

PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* BAGI MENINGKATKAN  
PENDAPATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)  
DESA DASAN TAPEN, KECAMATAN GERUNG, KABUPATEN LOMBOK  
BARAT

Irawansyah<sup>1\*</sup>, Junaidin<sup>2</sup>, Sri Sahbany<sup>3</sup>, Lalu Adiyatma Taopikul Hadi<sup>4</sup>, Detty  
Agustin Riscal<sup>5</sup>, Andi Muhammad Aminullah<sup>6</sup>.

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Politeknik Medica Farma Husasda Mataram

<sup>1</sup>Program Studi D4 Akuntansi Sektor Publik, Politeknik Medica Farma Husada Mataram,  
Indonesia

[Irawansyahabbas90@gmail.com](mailto:Irawansyahabbas90@gmail.com), [junaidin251093@gmail.com](mailto:junaidin251093@gmail.com), [sahbany161691@gmail.com](mailto:sahbany161691@gmail.com),  
[laluadiyatma93@gmail.com](mailto:laluadiyatma93@gmail.com), [dettyriscall@gmail.com](mailto:dettyriscall@gmail.com), [andy.oxide@gmail.com](mailto:andy.oxide@gmail.com)

---

---

ABSTRAK

---

**Abstrak.** Pengabdian ini dilatar belakangi dengan arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba digital ini semakin pesat. Disinilah kesempatan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menembus market digital marketing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran digital marketing terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat dan untuk memahami bagaimana kendala dan manfaat penerapan digital marketing bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai pemanfaatan digital marketing bagi peningkatan pendapatan UMKM. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa digital marketing berperan dalam peningkatan pendapatan UMKM di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, hal itu dibuktikan dengan peningkatan pendapatan 33% hingga 59%.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing, Pendapatan, dan Usaha Mikro Kecil, Menengah (UMKM)*

**Abstract:** *This devotion is motivated by the rapid flow of globalization that makes the development of technology towards digital increasingly rapid. This is an opportunity that can be utilized by business actors to penetrate the digital marketing market. This study aims to determine the role of digital marketing in increasing the income of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Dasan Tapen Village, Gerung District, West Lombok Regency and to understand the obstacles and benefits of implementing digital marketing for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Dasan Tapen Village, Gerung District, West Lombok Regency. To reveal these problems, this study uses a type of qualitative research that is useful for providing facts and data regarding the use of digital marketing to increase MSME income. From the results of the study, it was found that digital marketing plays a role in increasing MSME income in Dasan Tapen Village, Gerung District, West Lombok Regency, this is evidenced by an increase in income of 33% to 59%.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Revenue, and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)*



*This is an open access article under the  
CC-BY-SA license*

## A. LATAR BELAKANG

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perputaran pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, di negara-negara berkembang seperti Indonesia serta di negara-negara maju. Di Indonesia, UMKM juga memainkan peran penting demi mengalahkan masalah pengangguran. Pengembangan usaha mikro telah menjadikannya sumber pengembangan dalam bisnis dan kesempatan kerja. Kehadiran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini sangat penting karena sifat-sifat utamanya, salah satunya karena bisnis yang berkembang pesat menyerap banyak tenaga kerja (Tambunan, 2012).

Pertumbuhan yang ada saat ini tentunya harus dibarengi dengan kesiapan para pelaku UMKM dalam menghadapi dunia *digital*. Saat ini inovasi dari internet telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai lini kehidupan individu dan kelompok masyarakat. Inovasi ini dinilai dapat memberikan keuntungan kepada berbagai pihak, mengingat untuk mendukung latihan bisnis UMKM. Internet kini telah menjadi kebutuhan untuk meningkatkan dan memenangkan persaingan bisnis di bidang promosi dan penjualan dari hasil produksi. Dengan menerapkan *digital marketing*, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/*real time* serta bisa menggloabal. Jumlah pengguna sosial media berbasis *chat* ini banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi banyak pengusaha untuk mengembangkan pasarnya hanya dalam genggam *smartphone*. Beberapa usaha di skala kecil yang telah menerapkan *digital marketing* adalah usaha makanan yaitu home made dessert dan jajanan kekinian dan masih banyak UMKM yang menerapkan digital marketing dalam pemasarannya di Kabupaten Lombok Barat dan di provinsi NTB pada umumnya.

Penelitian terdahulu yang menganalisis peranan *digital marketing* dalam meningkatkan pendapatan UMKM, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Suprayogi, 2019) tentang implementasi pemasaran *digital* dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam segi membangun kesadaran dan pemahaman mengenai *digital marketing* dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk membuat dan mengelola media promosi secara *digital* harus sesuai dengan kapasitas para pelaku UMKM serta adanya evaluasi lanjutan setelah penerapan pemasaran *digital* dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM tersebut. Sementara itu, penelitian ini lebih mengacu pada peranan *digital marketing* dalam meningkatkan pendapatan UMKM yang ditinjau dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini dengan penelitian terdahulu memiliki persamaan terhadap objek penelitiannya yaitu UMKM yang menggunakan media *digital* dalam pemasarannya, namun perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya

pada UMKM lokal sedangkan dalam penelitian ini pada UMKM yang tergolong masih baru.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada tanggal 10 April 2024 bertempat di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat dan untuk memahami bagaimana kendala dan manfaat penerapan *digital marketing* bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Dasan Tapen, sasaran kegiatan ini yaitu pelaku UMKM yang berdomisili di Desa Dasan Tapen. Kegiatan ini juga merupakan sarana pengimplementasian materi nasionalisme yang didapatkan di kelas kepada mahasiswa Prodi Akuntansi Sektor Publik yang menerima materi mata kuliah kewirausahaan sebagai laboratorium lapangan. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 60 orang pelaku UMKM dan gabungan mahasiswa Politeknik Medica Farma Husada Mataram.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Kegiatan “Sosialisasi Pemanfaatan *digital marketing* bagi meningkatkan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa dasan tapen, kecamatan gerung, kabupaten lombok barat.” terbagi dalam beberapa kegiatan sebagai berikut: (1) Perencanaan program pengabdian masyarakat dirangkaikan dengan P3MD yang dimulai dengan persiapan kegiatan dengan membentuk panitia, merencanakan sumber anggaran, dan rencana kegiatan; (2) Survey lokasi kegiatan untuk mengetahui hal-hal yang perlu dipersiapkan dalam pelaksanaan kegiatan “sosialisasi digital marketing”; (3) Bersurat kepada pemerintah desa dasan tapen setempat dan untuk pengurusan perijinan kegiatan; (4) Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan dan persiapan konsumsi kegiatan dan (5) Pelaksanaan kegiatan yang dimulai dengan persiapan dan briefing panitia dilanjutkan dengan acara inti, (6) Publikasi, pelaporan dan evaluasi.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setiba dilokasi kegiatan, tim diterima oleh pemerintah dan masyarakat desa dasan tapen, guna melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bersifat sosialisasi “Pemanfaatan digital marketing bagi meningkatkan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa dasan tapen, kecamatan gerung, kabupaten lombok barat.”



Informan yang di wawancarai dalam pengabdian ini berjumlah 4 (empat) orang yaitu pelaku usaha djajanan kekinian., tokoh buah, toko penjual beras, tokoh buah, dan kemudian UMKM yang berjalan dibidang laundry. Ibu-ibu PKK dalam pengabdian ini, menggunakan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi kegiatan usahanya. Rata-rata yang digunakan adalah facebook dalam menampilkan profil usahanya. WhatsApp (WA) dan Instagram (IG) untuk gambar-gambar produk. Mereka secara rutin memperbaharui informasi yang ditampilkan dimedia sosial setiap hari.

Peran dari teknologi khususnya digital marketing yang sudah dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat mengalami peningkatan yang sangat baik. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan di beberapa UMKM di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, yaitu UMKM di bidang makanan dengan usaha djajanan kekinian, usaha toko buah, penjual beras dan kemudian UMKM yang berjalan dibidang laundry. Perkembangan keempat usaha tersebut semakin meningkat dan sudah dapat dijangkau luas oleh masyarakat Desa Dasan Tapen. Untuk mengetahui penggalian data dari keempat UMKM, peneliti telah melakukan wawancara sesuai dengan panduan penelitian dengan pemilik usaha djajanan kekinian, pemilik usaha buah dan pemilik usaha laundry dengan nama usaha Fahira Laundry.

**Tabel.1** Pelaku UMKM Desa Dasan Tapen

| NO | NAMA        | KETERANGAN                  |
|----|-------------|-----------------------------|
| 1  | Mawati      | Pelaku UMKM Toko Buk Mawati |
| 2  | Raehanun    | Pelaku UMKM Sila Imut       |
| 3  | Rohani      | Pelaku UMKM Fahira Laundry  |
| 4  | Eka Yuliani | Pelaku UMKM Eka Buah        |

Dari 4 orang pelaku UMKM 3 orang yang telah menggunakan media sosial secara aktif untuk memasarkan produk mereka. Platform media sosial utama yang mereka gunakan adalah facebook dan WhatsApp, karena platform ini yang paling familiar bagi mereka, meski ada beberapa kendala

selama menggunakan media sosial seperti biaya internet, transportasi, harga, tempat, tehnik promosi dan SDM. Sementara sisanya UMKM Toko Buk Mawati belum pernah menggunakan media sosial dengan alasan ketidaktahuan bagaimana menggunakan teknologi tersebut.

**Tabel. 2** Perkembangan Pendapatan UMKM Melalui Pemasaran *Digital*

| Informan | Rata-rata pendapatan |               | Persentase Kenaikan Pendapatan |
|----------|----------------------|---------------|--------------------------------|
|          | Sebelum              | Sesudah       |                                |
| N1       | Rp. 800.000          | Rp. 1.500.000 | 47 %                           |
| N2       | Rp. 200.000          | Rp. 300.000   | 33 %                           |
| N3       | Rp. 350.000          | Rp. 850.000   | 59 %                           |

Berdasarkan tabel di atas, pendapatan N1 sebelum memasarkan menggunakan *Digital Marketing* hanya Rp. 800.000 perhari dan setelah menggunakan digital marketing meningkat hingga 47 % atau Rp. 1.500.000 perharinya. Sedangkan N2 pada saat sebelum menggunakan *Digital Marketing* pendapatan perharinya Rp. 200.000 dan pendapatan setelah menggunakan *Digital Marketing* mencapai 33 % atau Rp. 300.000. dan yang terakhir yaitu N3 yang mengalami kenaikan pendapatan hingga 59 % dimana pendapatan awalnya Rp. 350.000 dan mengalami peningkatan menjadi Rp. 850.000 perharinya.

#### D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat yang diterapkan keempat pelaku UMKM yaitu usaha djajanan kekinian, usaha buah, beras dan usaha laundry, ketempatnya melibatkan sosial mediasebagai cara untuk memberikan informasi dan berkomunikasi dengan pembeli. Keempat UMKM tersebut mengalami peningkatan pendapatan rata-rata 33% hingga 59%, hal itu juga didasarkan oleh indikator yang dapat memaksimalkan pendapatan.
2. Kendala penerapan *digital marketing* bagi pelaku UMKM di Desa Dasan Tapen, Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat yaitu usaha djajanan kekinian, usaha buah, beras dan pemilik usaha laundry dari segi kendala ada tidak jauh dari unsur pemasarannya, khususnya biaya internet, transportasi, harga, tempat, tehnik promosi dan SDM. Sedangkan manfaat penerapan digital marketing bagi keempat pelaku UMKM tersebut yaitu semakin dikenalnya nama dan produk keempat UMKM tersebut yang membuat produktivitasnya meningkat. Dengan adanya pembelian yang meningkat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dan volume penjualan.
3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM usaha djajanan kekinian, usaha buah, beras dan usaha laundry, keempatnya telah menjalankan proses pemasaran dan produksinya menerapkan beberapa

nilai dari etika bisnis sehingga dengan penerapan tersebut maka dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih kepada Politeknik Medica Farma Husada Mataram yang telah memberikan dukungan serta partisipasi masyarakat Desa Dasan Tapen.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afridayani, dkk 2022 *“Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku UMKM Di Daerah Tangerang Selatan*
- Lenti Susana Saragih, dkk 2024 *“Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0”*
- Ajeng Nisa Khairunisa & Dwi Novaria Misidawati, 2024 *“Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Indonesia”*
- Mohamad Trio Febriyantoro & Debby Arisandi, 2018 *“Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean”*
- Salman Nasution & Purnama Ramadani Silalahi, 2019 *“Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan”*
- Dedy Harto, dkk 2019 *“Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Umkm”*
- Syaifullah, dkk 2019 *“Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kecamatan Batu Aji Kota Batam”*