. <https://doi.org/10.36456/EKOBISABDIMAS.2.2.4847>