

**STRATEGI PEMASARAN DAN MANAJEMEN UMKM EFEKTIF
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA PASAR *ONLINE*
PADA PELATIHAN KECAKAPAN WIRUSAHA
DI LKP KAWAICI NN KABUPATEN DEMAK**

Untung Widodo, Lies Indriatni, Susanti Wahyuningsih, Yuliati
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara
widodountung69@gmail.com

ABSTRACT

This community service activity aims to improve the skills and understanding of entrepreneurship training participants at LKP Kawaici NN, Demak Regency, in implementing effective marketing strategies in the digital era. The methods used include training sessions, mentoring, and hands-on practice in utilizing social media and online marketplaces as marketing platforms. The results of the activity show an increase in participants' understanding of digital marketing concepts, their ability to create promotional content, and their confidence in selling products online. Therefore, this training has had a positive impact on enhancing the participants' competitiveness in the online market.

Keywords: *marketing strategy, competitiveness, online market, entrepreneurship, training*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi dan pemasaran produk. Era pasar *online* menuntut pelaku usaha, termasuk usaha mikro dan kecil, untuk mampu beradaptasi agar tetap kompetitif. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh calon wirausaha di Kabupaten Demak adalah keterbatasan pemahaman dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk. LKP Kawaici NN sebagai lembaga kursus dan pelatihan berperan penting dalam meningkatkan kecakapan wirausaha masyarakat. Namun, berdasarkan observasi awal, sebagian besar peserta masih menggunakan cara konvensional dalam memasarkan produk. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan strategi pemasaran efektif yang relevan dengan perkembangan pasar *online* untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

Kegiatan ini juga sejalan dengan program pengabdian masyarakat STIE Pelita Nusantara yang berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM dan wirausaha muda dalam bidang manajemen dan pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Observasi dan Analisis Kebutuhan: Dilakukan survei awal kepada para peserta pelatihan untuk mengetahui pemahaman dan pengalaman mereka dalam menggunakan media digital untuk promosi.
2. Perencanaan Program Pelatihan: Tim pelaksana menyusun modul pelatihan dengan topik utama strategi pemasaran digital, pemanfaatan media social yang populer seperti (Instagram, Facebook, TikTok), penggunaan *marketplace* seperti (Shopee, Tokopedia), serta teknik fotografi produk dan copywriting.
3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan: Pelatihan dilakukan selama dua hari dengan metode ceramah, diskusi, simulasi, dan praktik langsung. Pendampingan dilakukan selama

dua minggu setelah pelatihan untuk memastikan peserta dapat menerapkan strategi hebat dan jitu yang telah dipelajari.

4. Dalam memberikan pelatihan selama 2 hari kami tim terdiri dari 4 personil membagi materi sesuai kompetensi dan saling membantu satu sama lain termasuk ada yang jadi moderator.

Adapun materi dimaksud terdiri dari : Materi Pelatihan Pemasaran *Online* , Manajemen Pemasaran, dan Manajemen Keuangan Usaha mikro, kecil dan menengah.

1. Pemasaran *Online* . Dalam kesempatan sesi hari pertama tim membawa Peserta untuk diperkenalkan pada konsep *digital marketing*, strategi branding melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business), serta cara memanfaatkan *marketplace* (Shopee, Tokopedia) untuk memperluas jangkauan pasar. Peserta juga dilatih dalam membuat konten promosi visual dan naratif, teknik SEO dasar, dan penggunaan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk.
2. Manajemen Pemasaran Digital juga disampaikan pada kesempatan hari pertama. Bagian ini menekankan pada pengelolaan aktivitas pemasaran secara terstruktur, seperti penyusunan rencana promosi mingguan, pengelolaan akun bisnis, pemantauan hasil kampanye melalui *insight analytics*, serta strategi pelayanan pelanggan digital (*customer relationship management*). Dengan pendekatan ini, peserta tidak hanya mampu memasarkan, tetapi juga mengelola strategi pemasaran jangka panjang secara efektif.
3. Adapun materi Manajemen Keuangan Usaha Kecil disampaikan pada hari ke 2 . Materi ini difokuskan pada pengelolaan keuangan sederhana bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah dan utamanya bagi mereka para pemula. Peserta diajarkan:
 - Membuat pencatatan arus kas (*cash flow*) harian dan bulanan.
 - Menyusun rencana anggaran usaha dan menghitung harga pokok produksi (HPP).
 - Mengelola modal usaha dan keuntungan agar usaha tetap berkelanjutan.
 - Menggunakan aplikasi keuangan sederhana seperti Excel atau aplikasi akuntansi digital gratis (misalnya Buku Warung dan SiApik BI).Pendekatan ini bertujuan menumbuhkan disiplin finansial dan kesadaran pentingnya manajemen keuangan sebagai dasar keberhasilan usaha agar kedepannya tertib pembukuan.
4. Evaluasi Kegiatan: evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test serta observasi terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten promosi dan memasarkan produk secara *online* .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 25 peserta yang merupakan peserta pelatihan kecakapan wirausaha di LKP Kawaici NN Kabupaten Demak. Hasil pre-test menunjukkan bahwa 80% peserta belum pernah menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Setelah pelatihan, 90% peserta mampu membuat akun bisnis, membuat konten promosi, dan mengunggah produk mereka di *marketplace*.

Peningkatan keterampilan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan kesiapan peserta dalam menghadapi persaingan pasar *online* yang masih sangat tren era sekarang ini. Peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama dalam praktik dan pendampingan penggunaan platform digital, khususnya dalam membuat konten promosi yang menarik dan relevan dengan target pasar.

Dari sisi keberlanjutan, pihak LKP Kawaici NN berencana menjadikan materi pemasaran digital sebagai bagian tetap dari kurikulum pelatihan kewirausahaan. Hal ini diharapkan dapat memperluas dampak kegiatan pengabdian ini bagi masyarakat sekitar dan wilayah Kabupaten Demak pada umumnya.

KESIMPULAN

Selain peningkatan kemampuan pemasaran digital, hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa peserta memperoleh pengetahuan baru dalam manajemen keuangan usaha. Mereka mampu

membuat pencatatan sederhana untuk memantau arus kas, menghitung biaya produksi, dan menentukan harga jual yang lebih rasional agar keuntungan bisa maksimal.

Peserta juga menyadari pentingnya memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha karena masalah keuangan ini yang sering menjadi campur aduk antara uang pribadi dan uang usaha. serta mulai menggunakan aplikasi pencatatan digital sederhana.

Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan promosi *online*, tetapi juga memperkuat aspek manajerial dan finansial sebagai fondasi keberlanjutan usaha mikro mereka. Karena tiga hal ini yang sering dan selalu menjadi kendala bagi mereka.

Pelatihan strategi pemasaran efektif di era pasar *online* yang dilaksanakan di LKP Kawaici NN Kabupaten Demak berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Peserta menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam pemahaman konsep maupun praktik pemasaran khususnya *online* digital yang sangat merebak dan fenomenal ini.

Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing wirausaha pemula di wilayah Demak. Dari hasil pelatihan ini disarankan agar kegiatan serupa dilakukan secara berkala dengan dukungan pendampingan lanjutan untuk menjaga konsistensi penerapan strategi pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Philip, K. (2020). *Digital marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Panduan Pemasaran Digital bagi UMKM*. Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.