

**LAPORAN AKHIR**  
**PROGRAM DOSEN WAJIB MENGABDI**



**PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DALAM UPAYA  
PENUNJANG KEGIATAN PROMOSI DAN PEMASARAN DI KELURAHAN  
BANUA ANYAR KOTA BANJARMASIN**

**Dibiayai oleh:**  
**Universitas Lambung Mangkurat**  
**Sesuai dengan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA)**  
**SP DIPA-023.17.2.677518/2022 Tanggal 17/11/2021**

**Oleh :**

<b>Ketua</b>	<b>Dr. Syaharuddin, S.Pd., M.A.</b>	<b>001037404</b>
<b>Anggota</b>	<b>Muhammad Rezky Noor Handy, M. Pd.</b>	<b>0013099203</b>
<b>Anggota</b>	<b>Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM.</b>	<b>0721026603</b>

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**DESEMBER 2022**

**LAPORAN AKHIR**  
**PROGRAM DOSEN WAJIB MENGABDI**



**PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DALAM UPAYA  
PENUNJANG KEGIATAN PROMOSI DAN PEMASARAN DI KELURAHAN  
BANUA ANYAR KOTA BANJARMASIN**

**Dibiayai oleh:**  
**Universitas Lambung Mangkurat**  
**Sesuai dengan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA)**  
**SP DIPA-023.17.2.677518/2022 Tanggal 17/11/2021**

**Oleh :**

<b>Ketua</b>	<b>Dr. Syaharuddin, S.Pd., M.A.</b>	<b>001037404</b>
<b>Anggota</b>	<b>Muhammad Rezky Noor Handy, M. Pd.</b>	<b>0013099203</b>
<b>Anggota</b>	<b>Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM.</b>	<b>0721026603</b>

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**DESEMBER 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM DOSEN WAJIB MENGABDI**

- |  |   |
|--|---|
| 1. Judul Pengabdian                          | : Pelatihan Digital Marketing Untuk Umkm Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin |
| 2. Nama Mitra PKM                            | : Kelurahan Banua Anyar   |
| 3. Ketua Tim Pengusul                        |   |
| a. Nama Lengkap                              | : Dr. Syaharuddin, S.Pd., MA  |
| b. NIDN                                      | : 0001037404  |
| c. Jabatan/Golongan                          | : Lektor Kepala/IIId  |
| d. Program Studi                             | : Pendidikan IPS  |
| e. Fakultas                                  | : FKIP  |
| f. Perguruan Tinggi                          | : Universitas Lambung Mangkurat   |
| g. Bidang Keahlian                           | : Pendidikan IPS  |
| h. Alamat Kantor/Telp/surel                  | : syahar@ulm.ac.id  |
| 4. Anggota Tim Pengusul                      |   |
| a. Jumlah Anggota                            | : Dosen 2 orang   |
| b. Nama Anggota I/bidang keahlian            | : Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd. /Pendidikan IPS  |
| c. Nama Anggota II/bidang keahlian           | : Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM. /Manajemen   |
| d. Nama Mahasiswa/NIM                        | : Risna Putra Pradana/1910128110002   |
| e. Nama Mahasiswa/NIM                        | : Nurkamilah/2010128220017  |
| 5. Lokasi Kegiatan/Mitra                     |   |
| a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan)            | : Kelurahan Banua Anyar<br>Kecamatan Banjarmasin Timur  |
| b. Kabupaten/Kota                            | : Kota Banjarmasin  |
| c. Provinsi                                  | : Kalimantan Selatan  |
| d. Jarak PT ke lokasi mitra ( $\leq 200$ km) | : 6 km  |
| 6. Luaran yang dihasilkan                    | : Publikasi Jurnal, Artikel di Media Massa, Video Kegiatan & Poster Kegiatan  |
| 7. Jangka waktu Pelaksanaan                  | : 6 Bulan   |
| 8. Biaya Total                               | : Rp 15.000.000   |
| a. PNBP                                      | : Rp 15.000.000   |
| b. Sumber lain                               | : -   |



Banjarmasin, 15 Desember 2022  
Ketua Tim Pelaksana,

*(Signature)*  
Dr. Syaharuddin, S.Pd., MA  
NIDN. 0001037404

**HALAMAN PENGESAHAN PROGRAM DOSEN WAJIB MENGABDI**

1. Judul Pengabdian : Pelatihan Digital Marketing Untuk Umkm Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin
2. Nama Mitra PKM : Kelurahan Banua Anyar
3. Ketua Tim Pengusul
  - a. Nama Lengkap : Dr. Syaharuddin, S.Pd., MA
  - b. NIDN : 0001037404
  - c. Jabatan/Golongan : Lektor Kepala/IIId
  - d. Program Studi : Pendidikan IPS
  - e. Fakultas : FKIP
  - f. Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
  - g. Bidang Keahlian : Pendidikan IPS
  - h. Alamat Kantor/Telp/surel : syahar@ulm.ac.id
4. Anggota Tim Pengusul
  - a. Jumlah Anggota : Dosen 2 orang
  - b. Nama Anggota I/bidang keahlian : Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd. /Pendidikan IPS
  - c. Nama Anggota II/bidang keahlian : Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM. /Manajemen
  - d. Nama Mahasiswa/NIM : Risna Putra Pradana/1910128110002
  - e. Nama Mahasiswa/NIM : Nurkamilah/2010128220017
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
  - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kelurahan Banua Anyar Kecamatan Banjarmasin Timur
  - b. Kabupaten/Kota : Kota Banjarmasin
  - c. Provinsi : Kalimantan Selatan
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra ( $\leq 200$  km) : 6 km
6. Luaran yang dihasilkan : Publikasi Jurnal, Artikel di Media Massa, Video Kegiatan & Poster Kegiatan
7. Jangka waktu Pelaksanaan : 6 Bulan
8. Biaya Total : Rp 15.000.000
  - a. PNBP : Rp 15.000.000
  - b. Sumber lain : -

Banjarmasin, 15 Desember 2022  
Ketua Tim Pelaksana,

*Dr. Syaharuddin, S.Pd., MA*  
NIDN. 0001037404



*Chairil Faif Pasani, M.Si.*  
NIDN. 0008086503



Menyetujui,

Rektor Universitas Lambung Mangkurat,  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat,

*Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si*  
NIDN. 00070558814

TERDAFTAR DI PERPUSTAKAAN FKIP ULM BANJARMASIN		
TANGGAL	NOMOR	
19/12/2022	300 34K 19/	

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian Kepada Masyarakat: Pelatihan Digital Marketing Untuk Umkm Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin.

2. Tim Pelaksana

No.	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (Jam/minggu)
1.	Dr. Syaharuddin, S.Pd., M.A	Ketua	Pendidikan IPS	FKIP ULM	10
2.	Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd.	Anggota	Pendidikan IPS	FKIP ULM	10
3.	Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM	Anggota	Manajemen	FKIP ULM	10

3. Objek (Khalayak sasaran) Pengabdian : Kelompok UMKM dan Masyarakat Kelurahan Banua Anyar Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin
4. Masa Pelaksanaan : Mulai : Bulan Mei tahun 2022  
Berakhir : Bulan Oktober tahun 2022
5. Usulan Biaya PNPB ULM : Rp 15.000.000,-
6. Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat: Kelurahan Banua Anyar
7. Mitra yang terlibat (beserta kontribusinya) :
- Kelurahan Banua Anyar
  - Dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin
8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan :
- Perlu adanya pelatihan khusus mengenai penggunaan berbagai aplikasi baik media social ataupun e-commerces yang bisa digunakan oleh kelompok usaha berbagai UMKM di kelurahan Banua Anyar ini dalam rangka peningkatan soft skill mereka dalam memasarkan produk mereka sehingga dengan harapan mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM di masyarakat.
  - Perlu adanya peningkatan penguasaan teknologi dan pengawasan dan peningkatan pemahaman mengenai bagaimana pemasaran produk mereka tidak secara konvensional saja tetapi dengan menggunakan berbagai pelatihan ini mampu memberikan peningkatan mutu dan hasil produk yang bisa menjual.
9. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran :
- Pelatihan ini diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai pentingnya pemahaman terhadap perkembangan zaman terutama dalam memasuki era revolusi industry 4.0 saat ini, selain itu pentingnya menguasai teknologi dalam mengembangkan usaha umkm mereka termasuk ketika memasarkan produk usaha mereka dengan menggunakan berbagai perangkat mobile yang sering mereka

gunakan dalam kehidupan sehari-hari terutama *e-commerce*. Dengan demikian, omset penjualan dan kesejahteraan ekonomi mereka diharapkan dapat meningkat.

10. Rencana luaran yang ditargetkan :

Publikasi Jurnal, Artikel di Media Massa, Video Kegiatan & Poster Kegiatan, Pembuatan Buku Panduan serta website dan media sosial sebagai sarana promosi UMKM di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
RINGKASAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	2
BAB 2 SOLUSI DAN TARGET LUARAN	4
2.1. Solusi	4
2.2. Target Luaran	4
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	5
3.1. Metode Pelaksanaan	5
BAB 4 KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	6
4.1. Kinerja LPPM Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat	6
4.2. Jenis Kepakaran Yang Diperlukan Dalam Menyelesaikan Seluruh Persoalan atau Kebutuhan Mitra	10
BAB 5 HASIL YANG DI CAPAI	11
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	17
6.1. Simpulan	17
6.2. Saran	17
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN	20

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Dokumentasi Kegiatan PkM	20
Lampiran 2. Poster PkM dan Link YouTube	25
Lampiran 3. Publikasi Berita	26
Lampiran 4. Draft Naskah Artikel Publikasi	28
Lampiran 5. Gambar Lokasi Mitra (Jarak mitra dari PT pengusul)	41
Lampiran 6. Surat Pernyataan Kesediaan Bekerja Sama dari Mitra PKM	42
Lampiran 7. Surat Pernyataan Ketua Pengusul	43
Lampiran 8. Surat Pernyataan Kesediaan Anggota Pengusul	44



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 5.1. Pemaparan Materi Mengenai Strategi Pemasaran Online oleh Ibu Rusmaniah, M.Pd	12
Gambar 5.2. Pemaparan Materi Mengenai Teknik Memotret oleh Bapak Dhimas Pratama Nindya Putra Sari, S.Kom	13
Gambar 5.3. Foto-Foto Produk Hasil UMKM Kuliner Kegiatan Pelatihan Pemotretan Menggunakan Ponsel	14
Gambar 5.4. Dokumentasi dengan Ibu Hannah RT. 04	15
Gambar 5.5. Gambar 5.4 Diskusi dengan Ibu Asiah dari RT. 07 Mengenai Hambatan dan Kesulitan dalam Belajar menggunakan Digital Marketing	16

## RINGKASAN

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sejak tahun 2020 sampai dengan sekarang menjadi permasalahan yang sangat pelik dalam semua aspek kehidupan terutama kegiatan perekonomian yang semakin hari semakin lesu, hal ini sangat berdampak terhadap masyarakat dunia terutama untuk kelas menengah ke bawah. Imbasnya adalah Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan terkena imbas dari pandemi virus corona. Oleh karenanya, masyarakat pemilik usaha perlu memikirkan cara-cara agar dapat bertahan selama pandemi.

Dalam perkembangannya yang amat pesat saat ini terutama saat masa pandemic ini, media digital terutama internet bagaimana media-media sosial dan e-commerce menjadi salah satu daya tarik dari masyarakat untuk berbelanja tanpa keluar rumah pun bisa mendapatkan barang yang mereka beli hanya dengan menggunakan gadget. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya pelatihan untuk menggunakan media tersebut daam meningkatkan penjualan produk-produk mereka kepada masyarakat yang sekarang lebih banyak menggunakan gadget mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga peningkatan strategi dalam memasarkan produk UMKM sangatlah penting dalam guna daya mereka meningkatkan perekonomian mereka.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di lapangan terlihat bahwa masih banyak pemasaran dari produk-produk UMKM ini yang masih secara konvensional, walaupun tidak memungkiri juga ada yang sudah menggunakan media digital, akan tetapi pentingnya peningkatan penjualan kelompok-kelompok UMKM ini, selain itu juga bagaimana strategi meningkatkan kualitas, kuantitas dan mutu produk terutama dalam memasarkan secara online ini. Oleh sebab itu perlu adanya pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin.

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Analisis Situasi

Perkembangan situasi dan kondisi teknologi saat ini sangatlah dinamis sekali, setiap individu banyak menggunakan gadget dan internet dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Anggia & Shibab, 2018; Ascharisa, 2018). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Komalasari et al, 2020; Naimah et al, 2020).

Disamping itu Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sejak tahun 2020 sampai dengan sekarang menjadi permasalahan yang sangat pelik dalam semua aspek kehidupan terutama kegiatan perekonomian yang semakin hari semakin lesu, hal ini sangat berdampak terhadap masyarakat dunia terutama untuk kelas menengah ke bawah. Imbasnya adalah Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan terkena imbas dari pandemi virus corona, sangat parahnya sector ekonomi terutama UMKM saat masa pandemic ini menjadikan pentingnya bagaimana meningkatkan kembali penjualan produk-produk mereka ke pasaran terutama dalam menggunakan berbagai cara salah satunya mungkin dengan Langkah memanfaatkan internet (Arianto, 2020; Syifa et al, 2021).

Oleh karenanya, masyarakat pemilik usaha perlu memikirkan cara-cara agar dapat bertahan selama pandemi. Banyak dari para pengusaha ini sangat tertekan dan sulit mengembangkan usahanya walaupun sudah banyak melakukan kegiatan pemasaran dan promosi. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Untuk itu UMKM ini perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan *digital marketing* agar system pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi.

Saat ini Media Sosial adalah aplikasi berbasis internet yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Banyak kasus yang mengatakan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi saja tetapi juga digunakan sebagai strategi pemasaran. Sehingga ini menjadi wadah yang sangat besar dan signifikan untuk dimanfaatkan oleh para pengusaha terutama bagaimana UMKM bisa masuk kedalam sana dan melebarkan sayap usaha mereka (Syahputro, 2020; Fitriyana et al., 2021).

Dalam perkembangannya yang amat pesat saat ini terutama saat masa pandemic ini, media digital terutama internet bagaimana media-media sosial dan e-commerce menjadi salah satu daya tarik dari masyarakat untuk berbelanja tanpa keluar rumah pun bisa mendapatkan barang yang mereka beli hanya dengan menggunakan gadget. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya pelatihan untuk menggunakan media tersebut daam meningkatkan penjualan produk-produk mereka kepada masyarakat yang sekarang lebih banyak menggunakan gadget mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga peningkatan strategi dalam memasarkan produk UMKM sangatlah penting dalam guna daya mereka meningkatkan perekonomian mereka (Anggia, 2018).

## **1.2. Permasalahan Mitra**

Mengacu pada analisis situasi maka diperlukan upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia di Kelurahan Banua Anyar, Kec. Banjarmasin Timur yakni:

1. Perlu adanya pelatihan khusus mengenai penggunaan berbagai aplikasi baik media social ataupun e-commerces yang bisa digunakan oleh kelompok usaha berbagai UMKM di kelurahan Banua Anyar ini dalam rangka peningkatan soft skill mereka dalam memasarkan produk mereka sehingga dengan harapan mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM di masyarakat.
2. Perlu adanya peningkatan penguasaan teknologi dan pengawasan dan peningkatan pemahaman mengenai bagaimana pemasaran produk mereka tidak secara konvensional saja tetapi dengan menggunakan berbagai pelatihan ini mampu memberikan peningkatan mutu dan hasil produk yang bisa menjual.

## BAB 2

### SOLUSI DAN TARGET LUARAN

#### 2.1. SOLUSI

Berdasarkan analisis situasi maupun permasalahan mitra maka dapat ditawarkan beberapa solusi dalam kegiatan pengabdian di desa tersebut, yakni :

- 1) Melakukan pengembangan pelatihan mengenai pemasaran produk UMKM yang berada di Kelurahan Banua Anyar tidak hanya secara konvensional tetapi juga dengan menggunakan berbagai aplikasi yang terdapat pada system aplikasi Android atau IOs, untuk meningkatkan daya jualnya.
- 2) Melakukan pengembangan produk-produk terutama dalam peningkatan kualitas barang, tampilan dan lainnya dalam kelompok usaha UMKM di Kelurahan Banua Anyar sehingga mampu memberikan aspek-aspek peningkatan mutu pada barang yang akan di jual

#### 2.2. TARGET LUARAN

Tabel 2.1. Rencana Target Capaian Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/ Prosiding	<i>Submitted</i>
2	Publikasi pada media massa cetak/online/repocitory PT	Sudah Terbit
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversivikasi produk, atau sumber daya lainnya)	Proses Peningkatan
4	Peningkatan penerapan IPTEK di masyarakat (mekanisasi, IT dan manajemen)	Meningkat Secara Perlahan
5	Perbaikan Tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan dan kesehatan)	Sudah Dilaksanakan
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional	Tidak ada
2	Jasa: rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/ barang	Draft
3	Inovasi baru TTG	Tidak ada
4	Hak kekayaan intelektual	Belum
5	Buku ber ISBN	Tidak ada

## BAB 3

### METODE PELAKSANAAN

#### 3.1. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan program ini akan dilaksanakan 2 jenis kegiatan, yaitu: (a) *Pelatihan* strategi penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk UMKM; (b) *Pelatihan* penggunaan berbagai platform aplikasi penjualan ataupun media sosial melalui metode langsung, sesuai dengan kondisi lapangan ataupun pelatihan penggunaan aplikasi bantuan dalam peningkatan daya saing kepada para peserta yang membutuhkan bantuan dari Tim Pelaksanaan Pengabdian. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan terlebih dahulu akan disusun materi pelatihan dan *pelatihan*.

Sebelum pelaksanaan kegiatan *pelatihan* ini dilakukan pengumpulan data lapangan yang dilaksanakan pada bulan Mei 2022 baik melalui pihak Kelurahan Banua Anyar dan dibantu oleh pihak surveyor kota Banjarmasin tentang UMKM, dengan mendata UMKM yang pada RT 1-9 dengan berfokus pada *Food & Beverages* ataupun UMKM yang bergerak dalam bidang lainnya yang bisa diundang. Selanjutnya mengundang dari beberapa UMKM yang telah dipilih berdasarkan hasil survey dan diskusi dengan pihak Kelurahan untuk mengikuti kegiatan *pelatihan*, dengan mengundang sebanyak 10-15 kelompok UMKM.

Kegiatan *pelatihan* ini dilaksanakan pada tanggal 28-29 Juni 2022 di Aula Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin dengan memberikan pelatihan yang diharapkan dapat memberi pengetahuan mengenai pentingnya pemahaman mengenai strategi pemasaran melalui kegiatan pelatihan dan pelatihan secara langsung juga pelatihan teknik pengambilan foto barang UMKM. Disamping itu kegiatan pelatihan ini juga memberikan gambaran bagaimana persaingan di era teknologi, informasi dan komunikasi saat ini mengedepankan penggunaan internet sebagai basis data besar (*big data*), baik dalam penggunaan media sosial ataupun e-commerce yang ada. Dengan demikian, omset penjualan dan kesejahteraan ekonomi mereka diharapkan dapat meningkat dari hasil pelatihan ini kedepannya.

Tujuan dari terselenggaranya pelatihan ini adalah tumbuhnya pemahaman masyarakat bahwa penggunaan media sosial dan aplikasi e-commerce saat ini sangat diperlukan untuk menunjang peningkatan pemasaran dan membantu memperluas pasar produk para pelaku usaha. Mereka akan menyadari pentingnya etika dalam

komunikasi berdagang secara online, sehingga meningkatkan strategi dalam memasarkan produk usaha mereka kepada masyarakat luas. Secara umum, diharapkan dengan adanya pelatihan ini dapat mendukung pengembangan umkm di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin yang menjadi destinasi wisata kuliner.

Kegiatan selanjutnya adalah melakukan kontak Kembali dengan para pengusaha UMKM yang menginginkan kelanjutan dalam pelatihan secara personal di tempat usaha mereka, yang dilaksanakan dalam rentang waktu 1 bulan setelah kegiatan *pelatihan*.

Penyusunan laporan kegiatan akan disusun setelah kegiatan selesai, dan disusun sesuai dengan format yang telah ditentukan oleh pihak LPPM ULM.

Selanjutnya untuk publikasi kegiatan ini ada pada jurnal nasional ber-ISSN baik print ataupun elektronik, selain itu publikasi kegiatan juga pada portal berita Online dan Repository yang nantinya akan diunggah.

## BAB 4

### KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

#### 4.1. Kinerja LPPM Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Bidang Pengabdian kepada Masyarakat LPPM ULM memiliki kondisi yang baik untuk menggunakan kekuatan internalnya dan dipergunakan untuk memanfaatkan peluang eksternal, mengatasi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Rencana Strategi LPPM yang digunakan di bidang Pengabdian kepada Masyarakat adalah :

1. Pemberdayaan Dosen sebagai pengembang kelompok pengabdian kepada masyarakat, melalui Pembentukan dan pendampingan dosen-dosen kelompok pengabdian di tingkat fakultas
2. Pengembangan pusat pelayanan bertaraf Nasional berbasis kearifan lokal yang mampu memenuhi dan memberikan solusi masalah yang dibutuhkan masyarakat baik di tingkat Universitas maupun Fakultas, melalui Pembentukan pusat pelayanan di tingkat universitas dengan koordinator LPPM dan kelompok-kelompok pengabdian di fakultas.
3. Meningkatkan kerjasama dengan lembaga mitra baik nasional dan internasional, melalui Pemantapan dan peningkatan jejaring dan kerjasama dengan lembaga nasional dan internasional di bidang pengabdian kepada masyarakat.
4. Meningkatkan publikasi karya Pengabdian kepada Masyarakat
  - Meningkatkan budaya kompetensi pengabdian berdasarkan hasil penelitian.
  - Melaksanakan seminar desiminasi hasil pengabdian kepada masyarakat.
  - Melaksanakan penulisan jurnal Nasional dan Internasional, artikel, HKI, Video sertamedia publikasi lain tentang hasil karya pengabdian kepada masyarakat.
  - Pemberian penghargaan atau insentif bagi karya pengabdian yang sudah terimplementasi di masyarakat
  - Meningkatkan dana hibah pengabdian kepada masyarakat.
  - Publikasi Jurnal pengabdian LPPM ULM sebagai publishing
5. Meningkatkan relevansi pengabdian kepada masyarakat dengan kualitas pembelajarandan kebutuhan masyarakat, melalui:



- Meningkatkan dan memanfaatkan karya pengabdian kepada masyarakat untuk kepentingan bahan ajar berbentuk buku ajar.
  - Memanfaatkan karya pengabdian kepada masyarakat untuk solusi permasalahan masyarakat.
  - Peningkatan teknologi tepat guna, inovasi teknologi, modul, prototipe industri, desain, karya seni, rekayasa sosial,
  - Membentuk *Startup Company* (perusahaan rintisan) dari karya-karya pengabdian kepada masyarakat.
  - Meningkatkan dan memanfaatkan karya pengabdian kepada masyarakat untuk kepentingan masyarakat berbentuk buku populer.
6. Merancang integrasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan skema KKN Tematik yang dikelola oleh LPPM dan Kegiatan PKM Mahasiswa
- Melaksanakan pilot kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh kelompok pengabdian yang melibatkan mahasiswa melalui skema KKN Tematik yang integratif.
  - Mengintegrasikan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan kegiatan PKM Mahasiswa yang potensial.
7. Revitalisasi peran koordinasi Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dengan pusat-pusat pengabdian khususnya tingkat fakultas.
- Mengadakan pertemuan reguler antar LPPM dengan Pengabdian di tingkat fakultas.
  - Melakukan koordinasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan Fakultas ditingkat fakultas.
8. Meningkatkan kapasitas dosen dalam kegiatan pengabdian dan penulisan karya pengabdian kepada masyarakat.
- Pelatihan penyusunan dan pendampingan proposal pengabdian kepada masyarakat.
  - Pelatihan model-model penulisan karya-karya pengabdian kepada masyarakat.
- Adapun capaian Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut :

Sumber pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dosen di lingkungan ULM berasal dari hibah DRPM-Dikti, PNBP

ULM, dan institusi non Dikti (BUMN/BUMD, pemerintah pusat dan daerah, perusahaan swasta, dan Lembaga lainnya), serta dana dosen sendiri (mandiri). Selama tahun 2015-2019 jumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dosen ULM cenderung fluktuatif, baik dari segi jumlah judul maupun dari total nilai dana yang dapat diserap untuk kegiatan tersebut. Jumlah judul pengabdian kepada masyarakat tertinggi tercapai pada tahun 2016 dan 2019 masing-masing sebanyak 212 judul dan jumlah judul terendah terjadi pada tahun 2018 yaitu hanya 82 judul.

Kontribusi jumlah judul pengabdian kepada masyarakat yang berasal dari hibah kompetisi DRPM-Dikti selama tahun 2015-2019 menunjukkan kecenderungan menurun. Hal ini disebabkan terutama total pendanaan yang disediakan DRPM-Dikti untuk kegiatan pengabdian yang relatif menurun, juga adanya batasan pelaksanaan pengabdian oleh dosen yang sama sehingga keketatan persaingan antar perguruan tinggi di tingkat nasional semakin meningkat. Namun demikian, untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah judul pengabdian dan terus mendukung dosen untuk mendesiminasikan hasil-hasil penelitiannya ke masyarakat maka ULM setiap tahun menyediakan dana PNBP kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang juga bersifat kompetisi. Jumlah judul pengabdian kepada masyarakat yang dihasilkan dosen ULM dengan sumber dana PNBP cenderung meningkatkan dengan jumlah kegiatan rata-rata per tahun sebanyak 99 judul. Selain itu, kegiatan pengabdian dengan sumber pendanaan mandiri dosen rata-rata mencapai 38 judul per tahun.

Total nilai pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama tahun 2015-2019 juga cenderung berfluktuasi dengan kisaran nilai pendanaan antara Rp 1,6 milyar hingga Rp 2,6 milyar. Total pendanaan tertinggi dicapai pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp 2,6 milyar, sedangkan total pendanaan terendah terjadi pada tahun 2018 yaitu hanya sebesar Rp 1,6 milyar. Selama tahun 2015-2017, pendanaan dari hibah DRPM-Dikti memberikan kontribusi terbesar untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat para dosen di ULM dan mencapai puncaknya pada tahun 2017 yaitu sebesar Rp 1,5 milyar. Selanjutnya pendanaan hibah DRPM-Dikti terus mengalami penurunan dari Rp 1,1 milyar pada tahun 2018 menjadi Rp 0,6 milyar pada tahun 2019. Kondisi sebaliknya terjadi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan sumber pendanaan PNBP ULM yang menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat dari 0,19 milyar pada

tahun 2015 menjadi Rp 1,2 milyar pada tahun 2019. Sementara kontribusi pendanaan kegiatan dari sumber lainnya cukup rutin dilaksanakan setiap tahun meskipun nilainya juga sangat fluktuatif. Jumlah judul kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan sumber pendanaan PNBPU LLM selama tahun 2015-2019 menurut fakultas menunjukkan bahwa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan memberikan kontribusi judul terbanyak dengan rata-rata per tahun sebanyak 36 judul, dan adanya kecenderungan jumlah judul yang terus meningkat dari 9 judul pada tahun 2015 menjadi 80 judul pada tahun 2019.

Urutan kontribusi terbesar kedua dan ketiga adalah Fakultas Kedokteran (rata-rata 23 judul per tahun) dan Fakultas Teknik (rata-rata 15 judul per tahun). Sementara beberapa fakultas yang tidak mendapatkan hibah PNBPU LLM untuk pengabdian selama tahun 2015-2019 adalah Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Fakultas Kehutanan, Fakultas Hukum, dan Fakultas Pertanian.

Total nilai pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari PNBPU LLM selama tahun 2015-2019 menunjukkan bahwa kontribusi pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terbesar berasal dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan dosen di Fakultas Kedokteran dengan rata-rata pendanaan mencapai Rp 177,6 juta per tahun. Sedangkan kontribusi pendanaan terbesar kedua dan ketiga adalah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (rata-rata Rp 163,3 juta per tahun) dan Fakultas Teknik (rata-rata Rp 123,1 juta per tahun).

Berdasarkan kondisi tersebut, LPPM ULM terus berupaya untuk meningkatkan jumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat baik dari jumlah judul maupun total pendanaan antara lain menyelenggarakan lokakarya penyusunan proposal pengabdian kepada masyarakat mono tahun dan multi tahun, maupun proposal pengabdian inovasi dan prototype industri bagi para dosen di lingkungan ULM.

#### **4.2. Jenis Keahlian Yang Diperlukan Dalam Menyelesaikan Seluruh Persoalan atau Kebutuhan Mitra**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diusulkan ini memerlukan beberapa keahlian atau keahlian untuk menyelesaikan kebutuhan mitra dengan tim pengusul yakni keahlian/kepakaran sebagai berikut:

**Tabel 4.1. Tim Pengusul dan Keahlian**

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Bidang Keahlian</b>
1	Dr. Syaharuddin, S.Pd., MA.	Ketua	Pendidikan IPS
2	Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd	Anggota	Pendidikan IPS
3	Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM.	Anggota	Manajemen
4	Rusmaniah, M.Pd	Pemateri	Wirausahawan
5	Dhimas Pratama Nindya Putra Sari, S.Kom	Pemateri	Teknologi dan Informasi

## BAB 5

### KEGIATAN DAN HASIL LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan pelatihan ini berfokus pada pelatihan digital marketing dalam upaya peningkatan pemasaran produk UMKM di Kelurahan Banua Anyar, Kota Banjarmasin; kegiatan ini dilaksanakan pada 28 – 29 Juni 2022 di Aula Kelurahan Banua Anyar. Peserta yang hadir adalah para pengusaha UMKM baik yang individu ataupun kelompok-kelompok usaha masyarakat yang berada di wilayah kelurahan Banua Anyar. Produk-produk UMKM yang berada di Banua Anyar sendiri kebanyakan adalah kuliner-kuliner tradisional ataupun olahan panganan khas Banjar seperti *wadai* (kue) Babungku, Sirop Soda Banjar, Sambal *Uyah Wadi*, ataupun panganan lainnya seperti Empek-Empek dan Cake Bolu, ataupun seperti Kerupuk *Iwak Haruan* (Ikan Gabus) dan Amplang *Iwak Haruan* khas Banjar.

Oleh karenanya, masyarakat pemilik usaha perlu memikirkan cara-cara agar dapat bertahan selama pandemi. Banyak dari para pengusaha ini sangat tertekan dan sulit mengembangkan usahanya walaupun sudah banyak melakukan kegiatan pemasaran dan promosi. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Untuk itu UMKM ini perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan *digital marketing* agar system pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi (Harini et al., 2021; Ascharisa, 2018).

Saat ini Media Sosial adalah aplikasi berbasis internet yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Banyak kasus yang mengatakan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi saja tetapi juga digunakan sebagai strategi pemasaran. Sehingga ini menjadi wadah yang sangat besar dan signifikan untuk dimanfaatkan oleh para pengusaha terutama bagaimana UMKM bisa masuk kedalam sana dan melebarkan sayap usaha mereka (Syahputro, 2020; Fitriyana et al., 2021; Aprilia, 2021).

Perkembangannya yang amat pesat saat ini terutama saat masa pandemic ini, media digital terutama internet bagaimana media-media sosial dan *e-commerce* menjadi salah satu daya tarik dari masyarakat untuk berbelanja tanpa keluar rumah pun bisa mendapatkan barang yang mereka beli hanya dengan menggunakan gadget. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya pelatihan untuk menggunakan media tersebut daam meningkatkan penjualan produk-produk mereka kepada masyarakat yang sekarang

lebih banyak menggunakan gadget mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga peningkatan strategi dalam memasarkan produk UMKM sangatlah penting dalam guna daya mereka meningkatkan perekonomian mereka (Anggia, 2018; Putra et al., 2021; Putro et al., 2021).

**Gambar 5. 1. Pemaparan Materi Mengenai Strategi Pemasaran Online oleh Ibu Rusmaniah, M.Pd**



**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Materi yang disampaikan dari para narasumber sendiri berfokus pada beberapa aspek seperti:

- 1) Strategi pemasaran pertama produk barang-barang UMKM yang berada di kelurahan Banua Anyar yang banyak berkecimpung dalam bidang kuliner-kuliner tradisional khas Banjar, bagaimana menonjolkan kekhasan dari produk yang mereka pasarkan ke masyarakat;
- 2) Strategi berikutnya adalah membuat konten kreatif ataupun juga deskripsi dari produk-produk hasil UMKM ini dengan bahasa penyampaian yang menarik dan tidak kaku, dengan harapan mampu menarik para pelanggan yang akan membeli barang mereka;
- 3) Strategi berikutnya adalah membuat promosi dan *give away* kepada para pelanggan dan calon pembeli dari hasil produk-produk UMKM;
- 4) Strategi selanjutnya adalah meningkatkan kualitas foto yang akan ditampilkan pada media social ataupun e-commerce, seperti Facebook, TikTok dan Instagram untuk media social yang banyak digunakan saat ini;

**Gambar 5.2. Pemaparan Materi tentang Teknik Memotret Produk oleh Bapak Dhimas Pratama Nindya Putra Sari, S.Kom**



**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Selanjutnya adalah Teknik Pemotretan untuk produk-produk UMKM yang disampaikan oleh narasumber ke-2 itu berfokus pada tips dan trik dalam pengambilan foto untuk barang-barang produk UMKM, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Mempersiapkan Ruangan dan Tempat
- 2) Memasang Background/Latar
- 3) Pencahayaan Alami ataupun Pencahayaan bantuan
- 4) Setting Kamera Ponsel
- 5) Pengambilan Foto dari berbagai sudut
- 6) Pengaturan Fokus pada Kamera Ponsel
- 7) Menghindari Fitur Zoom/Pembesar pada Kamera
- 8) Penggunaan Model sebagai contoh gambaran pada Foto Produk
- 9) Mempersiapkan peralatan bantuan seperti ringlight, tripod ataupun lainnya
- 10) Menggunakan Aplikasi bantuan

Dari tips dan trik yang dipaparkan tersebut menarik perhatian dari para peserta itu sendiri dan mereka mencoba dalam memotret produk-produk hasil UMKM mereka ini, berikut adalah contoh hasil dari Teknik memotret yang dibantu oleh narasumber dan panitia dalam kegiatan ini:

**Gambar 5.3. Foto-Foto Produk Hasil UMKM Kuliner Kegiatan Pelatihan Pemotretan Menggunakan Ponsel**



**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Lurah Banua Anyar memberikan arahan dan himbauan kepada peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini sendiri bahwa pentingnya pelatihan digital marketing ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pemasaran dan juga memberikan pengalaman baru kepada para pengusaha UMKM itu sendiri, selain itu harapan keberlanjutan dalam kegiatan pelatihan ini tidak hanya terhenti sampai dengan hari pelatihan saja tetapi ilmu yang didapatkan diharapkan mampu mengembangkan usaha pemasaran mereka kedepannya dalam mengembangkan perekonomian masyarakat pasca pandemic. Kegiatan pelatihan ini juga terus melakukan *follow up* kepada para peserta yang hadir dalam pelatihan ini selanjutnya di tempat usaha UMKM itu sendiri.

Salah satu peserta kegiatan yang hadir yaitu Ibu Asiah (52 Tahun) dan Ibu Juwairiah (26 Tahun) dari kelompok UMKM “Usaha Kita” menyampaikan bahwa kebanyakan dari UMKM yang berada di kelurahan Banua Anyar itu sendiri adalah penjualan yang masih konvensional, lingkup penjualan yang tidak luas, kurang mendeskripsikan hasil jualan yang dijual secara online, foto-foto yang kurang menarik ataupun kurang estetik ini pun menjadi kelemahan-kelemahan dari pemasaran mereka, dengan adanya pelatihan ini diharapkan mampu mengembangkan hasil produk-produk UMKM kelurahan Banua Anyar lebih dikenal lagi oleh masyarakat baik di kota Banjarmasin sendiri ataupun luar kota Banjarmasin.

Kegiatan dari pelatihan dan kegiatan lanjutan yang dilaksanakan ini diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas dari bagaimana cara pejualan produk-produk UMKM dari warga Kelurahan Banua Anyar, terutama dari pengenalan bentuk-bentuk



digitalisasi dari penjualan saat ini seperti marketplace yang sering digunakan banyak orang ataupun media social yang saat ini digandrungi oleh masyarakat seperti Instagram dan Facebook ataupun aplikasi pesan langsung seperti *WhatsApp*, selanjutnya adalah pengembangan dari penyampaian deskripsi barang untuk menarik pelanggan, hingga teknik memotret barang-barang produk UMKM mereka.

Terdapat berbagai hambatan dalam pelaksanaan kegiatan ini seperti kurangnya minat para calon peserta yang didatangi saat melakukan survey lapangan, dari 25 peserta yang diundang hanya sekitar 60% yang hadir saat itu atau sekitar 15 peserta, selanjutnya adalah kurang memahaminya para peserta dalam penggunaan teknologi dan aplikasi yang terdapat pada gadget yang mereka gunakan hal inilah yang sebenarnya harus menjadi *opportunity* atau kesempatan yang bisa dimanfaatkan oleh pengusaha UMKM di luaran Banua Anyar ini untuk meningkatkan kemampuan literasi digital untuk mengembangkan pemasaran UMKM mereka, tindakan berikutnya adalah tanya jawab dari para peserta dan kegiatan lanjutan setelah pelatihan ini di tempat usaha MKM warga Banua Anyar khususnya memberikan arahan terutama dalam kegiatan teknik pemotretan barang dan pola penulisan deskripsi barang produk UMKM yang akan dipasarkan atau dijual secara online.

#### **Gambar 5.4 Dokumentasi dengan Ibu Hannah RT. 04**



Sumber: Dokumentasi Kegiatan (2022).

Kegiatan Lanjutan adalah beberapa dari peserta yang hadir meminta kembali untuk diajarkan mengenai proses pemotretan barang-barang UMKM mereka, kendala yang masih dihadapi adalah masih ada kegagapan teknologi pada para mitra PkM ini, tetapi tidak menghambat semangat beliau-beliau untuk belajar, salah satunya adalah ibu Hannah dari RT.04 Penjual Kue Bolu yang didatangi oleh tim dan juga Ibu Asiah dan Ibu Siti Juwairiyah Penjual Kerupuk Ikan di RT. 07, walaupun secara perlahan dari para

peserta ini meminta membantu mereka dalam belajar dan meningkatkan penjualan melalui online, dan seterusnya juga ada rencana kerjasama dalam hal bantuan dari Himpunan Mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat dalam membantu memasarkan produk-produk UMKM secara digital sehingga kedepannya mampu membantu para UMKM di Kelurahan Banua Anyar meningkatkan pemasaran mereka.

**Gambar 5.4 Diskusi dengan Ibu Asiah dari RT. 07 Mengenai Hambatan dan Kesulitan dalam Belajar menggunakan Digital Marketing**



Sumber: Kegiatan Pengabdian (2022).

#### HASIL LUARAN YANG DICAPAI

No	Item	Keterangan
1	Publikasi Jurnal Nasional Terakreditasi	Artikel di Jurnal JIPSINDO di Universitas Negeri Yogyakarta, sebagai Jurnal Nasional Terakreditasi Sinta 3 dengan status “ <i>In-Review</i> ”. Adapun judul artikel “ <b>PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM SEBAGAI SUMBER BELAJAR IPS</b> ”. Bukti Submitted dan In-Review pada Lampiran 4.
2	Publikasi pada media massa cetak/online/repository PT	Dari 3 Media Online yang kami hubungi untuk penerbitan berita online, ada 2 yang terbit dan 1 dalam proses yaitu pada <i>sabanua.com</i> ( <a href="https://sabanua.com/prodi-pendidikan-ips-ulm-gelar-pelatihan-marketing-bagi-umkm/">https://sabanua.com/prodi-pendidikan-ips-ulm-gelar-pelatihan-marketing-bagi-umkm/</a> ) dan <i>Jendela IPS</i> ( <a href="https://jendelaiips.ulm.ac.id/2022/07/21/pelatihan-digital-marketing-untuk-umkm-keluarahan-banua-anyar/">https://jendelaiips.ulm.ac.id/2022/07/21/pelatihan-digital-marketing-untuk-umkm-keluarahan-banua-anyar/</a> )
3	Video Kegiatan	Link Youtube: <a href="https://youtu.be/ti1XCqr3JTA">https://youtu.be/ti1XCqr3JTA</a>
4	Seminar Lahan Basah 2022	Mengikuti kegiatan Seminar Lahan Basah LPPM Universitas Lambung Mangkurat pada 1-2 November 2022 di Hotel Aria Barito Banjarmasin dan Bukti <i>Letter of Acceptance</i> (LoA) dilampirkan.
5	Poster	Dilampirkan (Draft)

## **BAB 6**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Simpulan**

Kegiatan pelatihan digital marketing ini dilakukan dengan dua kegiatan. Pertama, pemaparan dan diskusi berkaitan dengan strategi pemasaran online terutama dalam pola penulisan deskripsi barang-barang yang akan dipasarkan untuk produk UMKM di kelurahan Banua Anyar. Kedua, pelatihan penggunaan teknologi dan aplikasi yang mampu menunjang pemasaran online produk-produk mereka terutama juga teknik pemotretan produk-produk UMKM.

Kegiatan Digital Marketing ini mampu memberikan kemudahan untuk para UMKM untuk memperluas akses pemasaran hasil produk UMKM, selain itu antusias dari para peserta yang mengikuti kegiatan ini dalam mengikuti pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas dari pemasaran hasil produk mereka secara digital bisa dipasarkan secara luas baik di kota Banjarmasin itu sendiri ataupun luar kota Banjarmasin.

#### **6.2. Saran**

Kepada Pemerintah Kota Banjarmasin untuk bisa mengembangkan lagi UMKM yang khususnya dalam perkembangan pemasaran, pelatihan ataupun dalam bentuk lainnya yang mampu meningkatkan mutu UMKM.

Kepada developer pengembang aplikasi kami harapkan selanjutnya bisa mengembangkan aplikasi sederhana yang bisa membantu para UMKM ini dalam memasarkan produk-produk mereka di masyarakat, ataupun mengembangkan soft skill masyarakat dalam mengenal digitalisasi pemasaran dan tindak penipuan dalam berbisnis online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Aprillia, H. (2021). Peningkatan Kapasitas Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Digital Marketing. *JABN*, 2(2), 62-71.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Ascharisa, M. A. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1, 147-157.
- Ascharisa, M. A. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1, 147-157.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah serta solusinya. *Info Singkat*, 13(10), 19-24.
- Dewi, I. R. (2022, Juni 09). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?*. Dikutip dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Harini, M. C., Wulan, M., Agustina, F. (2021). *Digital Marketing Bagi UMKM*. Media Sains Indonesia.
- Hasanah, M., Juliana, N., & Kiranti, K. P. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era.
- Komalasari, Y., Suryantari, E. P., & Krismawintari, N. P. D. (2020, December). Strategi Digital Marketing Bagi Ukm Menghadapi Badai Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* (Vol. 3).
- 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), 119-130.
- Putra, M. A. H., Rajiani, I., Izmi, N., & Hayati, A. (2021). T-shirt Design Training for the Young Generation in Banua Anyar by using Corel Draw. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1), 52-59.
- Putro, H. P. N., Rusmaniah, R., Jumriani, J., Handy, M. R. N., & Mutiani, M. (2021). Business Development Strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Kampung Purun. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 23-32.
- Riswan, R., Rajiani, I., Handy, M. R. N., Abbas, E. W., & Rusmaniah, R. (2022). The Role of Economic in Social Studies Education. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 144-151.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif Social Studies*. Feri Sulianta Lab's.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Syahrudin, S., & Mutiani, M. (2020). *Strategi Pembelajaran IPS: Konsep dan Aplikasi*. Program Studi Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.

- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*. Caremedia Communication.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6-13.
- Yuniar, R., Hasanah, M., Handy, M. R. N., Subiyakto, B., & Putra, M. A. H. (2022). Creative Economy on UMKM Sulam Arguci in Banjarbaru as a Learning Resource on Social Studies. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 134-143.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Digital Marketing













## Lampiran 2

Video Youtube

Link Video YouTube: <https://youtu.be/ti1XCqr3JTA>



youtube.com/watch?v=ti1XCqr3JTA

Telusuri

YouTube

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

**PENGABDIAN MASYARAKAT**

“Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin”

SELAMAT DATANG  
DI KELURAHAN  
BANUA ANYAR

0:02 / 3:57

**BANUA ANYAR**

**Digital Marketing Untuk UMKM Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin**


17 x ditonton 31 Agu 2022 Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin [PDWA Universitas Lambung Mangkurat Tahun 2022]

5 Tidak suka Bagikan Klip Simpan ...

## Lampiran 3 Publikasi Berita

<https://sabanua.com/prodi-pendidikan-ips-ulm-gelar-pelatihan-marketing-bagi-umkm/>

Pencarian  Kontak Indeks 🔍



Nasional **Covid-19** Kalimantan Selatan Kriminal & Hukum Tapin Banjarmasin Banjar HSU Tanah Laut Olahraga


Polling Bakal Calon Bupati Tapin **🔴**

Beranda > Banjarmasin >

Banjarmasin, Kalimantan Selatan

### Prodi Pendidikan IPS ULM Gelar Pelatihan Marketing Bagi UMKM

(5/00) Sabanua.Com  
28 Agustus 2022



Banjarmasin, sabanua.com – Program Studi Pendidikan IPS gelar kegiatan pengabdian masyarakat pelatihan digital marketing untuk UMKM dalam upaya penunjang kegiatan promosi dan pemasaran di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin.

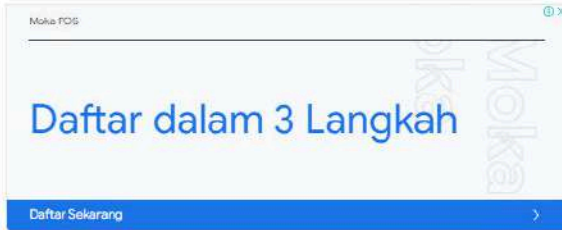
Pengabdian ini bekerja sama dengan Kelurahan Banua Anyar dan mitra UMKM yang ada di sekitar Kelurahan. Dan dihadiri oleh para dosen Program Studi Pendidikan IPS yaitu, Muhammad Ridha Ihami M.Pd., Muhammad Adhitya Hidayat Putra M.Pd., Jumriani, M.Pd., Muzeni, M.Pd., dan Muhammad Rezky Noor Hendy, M.Pd.,

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para UMKM dalam memasarkan atau promosi produk yang dibuatnya dengan pemanfaatan Media digital.

Sehingga Pelatihan ini nanti akan memberikan wawasan lebih banyak kepada UMKM dalam pemanfaatan media digital.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat beberapa agenda dalam pelaksanaannya yaitu pelatihan media digital sebagai tempat promosi dan pemasaran produk.

Selain itu, para UMKM pada kegiatan ini diajarkan bagaimana cara memfoto produknya sehingga kelihatan lebih menarik para konsumen terutama konsumen yang ada di media sosial.




Harapannya setelah dilaksanakannya kegiatan ini dapat memberikan dan meningkatkan softskill kepada mitra UMKM Kelurahan Banua Anyar dalam Pemasaran dan Promosi Produknya.

Tujuan kegiatan ini dilakukan agar Program Studi Pendidikan IPS dapat kerja sama dengan Mitra UMKM Kelurahan Banua Anyar dalam membantu Pemasaran produk mereka di dalam dunia digital marketing baik dalam hal take foto produk mereka maupun belajar bagaimana pembuatan produk tersebut.

Komentar

Baca Juga



#### Update Berita

- 29 Agustus 2022 Peduli Kemiskinan, PT BRE Siap Bantu Makanan Darurat Bencana
- 29 Agustus 2022 Dukung Penurunan Stunting, PT BRE Berikan Alat Bantu Stunting
- 28 Agustus 2022 Prodi Pendidikan IPS ULM Gelar Pelatihan Marketing Bagi UMKM

Selengkapnya →

#### Berita Terpopuler

- 14 Februari 2022 Penggunaan Kontrasepsi di Tapin Capai 70 Persen
- 7 Maret 2022 Partai Golkar Usung H Yamani Sebagai Bakal Calon Bupati Tapin
- 1 Agustus 2022 Expo BUMDes di Duta Mall, Dayak Mancabung Gelar Ritual Kalangkangmontit
- 26 Maret 2022 Kodim 1010/Tapin Tanam 2000 Bibit Jahe
- 14 Mei 2022 Tempat Hiburan Malam Makin Menjamur, Satpol PP Akan Lakukan Tindakan Tegas
- 14 Agustus 2022 Jemput Anak Dibawah Umur Untuk Dicabuli, Seorang Pemuda Diamankan Polres Tapin

<https://jendelaips.ulm.ac.id/2022/07/21/pelatihan-digital-marketing-untuk-umkm-keluarahan-banua-anyar/>

The screenshot shows the homepage of the Jendela IPS portal. The header features the logo and name 'JENDELA IPS' with the tagline 'PORTAL PERS MAHASISWA BERBASIS ONLINE DIKELOLA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN IPS FKIP ULM'. A navigation menu includes links for 'TENTANG', 'SOSIAL', 'SEJARAH & BUDAYA', 'PIPS INSPIRASI', 'PIPS NEWS', 'PENDIDIKAN', 'KOLOM BANUA', 'KEWIRAUSAHAAN', and 'SEMINAR'. A search bar is located on the right side of the menu.

The main content area displays a news article titled 'Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Keluarahan Banua Anyar' dated July 21, 2022. The article text is as follows:

Banjarmasin-Program Studi Pendidikan IPS Melaksanakan Kegiatan Pengabdian Masyarakat "Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Keluarahan Banua Anyar Kota Banjarmasin" pada hari Selasa , tanggal 28 Juni 2022. Pengabdian ini bekerja sama dengan Keluarahan Banua Anyar dan mitra UMKM yang ada di Keluarahan tersebut.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para UMKM dalam memasarkan atau promosi produk yang dibuatnya dengan pemanfaatan Media digital. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan yang dibuka oleh Dr. Syaharuddin, M. A, selaku Ketua Pelaksana dan Sambutan oleh H. Muhammad Saleh Selaku Lurah Banua Anyar, kemudian kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang Pelatihan Digital Marketing. Sehingga pelatihan ini nanti akan memberikan wawasan lebih banyak kepada UMKM dalam pemanfaatan media digital.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat beberapa agenda dalam pelaksanaannya yaitu agenda utama Pelatihan media digital sebagai tempat promosi dan pemasaran produk, para UMKM pada kegiatan ini dilatih bagaimana cara memfoto produknya sehingga kelihatan lebih menarik para konsumen terutama konsumen yang ada di media sosial. Salah satu cara yang dicontohkan oleh para dosen yang berpengalaman dalam mempromosikan produknya yaitu bagaimana cara memfoto produk minuman dengan memunculkan embun di sekitar peroduk tersebut, yaitu dengan cara disemprot dengan air di alat penyemprot seperti penyemprot pembersih kaca biasanya. Selain itu diberikan contoh juga bagaimana memfoto makanan yang masih mengeluarkan asap, sebagai penenda bahwa makanan tersebut baru saja dibuat.

On the right side of the page, there is a search bar with the text 'Cari ...' and a 'Cari' button. Below it is a section titled 'POSTINGAN TERBARU' containing a list of recent posts:

- » Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Keluarahan Banua Anyar
- » Workshop Kelayakan Penulisan jurnal internasional Terakreditasi
- » Produksi Jengkol, Desa Pinggiran ini Menjadi Sorotan Publik
- » Melestarikan Kebudayaan Kalimantan Selatan dengan Usaha Mewarna Kain Sasirangan

At the bottom right, there is a banner for 'PORTAL OF NEWS ABOUT SOCIAL'.

**Lampiran 4**

**Draft Naskah Artikel Publikasi Jurnal pada Sinta 3 JIPSINDO (UNY) (Status Artikel Jurnal *In-Review*)**

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM SEBAGAI SUMBER BELAJAR IPS**

**Oleh**

**Syahrudin**

Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin  
*syahar@ulm.ac.id*

**Muhammad Rezky Noor Handy**

Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin  
*rezky.handy@ulm.ac.id*

**Ismi Rajiani**

Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin  
*rajiani@ulm.ac.id*

**Muhammad Adhitya Hidayat Putra**

Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin  
*adhitya.hidayat@ulm.ac.id*

**Jumriani**

Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin  
*jumriani@ulm.ac.id*

*Submitted: dd-mm-yy*

*Reviewed: dd-mm-yy*

*Accepted: dd-mm-yy*

**Abstrak**

UMKM selama pandemic covid-19 ini mengalami penurunan omset hasil jualan mereka selain itu pola penjualan hasil produk yang masih sangat sederhana juga menjadikan penjualan mereka tidak sebanyak dari toko-toko besar. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana *digital marketing* dalam upaya peningkatan pemasaran produk UMKM di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin dari Teknik Pemasaran dan Teknik Pemotretan barang-barang UMKM, dan relevansi pelatihan digital marketing UMKM sebagai Sumber Belajar IPS. Metode yang digunakan pada artikel ini adalah kualitatif dan ditulis dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 28 – 29 Juni 2022 di Kelurahan Banua Anyar, selanjutnya menggunakan 1) reduksi data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian, 2) penyajian data dalam bentuk deskriptif, dan 3) penarikan kesimpulan berdasarkan temuan penelitian sehingga menggambarkan hasil penelitian secara sistematis. Pada bagian analisis hasil, penulis menggunakan studi literatur seperti artikel jurnal, buku dan berita-berita, selain itu juga didukung dengan hasil wawancara dengan lurah dan peserta kegiatan pelatihan. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan dua kegiatan. Pertama, pemaparan dan diskusi berkaitan dengan strategi pemasaran online untuk produk UMKM. Kedua, pelatihan penggunaan teknologi dan aplikasi yang mampu menunjang pemasaran online produk-produk mereka. Kegiatan Digital Marketing ini mampu memberikan kemudahan untuk para UMKM untuk memperluas

akses pemasaran hasil produk UMKM, selain itu antusias dari para peserta yang mengikuti kegiatan ini dalam mengikuti pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas dari pemasaran hasil produk mereka secara digital, selain itu dari pelatihan ini relevansinya dalam materi ajar IPS tingkat SMP yaitu Kegiatan Ekonomi (Produksi, Distribusi dan Konsumsi) kaitannya dengan IPTEK & Peran Kewirausahaan dalam membangun ekonomi Indonesia.

**Kata Kunci:** Pelatihan Digital Marketing, UMKM & Sumber Belajar IPS.

#### **Abstract**

MSMEs during the COVID-19 pandemic experienced a decline in their sales turnover; in addition to the straightforward pattern of product sales, they also made their sales not as much as from big shops. This article aims to describe how digital marketing increases the marketing of MSME products in Banua Anyar Village, Banjarmasin City from Marketing Techniques and Photography Techniques for MSME goods and the relevance of MSME digital marketing training as a Social Studies Learning Resource. The method used in this article is qualitative and written from the results of community service activities carried out on June 28-29, 2022, in Banua Anyar Village, then using 1) data reduction that is not by the research focus, 2) data presentation in descriptive form and 3) drawing conclusions based on research findings to describe the research results systematically. In the analysis of the results, the author uses literature studies such as journal articles, books, and news; it is also supported by interviews with the village head and training participants. Service activities are carried out in two activities. First, exposure and discussion related to online marketing strategies for MSME products. Second, training on the use of technology and applications that can support the online marketing of their products. This Digital Marketing activity can provide convenience for MSMEs to expand access to the marketing of MSME products; besides the enthusiasm of the participants who take part in this activity, participating in this training is expected to be able to improve the quality of marketing their products digitally, apart from this the relevance of this training in social studies teaching material for junior high school level, namely Economic Activities (Production, Distribution, and Consumption) about science and technology & the role of entrepreneurship in developing the Indonesian economy.

**Keywords:** Digital Marketing Training, MSMEs & Learning Resources on Social Studies.

#### **Pendahuluan**

Perkembangan situasi dan kondisi teknologi saat ini sangatlah dinamis sekali, setiap individu banyak menggunakan gadget dan internet dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Anggia & Shibab, 2018; Ascharisa, 2018). Mengutip dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 sendiri bahwa pengguna Internet di Indonesia sendiri mencapai 210 juta penduduk atau sekitar 77% dari total penduduk di Indonesia, sektor yang paling banyak bergerak adalah Pendidikan melalui pembelajaran Daring dengan video conference, lalu sektor ekonomi berkaitan dengan e-commerce seperti siaran langsung untuk memasarkan barang ataupun menjualnya melalui marketplace



(Dewi, 2022). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Komalasari et al, 2020; Naimah et al, 2020).

Pemasaran sering kali banyak dianggap oleh orang-orang dalam artian yang sederhana adalah promosi atau pengiklanan saja. Tapi pada dasarnya pemasaran merupakan konsep yang sangat kompleks yang digunakan dalam Menyusun rencana yang komprehensif untuk menciptakan kesadaran tentang bisnis, meningkatkan basis pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mempromosikan produk dan merek hasil usaha mereka, serta membangun *brand* (Harini et al., 2021). Sehingga pentingnya pemasaran itu sendiri bagi para pengusaha menjadikan produk-produk baik barang ataupun pemberian jasa yang mereka hasilkan ini menjadi konsumsi bagi khayalak yang membutuhkan.

Disamping itu Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sejak tahun 2020 sampai dengan sekarang menjadi permasalahan yang sangat pelik dalam semua aspek kehidupan terutama kegiatan perekonomian yang semakin hari semakin lesu, hal ini sangat berdampak terhadap masyarakat dunia terutama untuk kelas menengah ke bawah. Imbasnya adalah Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan terkena imbas dari pandemi virus corona, sangat parahnya sector ekonomi terutama UMKM saat masa pandemic ini menjadikan pentingnya bagaimana meningkatkan kembali penjualan produk-produk mereka ke pasaran terutama dalam menggunakan berbagai cara salah satunya mungkin dengan Langkah memanfaatkan internet (Arianto, 2020; Syifa et al, 2021). Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, mayoritas UMKM sebesar 82,9% merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya 5,9% yang mengalami pertumbuhan positif. Kondisi Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. Survei KIC tersebut juga menunjukkan para UMKM melakukan sejumlah upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. Mereka melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/pemasaran. Meski begitu, ada juga UMKM yang mengambil Langkah sebaliknya, yaitu menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan (Bahtiar, 2021).

UMKM yang berada di Kota Banjarmasin selama masa pandemic covid-19 ini sangatlah lesu, selain itu para pengusaha UMKM sendiri mengeluhkan kalahnya mereka dalam pemasaran barang-barang yang mereka produksi, sehingga ini menjadi suatu masalah dalam masyarakat itu sendiri terutama bagaimana pengembangan UMKM selama masa pandemic yang sangat menurunkan perekonomian secara global (Hasanah et al., 2021). Dengan berkaca pada rendahnya hasil pendapatan dari para UMKM dan juga bagaimana proses penjualan mereka yang sederhana dengan menjual secara konvensional saja dirumah ataupun toko saja, maka pelatihan digital marketing diharapkan mampu meningkatkan mutu, kualitas dan hasil produk UMKM ke masyarakat secara luas (Abdurrahman et al., 2021), maka tujuan penulisan dari artikel ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana *digital marketing Teknik Pemasaran secara daring dan Teknik Pemotretan produk UMKM* dalam upaya peningkatan pemasaran kegiatan UMKM di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin, dan dengan Analisa sederhana melihat relevansi dari kegiatan UMKM dan pelatihan digital marketing ini dengan materi ajar IPS pada tingkat SMP/MTs.

### **Metode**

Metode yang digunakan pada penulisan artikel ini adalah metode kualitatif dan hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada 28-29 Juni 2022 di Kelurahan Banua Anyar, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin. Pelaksanaan program ini akan dilaksanakan 2 jenis kegiatan, yaitu: (a) *Workshop* strategi penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk UMKM ;(b) Pelatihan penggunaan berbagai platform aplikasi penjualan ataupun media sosial melalui metode langsung, sesuai dengan kondisi lapangan. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan terlebih dahulu akan disusun materi pelatihan dan *workshop* dan kegiatan ini dilaksanakan secara *full day* atau sehari penuh selama 2 hari, dengan juga menggunakan .

Selanjutnya penulis menggunakan berbagai literatur pendukung dengan dianalisa sesuai dengan kebutuhan dalam penerapan teoritik dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut sehingga menghasilkan artikel yang utuh, selain itu juga didukung dengan hasil wawancara dengan lurah Banua Anyar dan peserta kegiatan pelatihan ini yang terdiri dari pengusaha UMKM di Kelurahan Banua Anyar antara lain yaitu Ibu Asiah, Ibu Juwairiah dan Ibu Aulia, selanjutnya dari kegiatan pelatihan digital marketing ini dilihat bagaimana relevansinya terhadap materi ajar IPS SMP dengan dijadikan sebagai sumber belajar IPS (Zed, 2004; Sugiyono, 2018; Putra et al., 2021).

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan ini berfokus pada pelatihan digital marketing dalam upaya peningkatan pemasaran produk UMKM di Kelurahan Banua Anyar, Kota Banjarmasin; kegiatan ini dilaksanakan pada 28 – 29 Juni 2022 di Aula Kelurahan Banua Anyar. Peserta yang hadir adalah para pengusaha UMKM baik yang individu ataupun kelompok-kelompok usaha masyarakat yang berada di wilayah kelurahan Banua Anyar. Produk-produk UMKM yang berada di Banua Anyar sendiri kebanyakan adalah kuliner-kuliner tradisional ataupun olahan panganan khas Banjar seperti *wadai* (kue) Babungku, Sirop Soda Banjar, Sambal *Uyah Wadi*, ataupun panganan lainnya seperti Empek-Empek dan Cake Bolu, ataupun seperti Kerupuk *Iwak Haruan* (Ikan Gabus) dan Amplang *Iwak Haruan* khas Banjar.

Oleh karenanya, masyarakat pemilik usaha perlu memikirkan cara-cara agar dapat bertahan selama pandemi. Banyak dari para pengusaha ini sangat tertekan dan sulit mengembangkan usahanya walaupun sudah banyak melakukan kegiatan pemasaran dan promosi. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Untuk itu UMKM ini perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan *digital marketing* agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi (Harini et al., 2021; Ascharisa, 2018).

Saat ini Media Sosial adalah aplikasi berbasis internet yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Banyak kasus yang mengatakan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi saja tetapi juga digunakan sebagai strategi pemasaran. Sehingga ini menjadi wadah yang sangat besar dan signifikan untuk dimanfaatkan oleh para pengusaha terutama bagaimana UMKM bisa masuk ke dalam sana dan melebarkan sayap usaha mereka (Syahputro, 2020; Fitriyana et al., 2021; Aprilia, 2021).

Perkembangannya yang amat pesat saat ini terutama saat masa pandemic ini, media digital terutama internet bagaimana media-media sosial dan *e-commerce* menjadi salah satu daya tarik dari masyarakat untuk berbelanja tanpa keluar rumah pun bisa mendapatkan barang yang mereka beli hanya dengan menggunakan gadget. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya pelatihan untuk menggunakan media tersebut dalam meningkatkan penjualan produk-produk mereka kepada masyarakat yang sekarang lebih banyak menggunakan gadget mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga peningkatan strategi dalam memasarkan produk UMKM sangatlah penting dalam guna

daya mereka meningkatkan perekonomian mereka (Anggia, 2018; Putra et al., 2021; Putro et al., 2021).



**Gambar 1. Pemaparan Materi Mengenai Strategi Pemasaran Online oleh Ibu Rusmaniah**  
**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Materi yang disampaikan dari para narasumber sendiri berfokus pada beberapa aspek seperti:

- 5) Strategi pemasaran pertama produk barang-barang UMKM yang berada di kelurahan Banua Anyar yang banyak berkecimpung dalam bidang kuliner-kuliner tradisional khas Banjar, bagaimana menonjolkan kekhasan dari produk yang mereka pasarkan ke masyarakat;
- 6) Strategi berikutnya adalah membuat konten kreatif ataupun juga deskripsi dari produk-produk hasil UMKM ini dengan bahasa penyampaian yang menarik dan tidak kaku, dengan harapan mampu menarik para pelanggan yang akan membeli barang mereka;
- 7) Strategi berikutnya adalah membuat promosi dan *give away* kepada para pelanggan dan calon pembeli dari hasil produk-produk UMKM;
- 8) Strategi selanjutnya adalah meningkatkan kualitas foto yang akan ditampilkan pada media social ataupun e-commerce, seperti Facebook, TikTok dan Instagram untuk media social yang banyak digunakan saat ini;



**Gambar 2. Pemaparan Materi tentang Teknik Memotret Produk oleh Bapak Dhimas Pratama Nindya Putra Sari.  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Selanjutnya adalah Teknik Pemotretan untuk produk-produk UMKM yang disampaikan oleh narasumber ke-2 itu berfokus pada tips dan trik dalam pengambilan foto untuk barang-barang produk UMKM, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 11) Mempersiapkan Ruangan dan Tempat
- 12) Memasang Background/Latar
- 13) Pencahayaan Alami ataupun Pencahayaan bantuan
- 14) Setting Kamera Ponsel
- 15) Pengambilan Foto dari berbagai sudut
- 16) Pengaturan Fokus pada Kamera Ponsel
- 17) Menghindari Fitur Zoom/Pembesar pada Kamera
- 18) Penggunaan Model sebagai contoh gambaran pada Foto Produk
- 19) Mempersiapkan peralatan bantuan seperti ringlight, tripod ataupun lainnya
- 20) Menggunakan Aplikasi bantuan

Dari tips dan trik yang dipaparkan tersebut menarik perhatian dari para peserta itu sendiri dan mereka mencoba dalam memotret produk-produk hasil UMKM mereka ini, berikut adalah contoh hasil dari Teknik memotret yang dibantu oleh narasumber dan panitia dalam kegiatan ini:



**Gambar 3. Foto-Foto Produk Hasil UMKM Kuliner Kegiatan Pelatihan Pemotretan Menggunakan Ponsel**  
**Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)**

Lurah Banua Anyar memberikan arahan dan himbauan kepada peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini sendiri bahwa pentingnya pelatihan digital marketing ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pemasaran dan juga memberikan pengalaman baru kepada para pengusaha UMKM itu sendiri, selain itu harapan keberlanjutan dalam kegiatan pelatihan ini tidak hanya terhenti sampai dengan hari pelatihan saja tetapi ilmu yang didapatkan diharapkan mampu mengembangkan usaha pemasaran mereka kedepannya dalam mengembangkan perekonomian masyarakat pasca pandemic. Kegiatan pelatihan ini juga terus melakukan *follow up* kepada para peserta yang hadir dalam pelatihan ini selanjutnya di tempat usaha UMKM itu sendiri.

Salah satu peserta kegiatan yang hadir yaitu Ibu Asiah (52 Tahun) dan Ibu Juwairiah (26 Tahun) dari kelompok UMKM “Usaha Kita” menyampaikan bahwa kebanyakan dari UMKM yang berada di kelurahan Banua Anyar itu sendiri adalah penjualan yang masih konvensional, lingkup penjualan yang tidak luas, kurang mendeskripsikan hasil jualan yang dijual secara online, foto-foto yang kurang menarik ataupun kurang estetik ini pun menjadi kelemahan-kelemahan dari pemasaran mereka, dengan adanya pelatihan ini diharapkan mampu mengembangkan hasil produk-produk UMKM kelurahan Banua Anyar lebih dikenal lagi oleh masyarakat baik di kota Banjarmasin sendiri ataupun luar kota Banjarmasin.

Kegiatan dari pelatihan ini diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas dari bagaimana cara pejualan produk-produk UMKM dari warga Kelurahan Banua Anyar, terutama dari pengenalan bentuk-bentuk digitalisasi dari penjualan saat ini seperti marketplace yang sering digunakan banyak orang ataupun media social yang saat ini digandrungi oleh masyarakat seperti Instagram dan Facebook ataupun aplikasi pesan langsung seperti WhatsApp, selanjutnya adalah pengembangan dari penyamapain deskripsi barang untuk menarik pelanggan, hingga teknik memotret barang-barang produk UMKM mereka. Terdapat berbagai hambatan dalam pelaksanaan kegiatan ini seperti kurangnya minat para calon peserta yang didatangi saat melakukan survey lapangan, dari 25 peserta yang diundang hanya sekitar 60% yang hadir saat itu atau sekitar 15 peserta, selanjutnya adalah kurang memahaminya para peserta dalam penggunaan teknologi dan aplikasi yang terdapat pada gadget yang mereka gunakan hal inilah yang sebenarnya harus menjadi *opportunity* atau kesempatan yang bisa dimanfaatkan oleh pengusaha UMKM di keluarahan Banua Anyar ini untuk meningkatkan kemampuan literasi digital untuk mengembangkan pemasaran UMKM mereka, tindakan berikutnya adalah tanya jawab dari para peserta dan kegiatan lanjutan setelah pelatihan ini di tempat usaha MKM warga Banua Anyar khususnya memberikan arahan terutama dalam kegiatan teknik pemotretan barang dan pola penulisan deskripsi barang produk UMKM yang akan dipasarkan atau dijual secara online.

Selanjutnya dalam melihat relevansi dari UMKM dan Digital Marketing sendiri dengan merujuk pada materi ajar IPS tingkat SMP/MTs itu sendiri bisa dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1. Relevansi UMKM dan Pelatihan Digital Marketing sebagai Sumber Belajar IPS Kelas VII Semester 2**

Kompetensi Dasar	Materi Pembelajaran	Indikator	Relevansi UMKM dan Pelatihan Digital Marketing Sebagai Sumber Belajar IPS
3.3 Memahami konsep interaksi antara manusia dengan ruang sehingga menghasilkan berbagai kegiatan ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, permintaan, dan	✓ Kegiatan ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi) kaitannya dengan perkembangan iptek. ✓ Peran	✓ Menjelaskan kegiatan produksi ✓ Menjelaskan kegiatan distribusi ✓ Menjelaskan kegiatan konsumsi	✓ Pelatihan Digital Marketing khususnya untuk UMKM di Kelurahan Banua Anyar dalam upaya peningkatan peran pentingnya pengembangan literasi digital kepada

penawaran) dan interaksi antarruang untuk keberlangsungan kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya Indonesia.	kewirausahaan dalam membangun ekonomi Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menjelaskan peran IPTEK dalam kegiatan ekonomi</li> <li>✓ Menjelaskan peran kewirausahaan dalam membangun ekonomi Indonesia</li> </ul>	<p>masyarakat khususnya pengusaha UMKM yang dimana barang-barang produksi tersebut harus didistribusikan atau didagangkan kepada para konsumen mereka dimanapun berada, oleh sebab itu pentingnya pelatihan digital marketing khususnya dalam peningkatan kualitas penawaran kepada para calon pembeli melalui media internet khususnya pada media social ataupun marketplace yang tersedia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk dari kegiatan perekonomian masyarakat yang bergerak dalam peningkatan perekonomian masyarakat khususnya dengan pengembangan IPTEK pada penggunaan berbagai aplikasi ataupun teknologi dalam pemasaran produk-produk unggulan dari UMKM yang mereka geluti.</li> </ul>
--	---	---	--

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Kompetensi Dasar “3.3 Memahami konsep interaksi antara manusia dengan ruang sehingga menghasilkan berbagai kegiatan ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, permintaan, dan penawaran) dan interaksi antarruang untuk keberlangsungan kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya Indonesia” pada materi “Kegiatan Ekonomi (Produksi, Distribusi dan Konsumsi) kaitannya dengan IPTEK” &



“Peran Kewirausahaan dalam membangun ekonomi Indonesia”, itu sendiri adalah bagaimana pentingnya dari pemahaman terhadap literasi digital itu sendiri dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam pengembangan pada individu ataupun kelompok memanfaatkan alat-alat teknologi yang sehari-hari digunakan seperti handphone dengan system operasi Android ataupun iOS untuk pemasaran barang-barang produksi mereka, selanjutnya pendistribusian barang baik secara daring selama masa pandemic Covid-19 ini, bisa juga dengan melakukan kontak langsung melalui media social atau aplikasi chatting seperti WhatsApp ataupun dijual secara langsung kepada konsumennya, peningkatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada masyarakat Banua Anyar itu sendiri diharapkan mampu menjadi penggerak kegiatan ekonomi digital dalam beberapa waktu kedepannya sehingga peran dari IPTEK menjadi kekuatan yang nyata dalam peningkatan perekonomian masyarakat, pentingnya IPTEK itu sendiri dalam kegiatan ekonomi adalah dalam upaya eksistensi kegiatan kewirausahaan masyarakat dalam rangka peningkatan ekonomi masyarakat itu sendiri sebagai roda penggerak ekonomi teras masyarakat, penebangan potensi sumber daya manusianya pun harus secara seimbang dalam menerapkan IPTEK yang diharapkan mampu menjadi solusi dalam membantu kegiatan perekomian masyarakat itu sendiri (Sulianta, 2020; Syaharuddin & Mutiani, 2020; Yuniar et al., 2021; Riswan et al., 2022).

### **Simpulan**

Kegiatan pelatihan digital marketing ini dilakukan dengan dua kegiatan. Pertama, pemaparan dan diskusi berkaitan dengan strategi pemasaran online terutama dalam pola penulisan deskripsi barang-barang yang akan dipasarkan untuk produk UMKM di kelurahan Banua Anyar. Kedua, pelatihan penggunaan teknologi dan aplikasi yang mampu menunjang pemasaran online produk-produk mereka terutama juga teknik pemotretan produk-produk UMKM. Kegiatan Digital Marketing ini mampu memberikan kemudahan untuk para UMKM untuk memperluas akses pemasaran hasil produk UMKM, selain itu antusias dari para peserta yang mengikuti kegiatan ini dalam mengikuti pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas dari pemasaran hasil produk mereka secara digital bisa dipasarkan secara luas baik di kota Banjarmasin itu sendiri ataupun luar kota Banjarmasin. Selanjutnya adalah relevansi dari Pelatihan Digital Marketing terhadap UMKM Kelurahan Banua Anyar sebagai sumber belajar IPS tingkat SMP kelas VII Semester 2 pada materi pembelajaran “Kegiatan Ekonomi (Produksi, Distribusi dan Konsumsi) kaitannya dengan IPTEK” & “Peran

Kewirausahaan dalam membangun ekonomi Indonesia”, yang dimana kegiatan pelatihan ini menjadi contoh dan bentuk nyata bagaimana pentingnya kewirausahaan atau UMKM dan IPTEK dalam menggerakkan perekonomian masyarakat pada era digitalisasi saat ini.

### Referensi

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Aprillia, H. (2021). Peningkatan Kapasitas Umkm Kuliner Melalui Pelatihan Digital Marketing. *JABN*, 2(2), 62-71.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Ascharisa, M. A. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1, 147-157.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah serta solusinya. *Info Singkat*, 13(10), 19-24.
- Dewi, I. R. (2022, Juni 09). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?*. Dikutip dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Harini, M. C., Wulan, M., Agustina, F. (2021). *Digital Marketing Bagi UMKM*. Media Sains Indonesia.
- Hasanah, M., Juliana, N., & Kiranti, K. P. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era.
- Komalasari, Y., Suryantari, E. P., & Krismawintari, N. P. D. (2020, December). Strategi Digital Marketing Bagi Ukm Menghadapi Badai Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* (Vol. 3).
- 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), 119-130.
- Putra, M. A. H., Rajiani, I., Izmi, N., & Hayati, A. (2021). T-shirt Design Training for the Young Generation in Banua Anyar by using Corel Draw. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1), 52-59.
- Putro, H. P. N., Rusmaniah, R., Jumriani, J., Handy, M. R. N., & Mutiani, M. (2021). Business Development Strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Kampung Purun. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 23-32.
- Riswan, R., Rajiani, I., Handy, M. R. N., Abbas, E. W., & Rusmaniah, R. (2022). The Role of Economic in Social Studies Education. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 144-151.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuatintatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sulianta, F. (2020). *Literasi Digital, Riset dan Perkembangannya dalam Perspektif Social Studies*. Feri Sulianta Lab's.

- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Syahrudin, S., & Mutiani, M. (2020). *Strategi Pembelajaran IPS: Konsep dan Aplikasi*. Program Studi Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*. Caremedia Communication.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6-13.
- Yuniar, R., Hasanah, M., Handy, M. R. N., Subiyakto, B., & Putra, M. A. H. (2022). Creative Economy on UMKM Sulam Arguci in Banjarbaru as a Learning Resource on Social Studies. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 134-143.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

Status Jurnal

The screenshot shows the author's active submissions page on the JIPSINDO website. The page layout includes a navigation bar, a sidebar with various services, and a main content area with a submission table and a refbacks section.

**Navigation Bar:** HOME | ABOUT | USER HOME | SEARCH | CURRENT | ARCHIVES | ANNOUNCEMENTS

**Sidebar (Left):**

- TEMPLATE
- Indexing: SINTA, GARUDA, Dimensions, Crossref, ScienceGate, Scilit

**Main Content Area:**

Home > User > Author > Active Submissions

### Active Submissions

ACTIVE ARCHIVE

ID	MM-DD SUBMIT	SEC	AUTHORS	TITLE	STATUS
54157	10-29	ART	Syahrudin, Handy, Rajiani, Putra,...	PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN...	IN REVIEW

1 - 1 of 1 Items

**Start a New Submission**  
[CLICK HERE](#) to go to step one of the five-step submission process.

### Refbacks

ALL NEW PUBLISHED IGNORED

DATE ADDED	HITS	URL	ARTICLE	TITLE	STATUS	ACTION
There are currently no refbacks.						

Publish Ignore Delete Select All

**REFERENCE TOOLS**

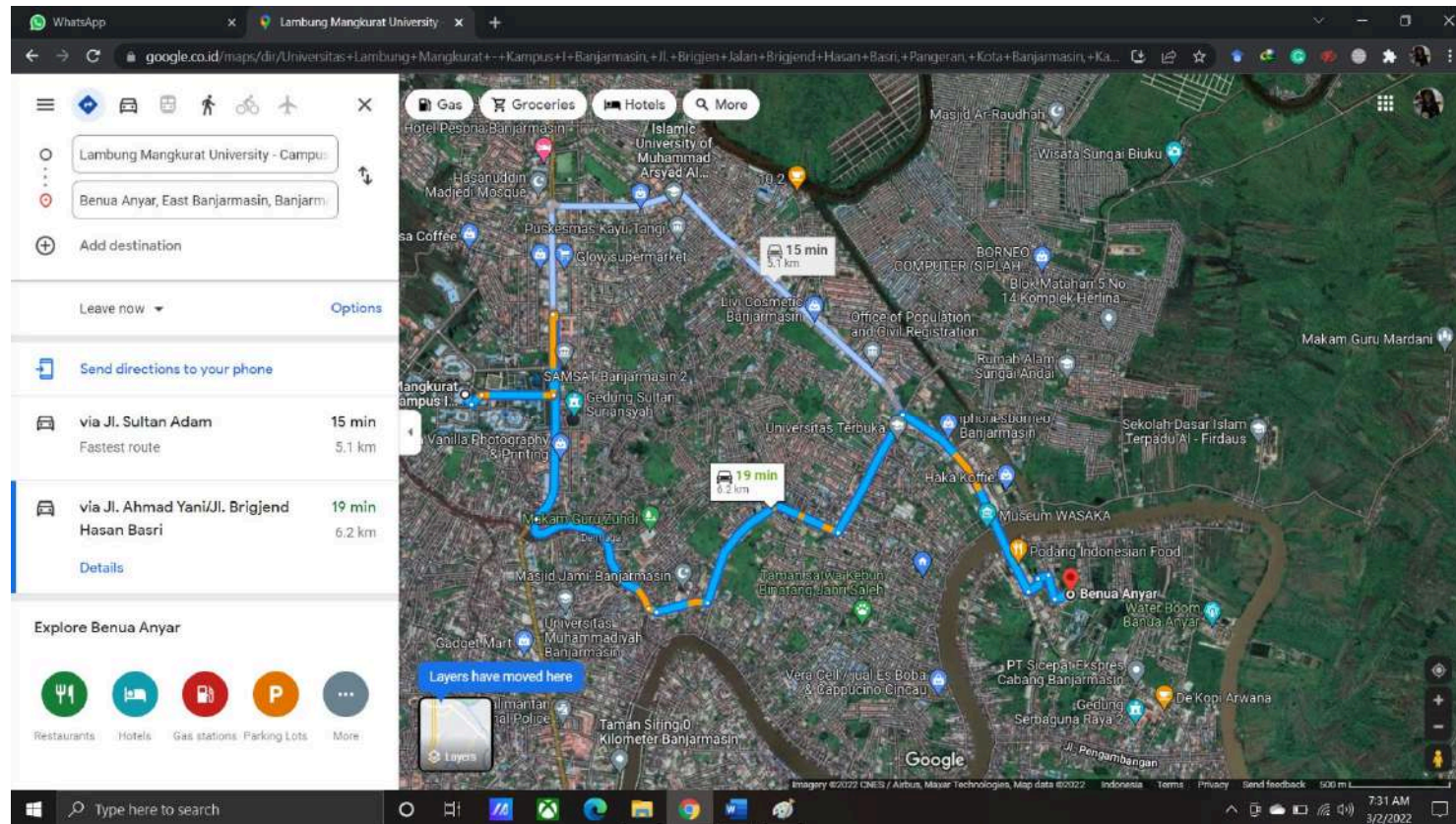
grammarly

**Right Sidebar:**

- Editorial Board
- Reviewer
- Publication Ethics
- Focus & Scope
- Author Guidelines
- Peer Review Process
- Screening of Plagiarism
- Retraction
- Journal History
- Author(s) Fee
- Contact
- Online Submission
- Visitor Statistic

## Lampiran 5

## Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat



Jarak dari Universitas Lambung Mangkurat ke Kelurahan Banua Anyar sekitar 6 KM

Sumber : *Google Maps, 2022.*

## Lampiran 7

### Surat Kerjasama Mitra

#### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : SITI JUWAIRIYAH
2. Jabatan : KETUA KELOMPOK
3. Nama IRT/ Kelompok : USAHA KITA
4. Bidang Usaha : PENGOLAHAN HASIL PERIKANAN
5. Alamat : JL. BENUA ANYAR

Menyatakan bersedia untuk bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan program PKM, guna menerapkan IPTEK dengan tujuan mengembangkan produk/ jasa atau target sosial lainnya, dengan :

Nama Ketua Tim Pengusul : Dr. Syaharuddin, S.Pd., M.A  
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat

Bersama ini pula kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa di antara Usaha Kecil/ Menengah atau Kelompok dan Pelaksanaan Kegiatan Program tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Banjarmasin, 2 Maret 2022



SITI JUWAIRIYAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN<sup>44</sup>  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Jl. Brigjen H. Hasan Basry Kotak Pos 219 Banjarmasin 70123

Telp/Fax : 3304177-3304195

Laman : <https://ulm.ac.id/>

---

**SURAT PERNYATAAN KETUA PENGUSUL**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Syaharuddin, S.Pd., M.A  
NIDN : 0001037404  
Pangkat/ Golongan : Penata/IIId  
Jabatan Fungsional : Letor Kepala

Dengan ini menyatakan bahwa proposal saya dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Untuk Umkm Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin” yang diusulkan dalam skema Program Dosen Wajib Mengabdikan (PDWA) untuk tahun anggaran 2022 bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penugasan yang sudah diterima ke Kas Negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Mengetahui,  
Ketua LPPM ULM,

Prof. Dr. Ir. H. Danang Biyatmoko, M.Si  
NIP. 196805071993031020

Banjarmasin, 05 Maret 2022

Menyatakan,



Dr. Syaharuddin, S.Pd., M.A  
NIP. 197403012002121004



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Jl. Brigjen H. Hasan Basry Kotak Pos 219 Banjarmasin 70123

Telp/Fax : 3304177-3304195

Laman : <https://ulm.ac.id/>

**SURAT PERNYATAAN ANGGOTA PENGUSUL**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd.

NIDN : 0013099203

Pangkat/ Golongan : Penata Muda Tk. I/ III b

Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

Fakultas : FKIP

Dengan ini menyatakan saya bersedia menjadi anggota pada usulan pengabdian dengan judul :  
"Pelatihan Digital Marketing Untuk Umkm Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin".

yang diusulkan dengan skema Program Dosen Wajib Mengabdikan (PDWA) untuk tahun anggaran 2022.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Mengetahui,  
Ketua LPPM ULM,

Banjarmasin, 5 April 2022

: menyatakan,



Prof. Dr. Ir. H. Danang Biyatmoko, M.Si  
NIP. 196805071993031020

Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd.  
NIP. 199209132019031016





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Jl. Brigjen H. Hasan Basry Kotak Pos 219 Banjarmasin 70123

Telp/Fax : 3304177-3304195

Laman : <https://ulm.ac.id/>

**SURAT PERNYATAAN ANGGOTA PENGUSUL**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM.  
NIDN : 0721026603  
Pangkat/ Golongan : Penata/ III c  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Fakultas : FKIP

Dengan ini menyatakan saya bersedia menjadi anggota pada usulan pengabdian dengan judul :  
"Pelatihan Digital Marketing Untuk Umkm Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin".  
yang diusulkan dengan skema Program Dosen Wajib Mengabdikan (PDWA) untuk tahun anggaran 2022.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Mengetahui,  
Ketua LPPM ULM,

Prof. Dr. Ir. H. Danang Biyatmoko, M.  
NIP. 196805071993031020



Banjarmasin, 5 April 2022  
menyatakan,

Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., MM.  
NIDN. 0721026603



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
PANITIA SEMINAR NASIONAL LAHAN BASAH  
Jl. Brigjen H. Hasan Basry Kotak Pos 219 Banjarmasin 70123  
Telp/Fax : [0511 3305240](tel:05113305240)



Banjarmasin, 25 Oktober 2022

Nomor : 143/UN8.2/PP/PDWA-SNLLB/X/2022  
Lampiran : 1 berkas  
Perihal : *Letter of Acceptance* (LoA) Seminar Nasional Lahan Basah 2022

Yth. Syaharuddin  
di Tempat

Berdasarkan abstrak yang dikirimkan, kami informasikan bahwa Bapak/Ibu diterima untuk mempresentasikan hasil pengabdian dalam **Presentasi Oral** pada Selasa-Rabu, 1-2 November 2022 di Hotel Aria Barito Banjarmasin dengan Judul :

**Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin**

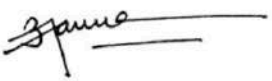
Selanjutnya, materi presentasi (ppt) harap dikirimkan paling lambat 29 Oktober 2022 melalui link berikut : <https://snllb.ulm.ac.id/materi2022>

Sedangkan *fullpaper* pengabdian (docx) harap dikirimkan paling lambat 12 November 2022 melalui link berikut: <https://snllb.ulm.ac.id/pengabdian2022>

Demikian disampaikan, atas partisipasi Bapak/Ibu dalam acara Seminar Nasional Lahan Basah 2022 diucapkan terimakasih.




Ketua LPPM ULM,

  
Prof. Dr. Ir. H. Danang Biyatnoko, M.Si.  
NIP. 19680507 199303 1 020



Ketua Pelaksana,

  
Dr. Leila Ariyani Sofia, S.Pi., M.P.  
NIP. 19730428 199803 2 002

# SERTIFIKAT

No. 143.996/UNS/PIAM/2022



Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Sertifikat diberikan kepada:

**Syahrudin**

Atas partisipasinya sebagai:

**Pemakalah Oral (Pengabdian)**

Pada Seminar Nasional Lahan Basah Tahun 2022 dengan tema "LPPM sebagai Core Novelty Riset dan Pengabdian dalam Pembangunan Lingkungan Lahan Basah secara Berkesinambungan" yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas Lambung Mangkurat pada tanggal 1 - 2 November 2022 di Hotel Aria Barito Banjarmasin

Banjarmasin, 2 November 2022



Ketua LPPM ULM,

*[Signature]*  
Prof. Dr. Ir. H. Danang Biyatmoko, M.Si  
NIP. 19680507 199303 1 020



Ketua Panitia Pelaksana,

*[Signature]*  
Dr. Leila Ariyani Sofia, S.Pi, M.P  
NIP. 19730428 199803 2 002

# PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DALAM UPAYA PENUNJANG KEGIATAN PROMOSI DAN PEMASARAN DI KELURAHAN BANUA ANYAR KOTA BANJARMASIN

TIM PENYUSUN:

Dr. Syaharuddin, MA · Muhammad Rezky Noor Handy, M.Pd · Dr. Ismi Rajiani, MM  
Program Studi Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat

## LATAR BELAKANG DAN IDENTIFIKASI MASALAH

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sejak tahun 2020 sampai dengan sekarang menjadi permasalahan yang sangat pelik dalam semua aspek kehidupan terutama kegiatan perekonomian yang semakin hari semakin lesu, hal ini sangat berdampak terhadap masyarakat dunia terutama untuk kelas menengah ke bawah. Imbasnya adalah Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan terkena imbas dari pandemi virus corona. Oleh karenanya, masyarakat pemilik usaha perlu memikirkan cara-cara agar dapat bertahan selama pandemi.

Dalam perkembangannya yang amat pesat saat ini terutama saat masa pandemic ini, media digital terutama internet bagaimana media-media sosial dan e-commerce menjadi salah satu daya tarik dari masyarakat untuk berbelanja tanpa keluar rumah pun bisa mendapatkan barang yang mereka beli hanya dengan menggunakan gadget. Oleh sebab itu sangat diperlukan adanya pelatihan untuk menggunakan media tersebut daam meningkatkan penjualan produk-produk mereka kepada masyarakat yang sekarang lebih banyak menggunakan gadget mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga peningkatan strategi dalam memasarkan produk UMKM sangatlah penting dalam guna daya mereka meningkatkan perekonomian mereka.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di lapangan terlihat bahwa masih banyak pemasaran dari produk-produk UMKM ini yang masih secara konvensional, walaupun tidak memungkiri juga ada yang sudah menggunakan media digital, akan tetapi pentingnya peningkatan penjualan kelompok-kelompok UMKM ini, selain itu juga bagaimana strategi meningkatkan kualitas, kuantitas dan mutu produk terutama dalam memasarkan secara online ini. Oleh sebab itu perlu adanya pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Dalam Upaya Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran Di Kelurahan Banua Anyar Kota Banjarmasin.

## HASIL DAN KEGIATAN

Kegiatan pelatihan ini berfokus pada pelatihan digital marketing dalam upaya peningkatan pemasaran produk UMKM di Kelurahan Banua Anyar, Kota Banjarmasin; kegiatan ini dilaksanakan pada 28 - 29 Juni 2022 di Aula Kelurahan Banua Anyar. Peserta yang hadir adalah para pengusaha UMKM baik yang individu ataupun kelompok-kelompok usaha masyarakat yang berada di wilayah kelurahan Banua Anyar. Produk-produk UMKM yang berada di Banua Anyar sendiri kebanyakan adalah kuliner-kuliner tradisional ataupun olahan panganan khas Banjar seperti wadai (kue) Babungku, Sirup Soda Banjar, Sambal Uyah Wadi, ataupun panganan lainnya seperti Empek-Empek dan Cake Bolu, ataupun seperti Kerupuk Iwak Haruan (Ika Gabus) dan Amplang Iwak Haruan khas Banjar.

Penyampaian materi yang disampaikan dari para narasumber 1 berfokus pada beberapa aspek seperti:

1) Strategi pemasaran pertama produk barang UMKM yang berada di Kelurahan Banua Anyar yang banyak berkecimpung dalam bidang kuliner-kuliner tradisional khas Banjar, bagaimana menonjolkan kekhasan dari produk yang mereka pasarkan ke masyarakat;

2) Strategi berikutnya adalah membuat konten kreatif ataupun juga deskripsi dari produk-produk hasil UMKM ini dengan bahasa penyampaian yang menarik dan tidak kaku, dengan harapan mampu menarik para pelanggan yang akan membeli barang mereka;

3) Strategi berikutnya adalah membuat promosi dan give away kepada para pelanggan dan calon pembeli dari hasil produk-produk UMKM;

4) Strategi selanjutnya adalah meningkatkan kualitas foto yang akan ditampilkan pada media social ataupun e-commerce, seperti Facebook, TikTok dan Instagram untuk media social yang banyak digunakan saat ini;

Selanjutnya adalah Teknik Pemotretan untuk produk-produk UMKM yang disampaikan oleh narasumber ke-2 itu berfokus pada tips dan trik dalam pengambilan foto untuk barang-barang produk UMKM, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mempersiapkan Ruangan dan Tempat
2. Memasang Background/Latar
3. Pencahayaan Alami ataupun Pencahayaan bantuan
4. Setting Kamera Ponsel
5. Pengambilan Foto dari berbagai sudut
6. Pengaturan Fokus pada Kamera Ponsel
7. Menghindari Fitur Zoom/Pembesar pada Kamera
8. Penggunaan Model sebagai contoh gambaran pada Foto Produk
9. Mempersiapkan peralatan bantuan seperti ringlight, tripod ataupun lainnya
10. Menggunakan Aplikasi bantuan



PENYAMPAIAN MATERI



DIGITAL MARKETING



PERCONTOHAN FOTO PRODUK

## SIMPULAN

Kegiatan pelatihan digital marketing ini dilakukan dengan dua kegiatan. Pertama, pemaparan dan diskusi berkaitan dengan strategi pemasaran online terutama dalam pola penulisan deskripsi barang-barang yang akan dipasarkan untuk produk UMKM di kelurahan Banua Anyar. Kedua, pelatihan penggunaan teknologi dan aplikasi yang mampu menunjang pemasaran online produk-produk mereka terutama juga teknik pemotretan produk-produk UMKM. Kegiatan Digital Marketing ini mampu memberikan kemudahan untuk para UMKM untuk memperluas akses pemasaran hasil produk UMKM, selain itu antusias dari para peserta yang mengikuti kegiatan ini dalam mengikuti pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas dari pemasaran hasil produk mereka secara digital bisa dipasarkan secara luas baik di kota Banjarmasin itu sendiri ataupun luar kota Banjarmasin.