

STRATEGI PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN IKLAN DIGITAL UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN KOMODITAS LOKAL DI KECAMATAN KAYEN

Eko Prasetyo[✉], Adhi Priyanto, Sthepanus Widjaja

STMIK AKI, Pati, Indonesia

Email: 1pras1406@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol5No2.pp157-162>

ABSTRACT

Entrepreneurs are individuals or groups engaged in business activities to produce goods or services. To increase product visibility, they need to implement marketing strategies, including the use of digital media. However, many UMKM actors in Kayen District, Pati Regency, still rely on manual marketing methods or word-of-mouth promotion. To address this issue, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) of STMIK AKI Pati organized a digital marketing training program for local UMKM. The goal is to enhance their ability to market their products or services effectively through digital platforms. The training is conducted in three stages: first, introducing the basic concepts of digital marketing; second, teaching participants how to use graphic design software such as Canva and Photoshop to create logos and promotional flyers; and third, guiding them on how to register and use e-commerce platforms like Shopee and Tokopedia, as well as how to advertise effectively on social media. This program aims to help UMKM actors in Kayen understand the importance of digital marketing and develop more effective strategies to promote and sell their products online.

Keyword: Digital Marketing, E-Commerce, Photoshop, Canva.

ABSTRAK

Pelaku usaha adalah individu atau kelompok yang menjalankan kegiatan usaha untuk menghasilkan barang atau jasa. Agar produk mereka dikenal luas, pelaku usaha perlu melakukan pemasaran, termasuk melalui media digital. Namun, di Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati, masih banyak pelaku UMKM yang memasarkan produk secara manual atau hanya dikenal dari mulut ke mulut. Untuk mengatasi hal ini, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) STMIK AKI Pati menyelenggarakan kegiatan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM setempat. Tujuannya adalah meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk atau jasa mereka. Pelatihan ini mencakup tiga tahapan: pertama, pengenalan konsep dasar digital marketing; kedua, pelatihan penggunaan software desain grafis seperti Canva dan Photoshop untuk membuat logo dan pamflet promosi; dan ketiga, pelatihan penggunaan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, serta strategi periklanan di media sosial. Diharapkan, melalui kegiatan ini pelaku UMKM dapat memahami pentingnya promosi digital dan mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan modern.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, E-Commerce, Photoshop, Canva.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah pedesaan (Maulida Sari & Setiyana, 2020). Hal ini disebabkan oleh

kebutuhan modal yang relatif kecil namun memiliki potensi keuntungan yang cukup besar jika dikelola secara tekun dan konsisten. Selain itu, UMKM juga memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Sektor ini menjadi salah satu kontributor terbesar dalam pembentukan

Produk Domestik Bruto (PDB) serta berperan penting dalam mengatasi berbagai permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bersaing. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, yang dikenal dengan istilah digital marketing (Maulida Sari & Setiyana, 2020; Naimah et al., 2020). Pemasaran digital merupakan bentuk promosi yang dilakukan melalui media berbasis digital, terutama internet, yang saat ini menjadi sarana paling dominan dalam menjangkau konsumen(Maharani et al., 2020).

Berbagai platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook, kini menjadi sarana efektif bagi pelaku UMKM dalam mempromosikan produk. Melalui media tersebut, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk secara lebih luas, dengan biaya promosi yang lebih efisien. Strategi seperti pembuatan pamphlet digital (Yahya et al., 2020) yang menarik serta pemanfaatan layanan iklan (ads) dalam media sosial menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pemasaran era digital (Jamaluddin et al., 2025; Maharani et al., 2020; Maulida Sari & Setiyana, 2020; Naimah et al., 2020; Susanti, 2020). Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran produk UMKM di era digital, diperlukan adanya pelatihan yang tepat. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta keterampilan praktis kepada pelaku UMKM dalam merancang promosi digital, mulai dari pembuatan desain, pemanfaatan e-commerce, hingga pengelolaan iklan di media sosial. Diharapkan melalui pelatihan ini, para pelaku UMKM mampu memperluas jangkauan pemasaran produk mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan.

TUJUAN DAN MANFAAT

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi nyata kepada pelaku usaha kecil dalam mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan teknologi informasi,

khususnya dalam praktik pemasaran digital (digital marketing). Adapun tujuan khusus dari kegiatan ini adalah:

- a. Menciptakan pelaku UMKM yang produktif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi modern.
- b. Memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku usaha kecil mengenai pentingnya pemasaran digital serta dampaknya terhadap pertumbuhan dan pengembangan usaha.
- c. Mengajarkan secara langsung cara penerapan pemasaran digital melalui media sosial dan berbagai platform e-commerce, sehingga pelaku UMKM mampu memasarkan produknya secara lebih efektif dan efisien.

Selain itu melalui kegiatan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada para pelaku UMKM, antara lain:

- a. Meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran.
- b. Membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar secara online dengan biaya yang lebih hemat.
- c. Menumbuhkan kemandirian dan kreativitas pelaku UMKM dalam membangun brand dan daya saing produk di tengah persaingan pasar digital.
- d. Mendorong terciptanya ekosistem usaha yang berbasis teknologi dan informasi di tingkat lokal, khususnya di Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati.

METODE PELAKSANAAN

Agar kegiatan lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LP2M) di kecamatan kayen dapat berjalan dengan lancar, maka diterapkanlah metode pemaparan yang bervariasi. adapun tahapan kegiatan yang harus dijalankan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a. Mengunjungi kantor kecamatan Kayen guna melakukan survei lokasi yang akan digunakan untuk tempat pelatihan

- b. Penyusunan proposal untuk pengajuan kegiatan penelitian
 - c. Mengurus perizinan guna melakukan kegiatan di kantor kecamatan Kayen
 - d. Melakukan tahap pemetaan dan analisis awal agar guna mencari indikator kesuksesan dalam jalannya kegiatan. diketahui bahwa peserta kegiatan berjumlah 20 peserta, dari data tersebut masing-masing mahasiswa pun diberi penugasan untuk mempersiapkan peralatan yang sekiranya dibutuhkan dalam kegiatan dan wajib mendampingi peserta selama proses jalannya kegiatan dalam kurun waktu 2 hari.
 - e. Persiapan materi utama dan berbagai peralatan seperti: Laptop, instalasi software photoshop, kabel roll, ATK, dll untuk mendukung jalannya kegiatan di kantor Kecamatan Kayen.
 - f. Mengecek lokasi secara langsung dan melakukan koordinasi dengan pihak Kecamatan Kayen terkait kegiatan LP2M.
2. Tahap Pelaksanaan
- a. Registrasi dan konfirmasi kedatangan peserta ke lokasi pelatihan
 - b. Melakukan pembukaan acara yang diawali oleh Ketua dan Wakil Ketua STMIK AKI Pati dan dilanjutkan sambutan dari Perwakilan Kantor Kecamatan Kayen.
 - c. Melakukan sesi foto bersama antara Dosen dan Mahasiswa STMIK AKI Pati dengan Perwakilan dari kantor Kecamatan Kayen
 - d. Menyampaikan materi kepada para peserta pelatihan. Penyampaian materi dibagi dalam dua hari, hari pertama menyampaikan tentang digital marketing dan pengenalan desain dengan menggunakan Adobe Photoshop. Pada materi desain dijelaskan tentang apa itu Photoshop, penjelasan mengenai berbagai fitur serta tool yang terdapat di dalam aplikasi tersebut, dan penggunaan photoshop untuk membuat desain logo, banner ataupun pamphlet. Pada hari kedua materi tentang registrasi e-commerce, yang

digunakan sebagai contoh adalah shopee karena lebih mudah digunakan dan tidak asing bagi masyarakat umum. Selama pelatihan singkat tersebut setiap peserta akan didampingi oleh mahasiswa dan hal itu dilakukan selain untuk membantu peserta jika ada kesulitan dalam mendesain atau tidak mengerti tentang materi yang dijelaskan, hal tersebut dapat melatih mahasiswa itu sendiri untuk menunjukkan hasil belajar mereka selama menjadi mahasiswa di STMIK AKI Pati.

- e. Penutupan acara pelatihan dan penyerahan kenang-kenangan dari STMIK AKI Pati kepada Perwakilan Kantor Kecamatan Kayen

3. Tahap Evaluasi

Selama tahap evaluasi, Tim LP2M berupaya mengidentifikasi kekurangan atau kelemahan yang terjadi selama pelaksanaan pelatihan, agar dapat menjadi bahan untuk merumuskan dan melaksanakan kegiatan pengabdian selanjutnya. Langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi:

- a. Mengadakan sesi tanya jawab dengan peserta pelatihan terkait penyampaian materi, proses pembuatan desain hingga tahap uggah dan registrasi promosi ke toko online dan media sosial untuk mendapatkan umpan balik. Pada sesi ini, peserta dapat mengajukan pertanyaan mengenai materi, penggunaan perangkat lunak, dan proses pembuatan desain, sehingga dapat diperoleh gambaran tentang penguasaan atau tingkat kesulitan dalam proses pembuatan desain.
- b. Mengamati dan menganalisis hasil desain peserta dalam bentuk pamphlet, apakah sudah sesuai dengan arahan instruktur. Evaluasi mencakup kesesuaian tampilan grafis pamphlet dengan produk/jasa yang dipromosikan oleh UMKM, serta konten tulisan yang harus bersifat informatif dan menarik bagi konsumen dari segi harga/paket, pengiriman, kemasan, layanan/garansi, dan lainnya.

4. Tahap Pembuatan Laporan

- a. Langkah pertama adalah menyusun laporan yang rinci dan komprehensif mengenai kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan. Laporan ini mencakup pembahasan latar belakang masalah, metodologi penelitian yang digunakan, deskripsi pelaksanaan, pembahasan hasil kegiatan serta dampaknya bagi masyarakat, saran untuk perbaikan di masa mendatang serta ringkasan dari keseluruhan kegiatan dan hasil yang dicapai.
- b. Selanjutnya, hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat didokumentasikan dalam bentuk artikel ilmiah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan di Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati, berjalan dengan lancar dan mendapatkan antusiasme tinggi dari para peserta. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi dasar mengenai konsep dan manfaat digital marketing dalam pengembangan usaha.



Gambar 1. Sambutan dan Pembukaan

Setelah itu, peserta diajak untuk memperkenalkan bentuk usaha yang mereka jalankan. Dari hasil interaksi ini ditemukan bahwa peserta berasal dari beragam latar belakang usaha, seperti penjual bakso, jasa laundry, penjahit, penjual makanan ringan, dan berbagai jenis usaha kecil lainnya. Untuk menyesuaikan dengan kebutuhan peserta, tim pelaksana memberikan sejumlah tips praktis dalam mengembangkan usaha mereka melalui media digital. Selanjutnya, pelatihan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu

penggunaan platform e-commerce, pelatihan desain pamphlet digital, dan pembuatan iklan promosi melalui media sosial.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan

Platform e-commerce yang direkomendasikan dalam pelatihan adalah Shopee, mengingat popularitasnya yang tinggi dan fitur-fiturnya yang mudah digunakan oleh pemula. Shopee dinilai sangat membantu peserta dalam memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan potensi penjualan produk mereka. Pada sesi pelatihan desain grafis, digunakan aplikasi Adobe Photoshop. Meskipun aplikasi ini membutuhkan perangkat dengan spesifikasi yang tinggi, namun kualitas desain yang dihasilkan lebih baik dan profesional. Terakhir, peserta dilatih membuat desain pamphlet digital yang menarik sebagai media promosi produk mereka.



Gambar 3. Pendampingan Peserta UMKM

Untuk memperkuat promosi di media sosial, pelatihan juga mencakup pembuatan video pendek menggunakan platform TikTok. Dalam sesi ini, peserta diajarkan strategi membuat konten yang berpotensi masuk ke For Your Page (FYP),

serta berbagai tips agar video mendapatkan banyak interaksi berupa views dan likes. Hal ini bertujuan agar produk peserta lebih dikenal oleh khalayak luas secara cepat dan efisien.



Gambar 4. Pembuatan Pamflet

Selama dua hari pelatihan, seluruh materi telah disampaikan secara komprehensif. Mahasiswa dari STMIK AKI Pati turut berperan aktif dalam mendampingi dan membimbing peserta, sehingga materi dapat dipahami dengan baik. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta tentang pemasaran digital, tetapi juga membuka wawasan baru terkait potensi pengembangan bisnis melalui teknologi informasi.



Gambar 5. Hasil Pamflet

Diharapkan, melalui pelatihan ini para pelaku UMKM di Kecamatan Kayen dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk memperkuat usaha mereka, meningkatkan daya saing, serta mencapai keuntungan yang lebih baik di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di Kecamatan Kayen, Kabupaten Pati, telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan

memberikan dampak positif bagi peserta. Kegiatan ini menunjukkan bahwa konsep pemasaran berbasis digital sangat relevan untuk diperkenalkan kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah, yang selama ini masih banyak mengandalkan sistem promosi konvensional. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memahami pentingnya digital marketing dalam meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis, seperti membuat desain promosi menggunakan aplikasi Photoshop, memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee, serta mengelola konten promosi melalui media sosial seperti TikTok. Penggunaan teknologi grafis diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual produk UMKM dan membantu membangun identitas merek yang kuat.

Respon positif dan antusiasme tinggi dari peserta menunjukkan bahwa program ini tepat sasaran dan dibutuhkan. Selain memberi manfaat langsung bagi peserta, pelatihan ini juga menjadi pengalaman berharga bagi dosen dan mahasiswa dalam proses pengabdian kepada masyarakat. Ke depan, program serupa perlu dikembangkan lebih lanjut dengan cakupan materi yang lebih luas, termasuk strategi pemasaran online yang lebih mendalam, agar UMKM mampu berkembang secara berkelanjutan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Jamaluddin, Harianja, E. J. G., Saragih, R. I., Nainggolan, R., Purba, E. N., Napitupulu, J., Manalu, D. R., Hutapea, M. I., Siringoringo, R., Perangin-angin, R., & Lumbantoruan, G. (2025). Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal di Kecamatan Girsang Sipangan Bolon. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 5(1), 39–42.
- Maharani, A., Mariyam, D., Ardingtyas, T., & Ratnaningsih, E. (2020). *Pelatihan Pembuatan Iklan Untuk Mempromosikan Produk Kopi Melalui Digital Marketing di Desa Balesari*. 1(1), 24–28.
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti*

- Teuku Umar*, 2(1), 63.
<https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39.
<https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36.
<https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Yahya, F., Hermansyah, H., Syafruddin, S., Fitriyanto, S., & Musahrain, M. (2020). Pelatihan Desain Grafis Untuk Kelompok Pemuda Kreatif Desa Gontar Kecamatan Alas Barat Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2).
<https://doi.org/10.29303/jppm.v3i2.1858>