

Optimalisasi Pemasaran UMKM melalui Digital Marketing Website di Kelurahan Tambak Kemerakan Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo

**Khoirul Ngibad¹, Nikma Yucha², Wulan Purnamasari³, Khoirul Anam As Syukri⁴,
Mochammad Khoirul Rosidin⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Maarif Hasyim Latif, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Khoirul Ngibad

E-mail: khoirul_ngibad@dosen.umaha.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kelurahan Tambak Kemerakan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo dalam memanfaatkan teknologi digital khususnya melalui website store.umaha.ac.id sebagai media promosi dan penjualan produk. Metode yang digunakan meliputi analisis situasi melalui wawancara, persiapan materi dan instrumen kegiatan, serta pelaksanaan pelatihan yang mencakup penyampaian materi, simulasi, dan sesi tanya jawab. Para peserta dikenalkan pada konsep digital marketing, cara kerja website, serta proses pengiriman data produk untuk ditampilkan secara online. Selain itu, dilakukan optimalisasi SEO agar produk UMKM mudah ditemukan melalui mesin pencari Google. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mendapatkan pemahaman baru tentang pentingnya pemasaran digital dan menunjukkan antusiasme tinggi dalam memanfaatkan platform yang disediakan. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan visibilitas usaha mitra UMKM secara online, memperluas jangkauan pasar, dan berdampak langsung pada peningkatan penjualan serta keuntungan usaha.

Kata kunci - digital marketing, UMKM, website UMKM, pengabdian masyarakat

Abstract

This Community Service Abstract aims to enhance the ability of MSME actors in Tambak Kemerakan Village, Krian District, Sidoarjo Regency, to utilize digital technology, particularly through the store.umaha.ac.id website, as a medium for product promotion and sales. The methods employed include situation analysis through interviews, preparation of materials and activity instruments, and the implementation of training, which involves the delivery of materials, simulations, and question-and-answer sessions. The participants were introduced to the concept of digital marketing, the inner workings of websites, and the process of sending product data to be displayed online. Additionally, SEO optimization is implemented to ensure that MSME products are easily discoverable through Google search. The results of the activity showed that participants gained a new understanding of the importance of digital marketing and demonstrated high enthusiasm for utilizing the provided platforms. This activity is expected to enhance the visibility of MSME partners' online businesses, expand their market reach, and have a direct impact on increasing sales and business profits.

Keywords - digital marketing, MSMEs, MSME website, community service

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di era digital saat ini, strategi pemasaran tradisional tidak lagi cukup untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Digital marketing menjadi solusi penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara signifikan (Albani et al., 2024; Aushafina & Wikartika, 2023; Riofita, 2024; Sugiyanti et al., 2022). Salah satu media digital yang efektif dan berkelanjutan dalam mendukung pemasaran UMKM adalah penggunaan website. Melalui website, UMKM memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Oktafianto et al., 2024). Selanjutnya, optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) pada website dapat mengoptimalkan kinerja sebuah website sehingga membantu website lebih mudah dikenali oleh mesin pencari dan berpotensi menempati peringkat teratas dalam hasil pencarian (Alamsyah et al., 2019; Hadiana, 2023; Pamungkas et al., 2020; Sidqi & Marcos, 2021; Utari, 2022). Dengan demikian, visibilitas website meningkat dan jumlah pengunjung pun dapat bertambah (Martiyanti et al., 2024).

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM yang berada di Kelurahan Tambak Kemerakan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Sebelumnya, UMKM di wilayah ini telah mendapatkan pendampingan dari Universitas Maarif Hasyim Latif (UMAHA) dalam proses pengurusan sertifikasi halal untuk produk-produknya (Humas UMAHA, 2024). Namun demikian, masih terdapat permasalahan serius yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, yakni keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk atau jasa secara digital, khususnya melalui website. Sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini belum memahami cara memanfaatkan website sebagai sarana promosi dan penjualan secara online.

Dalam rangka mendukung pengembangan UMKM dan menindaklanjuti arahan Kemendikbudristek melalui program Kampus Berdampak—yang mendorong perguruan tinggi tidak hanya mencetak lulusan berkualitas tetapi juga menjadi agen perubahan bagi masyarakat (Humas Kementerian Pendidikan Tinggi, 2025), Universitas Maarif Hasyim Latif menghadirkan platform digital berupa website store.umaha.ac.id. Website ini dirancang khusus untuk menjadi etalase online bagi produk dan jasa UMKM binaan UMAHA, sehingga dapat membantu mereka memasarkan produk secara luas melalui internet. Website ini menjadi salah satu wujud nyata kontribusi institusi pendidikan tinggi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal melalui integrasi teknologi.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan digital marketing bagi UMKM di Kelurahan Tambak Kemerakan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo dengan fokus pada pemanfaatan website <https://store.umaha.ac.id/> sebagai sarana promosi dan penjualan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para pelaku UMKM, sehingga mereka mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

METODE

Tahap 1. Analisis Situasi

Tim pengabdian masyarakat melakukan wawancara untuk menggali informasi mengenai profil mitra. Setelah itu, tim mengidentifikasi berbagai permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra, terutama yang berkaitan dengan proses pemasaran. Selanjutnya, tim bersama mitra mendiskusikan dan menyepakati permasalahan utama yang perlu segera ditangani dalam pelaksanaan kegiatan PKM.

Tahap 2. Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat menyiapkan seluruh kebutuhan yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan PKM di lokasi mitra. Persiapan tersebut meliputi: 1) Surat tugas pengabdian masyarakat dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), 2) Penyusunan materi dalam bentuk presentasi PowerPoint, dan 3) Pembuatan formulir untuk pengumpulan data usaha produk/jasa UMKM di Kelurahan Tambak Kemerakan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Tahap 3. Pelaksanaan

Kegiatan diawali dengan proses registrasi peserta yang dilakukan oleh panitia. Setelah itu, acara dibuka oleh pembawa acara (MC). Lagu Indonesia Raya dinyanyikan bersama untuk menumbuhkan semangat nasionalisme. Sambutan kemudian disampaikan oleh Kepala Desa Tambak Kemerakan, diikuti oleh sambutan dari Ketua LPPM Universitas Maarif Hasyim Latif. Doa dipanjatkan agar kegiatan berjalan dengan lancar. Selanjutnya, kegiatan inti berupa penyampaian materi dan simulasi disampaikan kepada peserta. Setelah materi disampaikan, sesi tanya jawab dibuka untuk memberikan kesempatan kepada peserta berdiskusi. Kegiatan ditutup dengan ucapan penutup oleh panitia penyelenggara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dengan mitra UMKM di Kelurahan Tambak Kemerakan Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo di selenggarakan pada Hari Selasa, 27 Mei 2025 (Gambar 1). Dalam kegiatan ini, hadir bapak lurah/kepala desa Kelurahan Tambak Kemerakan Kecamatan Krian, perangkat desa, dan para peserta kegiatan yang terdiri dari 24 UMKM Kelurahan Tambak Kemerakan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Tambak Kemerakan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan susunan acara yang telah direncanakan. Kegiatan diawali dengan proses registrasi peserta yang dilaksanakan oleh panitia untuk memastikan kehadiran dan kelengkapan data peserta. Setelah registrasi, acara secara resmi dibuka oleh pembawa acara (MC), kemudian dilanjutkan dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya secara bersama-sama guna menumbuhkan semangat kebangsaan dan nasionalisme di antara peserta.

Sambutan pertama disampaikan oleh Kepala Desa Tambak Kemerakan yang menyambut baik kegiatan ini dan menyampaikan harapannya agar pelatihan digital marketing ini dapat memberikan dampak positif bagi UMKM di wilayahnya. Sambutan berikutnya disampaikan oleh perwakilan dari LPPM Universitas Maarif Hasyim Latif yang menegaskan komitmen universitas dalam mendampingi dan memberdayakan masyarakat melalui program Kampus Berdampak. Doa bersama kemudian dipanjatkan agar seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat.



Gambar 1.

Foto Bersama tim pengabdian kepada masyarakat UMAHA dan mitra

Pada sesi inti, peserta mendapatkan penyampaian materi dari Ibu Wulan Purnamasari selaku dosen program studi sarjana manajemen UMAHA direktur kemahasiswaan UMAHA mengenai digital marketing dan pemanfaatan platform <https://store.umaha.ac.id/> sebagai media promosi produk dan jasa UMKM secara online. Materi dimulai dengan pengenalan tentang digital marketing sebagai

strategi pemasaran produk atau jasa melalui teknologi digital seperti internet, media sosial, dan website. Dijelaskan bahwa digital marketing memberi peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga luar daerah, tanpa harus membuka toko fisik. Salah satu sarana yang diperkenalkan adalah website <https://store.umaha.ac.id/> sebuah platform yang disediakan oleh Universitas Maarif Hasyim Latif untuk membantu UMKM memasarkan produk mereka secara online, meningkatkan kredibilitas, dan menjual produk secara lebih fleksibel. Situasi dan kondisi pada saat kegiatan berlangsung dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2.

Situasi dan kondisi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat

Tabel 1.

Nama dan deskripsi produk/jasa UMKM mitra

No	Nama Produk/Jasa	Deskripsi Produk/Jasa
1	Jus Buah Bu Samik	Buah segar, susu, dan gula
2	Manisan Buah/Dapur Bu Evi	Bligo, gula, kayu manis, jahe, dan pandan
3	Fazza	Bumbu bakaran serba guna
4	Littlebroo	Minuman berasa berbahan dasar susu, kopi, dan coklat
5	Kerupuk Singkong	Rasa pedas dan original, gurih, dan renyah di mulut
6	Kedai Si Gembul	Aneka minuman, jus buah, dan aneka minuman olahan toga
7	D'jamunih	Minuman olahan dengan bahan baku ramuan herbal
8	Sambal Galak	Sambal bawang dan bumbu kuning
9	Rawon Krian	Rawon dengan daging pilihan
10	Rempeyek Hidayah	Rempeyek kacang, teri, dan udang rebon
11	Nasi Goreng 51	Nasi goreng, mie goreng, nasi, telur orak-arik, sayur, dan ayam
12	Kuliner	Gado-gado, nasi kuning, asinan
13	Millier's Culinery	Aneka sambal dan aneka ukepan
14	Do eat ! Eatery and Happy	Rice bowl/rice box dalam wada bowl/box
15	Brownies Mama Al	Brownies panggang, kukus, dan aneka macam kue basah
16	Jus Buah	Jus buah dari buah-buahan segar dan asli
17	Lontong Kupang & Sate Kerang Pak Saji	Makanan khas Sidoarjo berupa ikan laut (kupang dan kerang)
18	Keripik usus	Gurih, renyah, dan tidak keras
19	Kue lumpur Sidoarjo	Kue basah dengan bahan tepung terigu, telur, malzena, santan, gula

20	Ngees Teh Boenda	Es teh, tahu krispi, dan jamur enoki crispy
21	Sinom dan Rujak Serut	Minuman jamu sinom, rujak serut, dan manisan buah segar
22	Ciku Cheese & Aneka Es	Cireng kuah keju dan cireng bumbu chili oil
23	Bakaran Mak Rio	Sosis bakar, pentol bakar, tahu bakar, burger mini, kebab mini
24	Ayam panggang rahayu	Olahan ayam dengan bumbu rempah

Selanjutnya, Ibu Wulan menjelaskan proses pengelolaan produk di website tersebut. UMKM cukup mengirimkan data produk berupa foto, deskripsi, harga, stok, dan metode pengiriman kepada tim UMAHA. Tim kemudian akan memposting produk tersebut di website sehingga bisa diakses oleh konsumen secara luas. Adapun daftar nama dan deskripsi produk/jasa UMKM mitra ditunjukkan pada Tabel 1. Selanjutnya, daftar usaha dan produk UMKM dari Kelurahan Tambak Kemerakan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo akan dipublikasikan oleh tim Inkubator Bisnis UMAHA melalui website <https://store.umaha.ac.id/>. Setelah itu, akan dilakukan optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) agar produk-produk tersebut dapat terdeteksi oleh mesin pencari Google dan berpeluang tampil di halaman pertama hasil pencarian sesuai dengan kata kunci yang ditargetkan. Dengan strategi ini, para pelaku UMKM di Kelurahan Tambak Kemerakan diharapkan segera memperoleh tambahan pesanan yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan, omset, dan keuntungan usaha mereka. Sesi ditutup dengan tanya jawab serta ajakan kepada peserta untuk segera mengirimkan data produk mereka melalui formulir yang telah disediakan, serta kontak teknis bagi yang membutuhkan bantuan lebih lanjut. Tampilan beranda website <https://store.umaha.ac.id/> dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3.
Beranda Website Umaha Store.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama UMKM di Kelurahan Tambak Kemerakan Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo telah berjalan dengan lancar dan memberikan pemahaman baru kepada peserta mengenai strategi digital marketing melalui platform <https://store.umaha.ac.id/>. Para pelaku UMKM mendapatkan pendampingan langsung dalam memanfaatkan website sebagai media promosi produk dan jasa secara online. Diharapkan, dengan dukungan SEO dan pendampingan lanjutan, UMKM mitra mampu meningkatkan visibilitas usaha mereka di internet, yang berdampak pada peningkatan penjualan dan keuntungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Maarif Hasyim Latif atas dukungan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. I., Pramono, D., & Mursityo, Y. T. (2019). Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Situs Rental-mobil-malang. com Menggunakan Metode Off Page SEO. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(9), 8439–8447.
- Albani, A., Pata, K., Hidayat, M. R., & Sanjaya, V. F. (2024). Strategi Marketing Produk UMKM Melalui Digital Marketing (Studi Kasus Ayam Penyet Umi). *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 100–104.
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi google maps: Upaya meningkatkan pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483.
- Hadiana, A. I. (2023). Optimasi SEO (Search Engine Optimization) sebagai Strategi Peningkatan Online Presence bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Journal of Informatics and Communication Technology (JICT)*, 5(1), 11–22.
- Humas Kementerian Pendidikan Tinggi, S. dan T. (2025, April 29). *Aktualisasi Kampus Berdampak sebagai Keberlanjutan Kampus Merdeka*. <https://Kemdiktisaintek.Go.Id/Kabar-Dikti/Kabar/Aktualisasi-Kampus-Berdampak-Sebagai-Keberlanjutan-Kampus-Merdeka/>.
- Humas UMAHA. (2024, December 18). *Giati Pengabdian masyarakat Umaha mendampingi Pelaku usaha mendapatkan Sertifikat Halal*. <https://Www.Umaha.Ac.Id/35-Umkm-Terima-Sertifikat-Halal-Dari-Umaha/>.
- Martiyanti, D., Alghifari, M. F., & Aisyah, S. (2024). Pelatihan Pembuatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Upaya Mengoptimalkan Pemasaran Digital UMKM. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(2), 181–187.
- Oktafianto, R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi: Studi Pada UMKM Di Kabupaten Kudus. *Multidisipliner Knowledge*, 2(1).
- Pamungkas, I. B., Praditya, A., Rodiyana, N., Pratama, G. D., & Wahyudi, Y. (2020). *Pemanfaatan Search Engine Optimization (Seo) Untuk Meningkatkan Penjualan Online*.
- Riofita, H. (2024). Optimalisasi Platform Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 6(3).
- Sidqi, F. D., & Marcos, H. (2021). Optimasi Website Menggunakan Metode Search Engine Optimization (SEO) On Page Dan Off Page Dalam Meningkatkan Trafik Kunjungan: Studi Kasus: Hustle Media Grup. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(1), 27–31.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100–110.
- Utari, T. (2022). Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *International Journal of Demos*, 4, 677–685.