

**SOSIALISASI MENGOPTIMALKAN TEKNOLOGI DIGITAL DAN  
PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL ON-LINE UNTUK  
PEMASARAN PRODUK DI LINGKUNGAN MASYARAKAT  
UMKM DI KELURAHAN BINJAI ESTATE, KOTA BINJAI**

**Diana Suita<sup>1</sup>, Liza Fitriana<sup>2</sup>, Haida Dafitri<sup>3</sup>, Calvin Chiuloto<sup>4</sup>, Johan Oberlyn  
Simanjuntak<sup>5</sup>, Simon Petrus Simorangkir<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Harapan (UNHAR) Medan

<sup>5</sup>Universitas HKBP Nommensen Medan

<sup>6</sup>Universitas Asahan (UNA), Kisaran

E-mail: [dns1301@gmail.com](mailto:dns1301@gmail.com)

ARTICLE INFO

**Article history:**

Received :20-03-2025

Revised :03-04-2025

Accepted: 14-04-2025

**Kata Kunci:** UMKM,  
Pemasaran, Teknologi  
Digital

**DOI:** <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

*The purpose of this community service is to discuss optimizing digital technology and implementing online digital marketing to maximize product marketing in the UMKM community in Binjai Estate sub-district. The benefits of this socialization activity are: 1) How to understand UMKM actors about effective marketing strategies that are in accordance with current developments. 2) Encourage the use of social media as a means of promotion and interaction with consumers more widely and efficiently. 3) Introduce the use of websites as professional marketing media to increase trust and market reach. Can use a website. This greatly influences its relationship in society with digital marketing, including human resources. Can increase the number of creative and skilled workers in achieving UMKM products. The application of digital marketing has a major influence on society, especially in improving the quality of human resources. Through the Q&A discussion training and counseling carried out, it is hoped that creative and skilled workers will emerge, both in the production process and marketing of UMKM products. In addition, the financial aspect also plays an important role in supporting the UMKM production process. After the product is produced, an equally important stage is the right marketing strategy, which can be optimized through the use of digital technology. All of these elements, from human resources, finance, digital marketing strategies, to implementation methods in the field are*

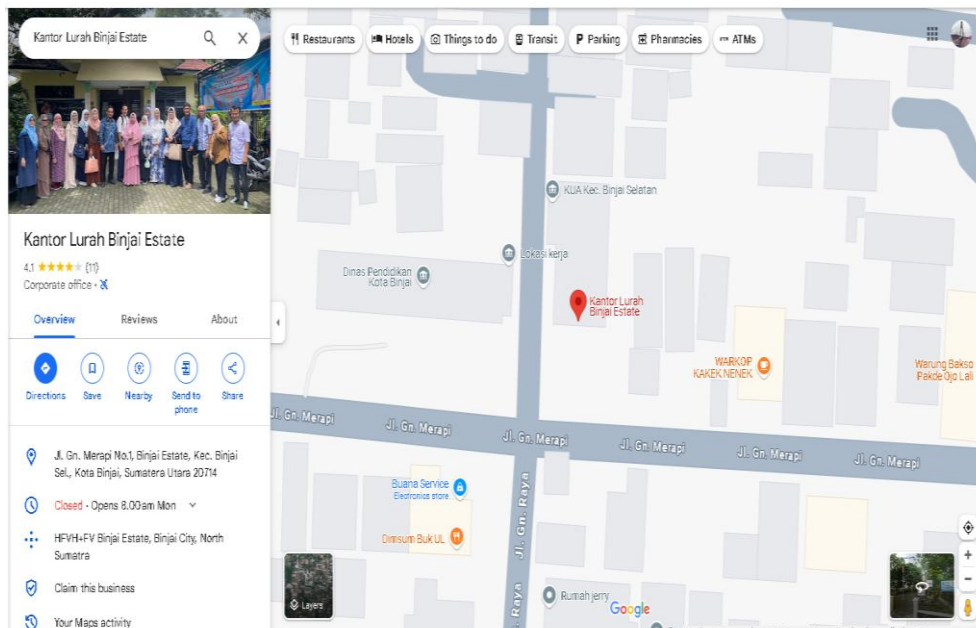
*interconnected and become one unit that supports increased sales and growth of MSMEs in Binjai Estate Village.*

#### ABSTRAK

Tujuan pengabdian kali ini membahas tentang mengoptimalkan teknologi digital dan penerapan pemasaran digital on line untuk memaksimalkan pemasaran produk di lingkungan masyarakat UMKM di kelurahan Binjai Estate.. Adapun benefit (manfaat) kegiatan sosialisasi ini adalah : 1) Bagaimana pemahaman kepada pelaku UMKM tentang strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan perkembangan zaman. 2) Mendorong penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi dengan konsumen secara lebih luas dan efisien. 3) Memperkenalkan penggunaan website sebagai media pemasaran profesional untuk meningkatkan kepercayaan dan jangkauan pasar. Bisa menggunakan website. Hal ini sangat berpengaruh keterkaitannya di masyarakat dengan adanya pemasaran secara digital, termasuk sumberdaya manusia. Dapat meningkatkan jumlah tenaga kerja yang kreatif dan terampil dalam pencapaian produk-produk UMKM. Penerapan pemasaran digital memiliki pengaruh yang besar terhadap masyarakat, terutama dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia. Melalui pelatihan diskusi tanya jawab dan penyuluhan yang dilakukan, diharapkan muncul tenaga kerja yang kreatif dan terampil, baik dalam proses produksi maupun pemasaran produk-produk UMKM. Selain itu, aspek keuangan juga turut berperan penting dalam menunjang proses produksi UMKM. Setelah produk dihasilkan, tahap yang tidak kalah penting adalah strategi pemasaran yang tepat, yang dapat dioptimalkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Seluruh elemen ini, mulai dari sumber daya manusia, keuangan, strategi pemasaran digital, hingga metode pelaksanaan di lapangan saling berkesinambungan dan menjadi satu kesatuan yang mendukung peningkatan penjualan serta pertumbuhan UMKM di Kelurahan Binjai Estate.

#### PENDAHULUAN

Seperti diketahui, strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor mikro yang mencakup perantara pemasaran, pemasok, pesaing, dan konsumen atau masyarakat. Selain itu, strategi pemasaran juga sangat dipengaruhi oleh faktor makro seperti kondisi demografi dan ekonomi, aspek politik dan hukum, perkembangan teknologi, serta nilai-nilai sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kantor Kelurahan Binjai Estate, Kota Binjai, Provinsi Sumatera Utara.



**Gambar 1: Lokasi Pengabdian**

Dalam pemasaran digital, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dari sudut pandang produsen, pelaku usaha, atau pebisnis, yaitu: a) Pemilihan lokasi usaha yang strategis, b) Penyediaan produk yang berkualitas, c) Penetapan harga yang kompetitif, dan d) Pelaksanaan promosi yang intensif dan berkelanjutan. Selain itu, jika dilihat dari sisi manfaat dan keuntungan (benefit) bagi konsumen, maka aspek yang harus dipertimbangkan mencakup: Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, Biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen, Kenyamanan dalam proses pembelian, serta Efektivitas komunikasi antara produsen dan konsumen.

## **METODE PELAKSANAAN**

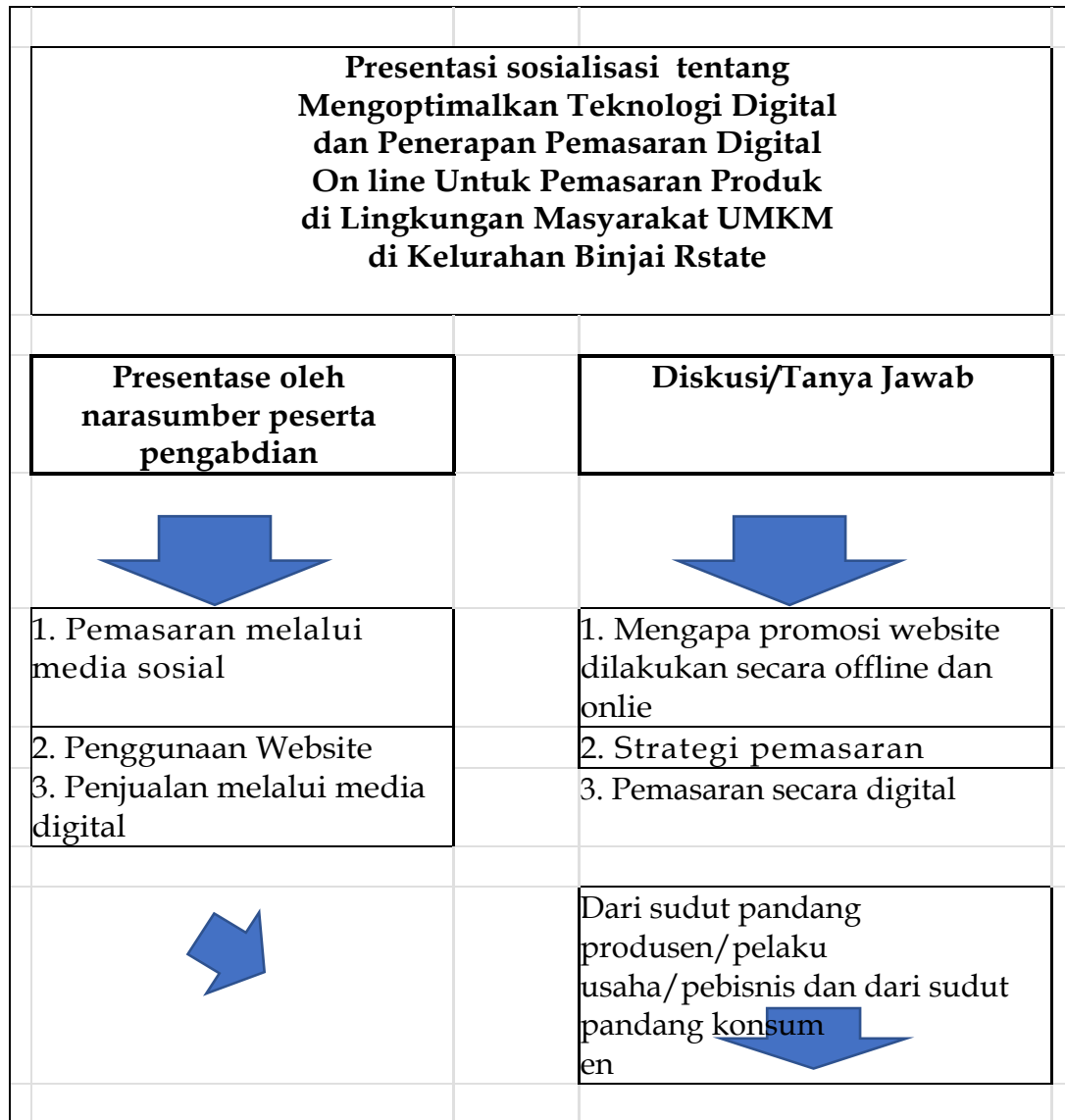
Target kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peserta pengabdian masyarakat di Kelurahan Binjai Estate, para ibu ibu dan pemuda pemudi generasi muda, Kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini berbentuk penyuluhan dan Presentase serta dialog tanya jawab langsung para peserta pengabdian masyarakat dengan para perserta yang hadir khususnya masyarakat sekitar Kelurahan Binjai Estate. Peserta pelatihan berjumlah 25 peserta dan tim pengabdian dan dilaksanakan selama 1 hari, yaitu tanggal 10 October 2024 dengan *round down* kegiatan penyuluhan kepada peserta sesuai tema pemasaran digital online, Presentase penyuluhan dan tanya jawab langsung serta pelaksanaan berlangsung di lokasi Kantor Kelurahan Binjai Estate sebagai berikut:

**Tabel 1. Rounddown Kegiatan Pelatihan Pengabdian di Kantor Kelurahan Binjai Estate**

No	Tanggal	Program (Agenda)	Kegiatan
1	10 October 2024	Sebelumnya Registrasi Para Peserta pengabdian di kantor kelurahan Binjai Estate	
2	10 October 2024	Pembukaan Acara oleh Moderator	Tim peserta pengabdian masyarakat, kelompok pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi pembukaan cara oleh moderator dan tertib acara sekaligus untuk memperkenalkan diri tim pengabdian dan menjelaskan tujuan kedatangan dan progam kerja yang akan di laksanakan selama melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Kantor Kelurahan Binjai Estate.
2	10 October 2024	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Menyanyikan Indonesia Raya bersama sama
3	10 October 2024	Doa	Doa bersama yang dipimpin oleh salah satu peserta pengabdian
4	10 October 2024	Kata Sambutan Lurah Kecamatan Binjai Estate	Kata Sambutan oleh Bapak Yodi Putamadika selaku Lurah Kelurahan Binjai Estate
5	10 October 2024	Penjelasan terkait Pemasaran Digital On line	Pelaksanaan presentase oleh pemateri
8	10 October 2024	Diskusi dan Tanya Jawab bersama peserta	Pertanyaan oleh para peserta
9	10 October 2024	Kesimpulan dan Penutup	
10	10 October 2024	Pemberian Plakat/Cenderamata	Pemberian plakat oleh ketua tim pengabdian kepada Bapak Lurah Yodi Putamadika Binjai Estate

Waktu dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini tahun 2024 yaitu pada tanggal 10 October 2024 (selama 1 hari) di Kantor Kelurahan Binjai Estate, Kota Binjai

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan di lapangan adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. Tahapan Sosialisasi dan Pelaksanaan di lapangan**

Berdasarkan Gambar 2, pelatihan dan pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kelurahan Binjai Estate.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Binjai Estate dan berlangsung selama satu (1) hari, tepatnya pada tanggal 10 Oktober 2024. Tema kegiatan yang diangkat adalah "Mengoptimalkan Teknologi Digital dan Penerapan Pemasaran Digital Online untuk Memaksimalkan Pemasaran Produk di Lingkungan Masyarakat UMKM." Selama kegiatan berlangsung, tim pengabdian telah melaksanakan sosialisasi yang bertujuan memberikan pencerahan dan solusi kepada

para pelaku UMKM, khususnya dalam strategi pemasaran produk melalui media digital dan website. Melalui pendekatan ini, diharapkan seluruh hasil produk UMKM dapat dipasarkan secara lebih luas oleh produsen, sehingga mampu meningkatkan taraf hidup mereka serta mendorong kemajuan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, pelaksanaan kegiatan ini turut memberikan manfaat (benefit) yang signifikan, antara lain: Mendorong pertumbuhan industri permesinan, Meningkatkan penyerapan tenaga kerja, Membangkitkan dan memperkuat sektor UMKM, serta Menumbuhkan sektor ekonomi lainnya yang berkaitan. Bimbingan dan penyuluhan yang menjadi bagian dari kegiatan ini juga telah terlaksana dalam durasi satu hari penuh, dengan antusiasme dan rasa ingin tahu yang tinggi dari para peserta. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan benar-benar diterima dengan baik oleh masyarakat.

Pelaksanaan pengabdian ini terlaksana dengan baik dengan kerjasama Bapak Drs. Ramlan Hasibuan, , Bapak Zul UMKM, Bapak Yodi Putamadika selaku Lurah Binjai Estate , dan para staff Kelurahan Binjai Estate dll



**Gambar 3 : Peserta Pengabdian**



**Gambar 5. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat**

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi digital memberikan berbagai manfaat (benefit) yang signifikan, khususnya dalam mendukung perkembangan UMKM. Manfaat tersebut meliputi:

- 1) Peningkatan kualitas sumber daya manusia, terutama dalam membentuk tenaga kerja yang kreatif dan terampil.
- 2) Aspek keuangan, seperti akses terhadap modal yang lebih luas dan efisien.
- 3) Sistem distribusi dan alat pemasaran, yang semakin mudah dijangkau melalui platform digital.
- 4) Penerapan metode pelaksanaan di lapangan, khususnya dalam strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan efektif.
- 5) Pemanfaatan aspek pasar atau peluang pasar, yang dapat dijangkau secara lebih luas dengan bantuan teknologi.
- 6) Peningkatan penghasilan (income) dan perluasan jaringan usaha, yang berdampak langsung terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM dalam memasarkan produk-produknya.

## SARAN

Diperlukan tindak lanjut berupa pemberian wawasan yang lebih luas dan mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya terkait cara-cara praktis dalam mengakses teknologi digital melalui internet untuk keperluan pemasaran produk-produk UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani & Utomo, M. N. 2017. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 13, Nomor 2
- Astuti, Isti Indri, and Kata Kunci. 2021. UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat Di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing. *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1 (1): 59–65.
- Azmi, A. W. (2021). Peran Strategi Digital marketing dan Sosial Media. .
- Buchory, Achmad Herry & Saadin Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama*. Bandung: Linda Karya.
- Budiarto, Rachmawan, dkk. 2015. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22.
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020, Oktober). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha UKM DI Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 863-872.
- Jayadi, P., Nanda, M. D., & Sarwono, P. 2019. Pengembangan Model Rencana Strategi Teknologi Informasi Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).
- P. . Dedi, Rahmi, and A. Shandy, Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean., *J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, 2018.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Ismah, Suhendri, & Kusdaryani, W. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital Pada Era 4.0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha. *Journal of Community Services*, 1(4), 174–181.
- Inkiriwang, M. A. (2021). Peranan Media Sosial Instagram dan Marketplace Shopee sebagai Media Pemasaran Online pada UMKM Wiwit Collection. Universitas Dinamika: Inkiriwang.
- Mariana Kristiyanti dan Lisda Rahmasari, 2015, Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang, *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, Vol 13 No 2.
- Rahmatul Jannatin N1, M. W. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action*, 119-130.
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. *Prosiding*.
- Saragih, M. G., Manullang, S. O., & Hutahaean, J. (2020). *Marketing Era Digital*. CV. Andalan Bintang Ghonim.