

## PENINGKATAN LITERASI DIGITAL MARKETING UMKM DI KABUPATEN BONDOWOSO

Muhammad Bahanan<sup>1</sup>, Rezha Isyraqi Qastalano<sup>2</sup>, Rusli Akhmad Junaidi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Politeknik Negeri Jember

[muh.bahanan@polije.ac.id](mailto:muh.bahanan@polije.ac.id), [reza\\_isyraqi@polije.ac.id](mailto:reza_isyraqi@polije.ac.id), [rusli\\_junaedi@polije.ac.id](mailto:rusli_junaedi@polije.ac.id)

Diterima : 21-10-2024

Disetujui : 07-11-2024

Diterbitkan : 28-12-2024

**Abstrak:** Peningkatan literasi digital marketing merupakan langkah strategis untuk mendukung transformasi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bondowoso. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan daya saing. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan literasi digital, pengembangan website, dan pendampingan intensif. Website yang dirancang meliputi fitur katalog produk, integrasi media sosial, dan transaksi online. Hasilnya, UMKM yang terlibat menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan pemasaran digital, termasuk optimalisasi media sosial dan website, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan. Selain itu, program ini membangun kompetensi mahasiswa dalam penerapan teknologi digital dan kolaborasi. Kesimpulannya, kolaborasi antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan UMKM mampu menciptakan solusi inovatif yang mendukung ekonomi digital lokal, sekaligus memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci:** Literasi digital, Digital Marketing, Pengembangan Website, Transformasi Digital

**Abstract:** The enhancement of digital marketing literacy is a strategic effort to support the digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bondowoso Regency. This program aims to improve MSMEs' ability to utilize digital platforms to expand their market reach and competitiveness. Activities were carried out through digital literacy training, website development, and intensive mentoring. The websites designed by students include features such as product catalogs, social media integration, and online transactions. As a result, participating MSMEs demonstrated significant improvements in understanding and implementing digital marketing strategies, including optimizing social media and websites, which contributed to increased sales. Additionally, the program enhanced students' competencies in applying digital technology and fostering collaboration. In conclusion, the collaboration between higher education institutions, students, and MSMEs effectively created innovative solutions to support the local digital economy while providing MSMEs with opportunities to compete in broader markets.

**Keywords:** *Digital literacy, Digital Marketing, Website Development, Digital Transformation*

## **PENDAHULUAN**

Peningkatan literasi digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bondowoso merupakan langkah strategis yang sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital ini. Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, UMKM di Bondowoso dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk mereka. Meskipun banyak pelaku UMKM yang telah mengenal pemasaran konvensional, pemahaman mereka tentang digital marketing masih terbatas, sehingga menghambat potensi pertumbuhan mereka.

Kabupaten Bondowoso dikenal sebagai daerah penghasil kopi dan produk pertanian lainnya. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak pelaku UMKM di daerah ini yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Berdasarkan penelitian, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan media sosial hanya untuk mengunggah foto produk tanpa memahami teknik pemasaran yang lebih kompleks seperti copywriting dan pembuatan konten interaktif (Karrenia et al., 2023).

Pemerintah Kabupaten Bondowoso mengevaluasi dan menyetujui tagline "Republik Kopi" saat membentuk branding-nya. Strategi penggunaan merek kota tersebut dianggap berhasil dalam menempatkan Bondowoso di posisi yang lebih unggul dengan memberikan prioritas pada sektor pertanian dan pariwisata melalui konsep agrowisata. Dalam prosesnya, Bondowoso menggunakan strategi branding destinasi 7A (Muis, 2023).

*Branding* adalah kegiatan penting bagi perusahaan untuk membangun merek atau produknya di benak konsumen dan masyarakat. Hal ini sangat mempengaruhi kehidupan perusahaan, terutama bagi UMKM. *Branding* kreatif juga dapat mendorong loyalitas, menentukan harga produk, dan mempromosikan identitas merek lokal. Sebagai contoh, program branding kreatif UMKM di Kabupaten Bondowoso dapat

membantu mengidentifikasi dan mengimplementasikan branding kreatif untuk produk kopi mereka. Strategi ini juga dapat menarik konsumen dan meningkatkan pengenalan merek mereka, menjadikannya alat pemasaran yang strategis

Dalam konteks ini, sosialisasi dan pelatihan digital marketing menjadi sangat penting. Melalui berbagai program pelatihan, pelaku UMKM dapat diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital, jenis-jenis platform yang dapat digunakan, serta strategi yang efektif untuk menjangkau konsumen. Misalnya, banyak pelaku UMKM di Bondowoso yang sudah memiliki akun Instagram atau Facebook, tetapi belum tahu cara memaksimalkan penggunaannya untuk menarik perhatian pelanggan.

Digitalisasi mengubah berbagai sektor, termasuk UMKM, untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Hal ini melibatkan pengembangan alat dan sumber daya digital untuk mengelola aktivitas pemasaran dan mengurangi biaya. Pemasaran digital memungkinkan pemasaran yang mudah, cepat, dan nyaman bagi konsumen, menjadikan kemajuan teknologi sebagai bagian penting dalam menciptakan bisnis yang sukses (Agung, et al., 2022).

Digitalisasi pemasaran dapat membantu UMKM untuk lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mendukung keberlanjutan usaha mereka. Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ketahanan ekonomi lokal (Adnan, et al., 2024).

Peningkatan literasi digital juga akan memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih memilih berbelanja secara online. Data menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia terus meningkat, dan dengan demikian, penting bagi UMKM untuk bertransformasi agar tidak tertinggal. Program-program pendampingan yang melibatkan mahasiswa atau lembaga pendidikan dapat menjadi solusi efektif untuk memberikan bimbingan langsung kepada pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital (A'yun et al., 2023).

Selain itu, literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat atau aplikasi digital, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menganalisis data pasar dan perilaku konsumen. Dengan memahami tren dan preferensi konsumen melalui analisis data, pelaku UMKM di Bondowoso dapat membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan strategis.

Ini akan membantu UMKM dalam merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan pengetahuan yang tepat, mereka dapat meningkatkan kualitas konten yang mereka buat dan menjangkau audiens yang lebih luas sehingga melalui pembahasan yang lebih mendalam mengenai berbagai aspek peningkatan literasi digital marketing bagi UMKM di Kabupaten Bondowoso. Kami akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, manfaat dari penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, serta contoh-contoh sukses dari UMKM lokal yang telah berhasil bertransformasi melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya literasi digital marketing, diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha mereka di era digital. .

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan peningkatan literasi digital marketing UMKM di Kabupaten Bondowoso dilakukan melalui tahapan yang terstruktur. Pertama, tahap persiapan dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan UMKM melalui survei dan wawancara. Tahap berikutnya adalah pengembangan website, di mana mahasiswa merancang dan membangun website sesuai dengan kebutuhan spesifik masing-masing UMKM, termasuk fitur-fitur seperti katalog produk, integrasi media sosial, dan transaksi online. Website yang telah dikembangkan kemudian dipresentasikan oleh mahasiswa dalam tahap presentasi dan diskusi, di mana UMKM memberikan masukan untuk menyempurnakan hasil akhir. Setelah itu, tahap implementasi dilakukan dengan menyerahkan website kepada UMKM dan

memberikan pendampingan intensif untuk memastikan penggunaannya berjalan optimal, termasuk monitoring performa website seperti analisis trafik dan efektivitas promosi.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan publikasi, di mana hasil kegiatan dievaluasi untuk menilai keberhasilannya dalam meningkatkan literasi digital UMKM dan dampaknya terhadap perkembangan usaha. Hasil evaluasi disusun menjadi laporan dan artikel ilmiah yang dipublikasikan dalam jurnal pengabdian masyarakat, sehingga kegiatan ini tidak hanya berdampak pada UMKM yang terlibat, tetapi juga menjadi referensi untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa depan. Metode pelaksanaan ini memastikan program memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di era digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan peningkatan literasi digital marketing UMKM di Kabupaten Bondowoso ini telah dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 20 Desember 2024 di Politeknik Negeri Jember Kampus 2 Bondowoso. Kegiatan ini diikuti oleh 10 UMKM di Kabupaten Bondowoso. Kegiatan peningkatan literasi digital marketing bagi 10 UMKM di Kabupaten Bondowoso ini dilaksanakan sebagai bagian dari upaya mendukung transformasi digital usaha mikro kecil dan menengah di daerah tersebut. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan berupa sambutan oleh Penanggung Jawab Politeknik Negeri Jember Kampus 2 Bondowoso sekaligus membuka kegiatan peningkatan literasi digital. Peningkatan literasi digital ini dilakukan dengan sosialisasi literasi digital marketing, presentasi website UMKM yang telah dibuat oleh mahasiswa prodi Bisnis Digital untuk 10 UMKM tersebut, selanjutnya dilakukan penilaian website UMKM oleh masing-masing UMKM.

Sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat, mahasiswa Prodi Bisnis Digital berperan aktif dalam membantu digitalisasi usaha kecil dan menengah (UMKM) melalui pengembangan website. Dalam kegiatan ini, mahasiswa diberi tugas

untuk merancang dan membangun website bagi UMKM di Kabupaten Bondowoso dengan tujuan meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar digital. Setelah proses pengumpulan data dan pengembangan selesai, mahasiswa melakukan presentasi hasil kerja mereka di hadapan pemilik UMKM dan dosen-dosen.

Dalam presentasi tersebut, mahasiswa menjelaskan fitur-fitur utama website yang dirancang, seperti halaman profil usaha, katalog produk, integrasi media sosial, serta fitur transaksi online untuk mempermudah proses pembelian. Mereka juga memaparkan alasan pemilihan desain dan struktur website berdasarkan karakteristik masing-masing UMKM, termasuk preferensi pelanggan dan kebutuhan bisnis. Mahasiswa menggunakan pendekatan visual dengan tampilan langsung website yang telah dikembangkan untuk memberikan gambaran nyata kepada audiens.

Selain itu, presentasi ini menjadi forum diskusi yang interaktif, di mana mahasiswa menerima masukan dan pertanyaan dari pemilik UMKM. Masukan ini mencakup penyesuaian tampilan, penambahan fitur, atau strategi promosi yang dapat diintegrasikan melalui website. Antusiasme terlihat dari respon positif pemilik UMKM yang merasa bahwa website tersebut akan membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan pengalaman profesional kepada pelanggan.

Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman praktis dalam pengembangan teknologi digital untuk UMKM, tetapi juga meningkatkan keterampilan komunikasi dan kolaborasi mereka. Kegiatan ini menjadi bukti nyata kontribusi pendidikan tinggi dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis digital di Bondowoso. Dengan adanya *website* yang dirancang oleh mahasiswa, UMKM kini memiliki sarana efektif untuk meningkatkan pemasaran produk mereka di era digital.

Selanjutnya UMKM melakukan penilaian terhadap hasil presentasi dan pembuatan website oleh Mahasiswa yang telah diberikan oleh formulir penilaian. Berdasarkan hasil penilaian dari masing-masing UMKM, para UMKM merasa puas dan bangga terhadap hasil website yang dibuat oleh Mahasiswa Bisnis Digital sehingga

ke depannya, dapat dikenal masyarakat luas dan meningkatkan penjualan produk UMKM.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan pada kemampuan para pelaku UMKM dalam memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital. Selain itu, beberapa UMKM juga melaporkan peningkatan penjualan setelah mengoptimalkan media sosial dan website mereka. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM di Kabupaten Bondowoso dapat terus mengembangkan potensi mereka di era digital dan bersaing di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi para peserta, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekosistem ekonomi digital di Bondowoso.



Gambar : Foto Bersama Tim Pengabdian dan Pemilik UMKM

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui peningkatan literasi digital marketing dan pengembangan website bagi UMKM di Kabupaten Bondowoso menunjukkan dampak positif yang signifikan dalam mendukung transformasi digital di sektor usaha

kecil dan menengah. Melalui pendekatan yang komprehensif dengan pelatihan literasi digital, hingga pengembangan dan implementasi teknologi berupa *website*, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran digital dan pentingnya kehadiran online dalam mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini memainkan peran penting sebagai penggerak utama dalam proses pengembangan solusi digital. Mereka berhasil merancang *website* yang sesuai dengan karakteristik masing-masing UMKM, mencakup fitur-fitur esensial seperti katalog produk, integrasi media sosial, dan fungsi transaksi online. Presentasi mahasiswa tidak hanya menjadi ajang memamerkan hasil kerja, tetapi juga forum diskusi interaktif yang memberikan masukan konstruktif dari pemilik UMKM untuk menyempurnakan solusi yang ditawarkan.

Selain itu, program ini memberikan manfaat langsung kepada UMKM berupa peningkatan visibilitas usaha, efisiensi pemasaran, dan perluasan jangkauan pasar. Beberapa UMKM yang terlibat bahkan mulai merasakan dampak positif di era digital. Dari sisi mahasiswa, kegiatan ini memperkuat kompetensi mereka dalam penerapan ilmu digital marketing dan teknologi, serta membangun keterampilan komunikasi, kolaborasi, dan *problem solving*.

Kesimpulannya, kegiatan ini membuktikan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, mahasiswa, dan pelaku UMKM dapat menghasilkan solusi yang inovatif dan aplikatif untuk mendukung penguatan ekonomi lokal. Dengan literasi digital dan platform online yang lebih baik, UMKM di Bondowoso kini memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan ini juga memberikan wawasan strategis bahwa pengembangan kapasitas digital UMKM harus terus didorong sebagai upaya berkelanjutan untuk mencapai transformasi ekonomi berbasis digital.

## **Saran**

Untuk memastikan keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari program literasi digital marketing dan pengembangan *website* bagi UMKM di Kabupaten



Bondowoso, sejumlah saran dapat diimplementasikan. Program ini sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan jadwal pelatihan dan pendampingan rutin, sehingga UMKM dapat terus meningkatkan kemampuan mereka seiring perubahan tren digital. Selain itu, mekanisme monitoring dan evaluasi pasca kegiatan perlu diterapkan untuk mengukur dampak serta keberlanjutan implementasi teknologi, misalnya melalui survei berkala atau laporan kinerja website. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, komunitas bisnis, atau perusahaan teknologi, juga dapat memperluas cakupan program dan memberikan pelatihan lebih mendalam, misalnya dengan menggandeng platform e-commerce.

Sebagai pengembangan lanjutan, program ini dapat mencakup integrasi inovasi teknologi seperti chatbot untuk layanan pelanggan, fitur pembayaran digital, atau sistem manajemen inventaris berbasis online, sehingga efisiensi operasional UMKM dapat ditingkatkan. Dengan adopsi langkah-langkah ini, program pengabdian masyarakat akan memberikan dampak yang lebih mendalam dan berkelanjutan, tidak hanya bagi UMKM, tetapi juga bagi mahasiswa serta ekosistem ekonomi digital di Kabupaten Bondowoso

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adnan, F., Putra, J. A., Leba, K., & Puspita, Y. (2024). ECONOMIC BOOSTING UMKM LOKAL DESA TENGGARANG, KABUPATEN BONDOWOSO MELALUI PENGEMBANGAN PLATFORM TENGGARANG DIGITAL MARKET (TRENDI). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 10071-10076.
- Agung, A. S., Yudiandri, T. E., & Ernawati, H. (2022). Literasi digital pelaku umkm dalam upaya menciptakan bisnis berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87-103.
- A'yun, Q., Anatasya, N. D., Rosyadi, M. I., Saptoulan, R. P., Manasikana, A., Azmila, H. U., ... & Dewa, S. (2023). Pendampingan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan

- Kabupaten Bondowoso. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 234-239.
- Hariyanto. (2023). Meningkatkan Literasi Teknologi di Masyarakat Pedesaan Melalui Pelatihan Digital. *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 4 (2) 12-21.
- Ilham, Amil Ahmad. (2023). Peningkatan Kemampuan Literasi Digital Masyarakat dalam Upaya Membangun Desa Digital. *Jurnal Tepat (Teknologi Terapan Untuk Pengabdian Masyarakat)*, 6 (1) 95-106.
- Izhari, Fahmi. (2024). Implementasi Program Peningkatan Literasi Digital Masyarakat Pedesaan Melalui Workshop Komputer. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (3) 30-36.
- Karenina, M., Rizki, M. N., Pamungkas, D. P. P., Putra, W. A., Elizabeth, J. D., & Wibowo, A. A. (2023). SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM KOPI DI DESA SUKOREJO KABUPATEN BONDOWOSO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 4(2), 72-80.
- Kusuma, A., Yusuf, M., Nathanael, Y. I., Wardani, F. N. C., Surya, A. C., & Bramono, R. N. (2023). PELATIHAN CREATIVE BRANDING KEPADA UMKM PENGOLAH KOPI DI DESA SUKOREJO, KABUPATEN BONDOWOSO. *JABN*, 4(1), 40-55.
- Muis, A. M. (2023). Strategi City Branding “Republik Kopi” Bondowoso dalam Mendorong Umkm dan Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 18(2), 159-170.