



OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING PADA UMKM APPAREL MELALUI PROGRAM PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN (STUDI KASUS: GROW MEDIA TEX)

¹⁾ Anggun Anggita Kinasih Sunowo Putri, ²⁾ Fitriani
Universitas PGRI Yogyakarta
anggung.anggita@upy.ac.id, profitriani@upy.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi digital marketing pada UMKM apparel Grow Media Tex menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha UMKM. Melalui program pelatihan dan pendampingan digital marketing, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengimplementasikan strategi pemasaran melalui media sosial dan konten digital secara lebih terstruktur. Optimalisasi digital marketing yang diterapkan memberikan kontribusi terhadap peningkatan visibilitas produk, perluasan jangkauan pasar, serta penguatan merek usaha. Dampak dari peningkatan kinerja pemasaran tersebut berkontribusi langsung terhadap kemandirian ekonomi pelaku UMKM dan peningkatan daya saing usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Program ini menegaskan bahwa integrasi antara pelatihan dan pendampingan digital marketing dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Oleh karena itu, keberlanjutan program pelatihan dan pendampingan digital marketing perlu terus didorong melalui sinergi antara akademisi, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan terkait agar manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan secara lebih luas oleh UMKM dan masyarakat sekitar.

Kata kunci: *UMKM, digital marketing, pelatihan, pendampingan, pengembangan usaha*

Abstract

Community service activities focusing on the optimization of digital marketing for apparel SMEs, specifically Grow Media Tex, demonstrate that the effective utilization of digital marketing plays an important role in supporting business development and sustainability. Through digital marketing training and mentoring programs, SME actors not only gain knowledge of digital marketing concepts but also develop the ability to implement marketing strategies through social media and digital content in a more structured manner. The optimization of digital marketing contributes to increased product visibility, expanded market reach, and strengthened brand identity. Improvements in marketing performance have a direct impact on the economic independence of SME actors and enhance business competitiveness in an increasingly competitive market environment. This program highlights that the integration of digital marketing training and mentoring can serve as an effective strategy to support the sustainable development of SMEs. Therefore, the continuity of digital marketing training and mentoring programs should be encouraged through collaboration among academics, business actors, and relevant stakeholders to ensure broader benefits for SMEs and the surrounding community.

Keywords: *SMEs, digital marketing, training, mentoring, business development*



Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis dalam perekonomian nasional yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008). UMKM juga memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui pemanfaatan potensi lokal dan kreativitas pelaku usaha (Lin, 1998). Namun demikian, perkembangan UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat di era digital (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola pemasaran dari konvensional menuju pemasaran berbasis digital. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun interaksi yang lebih intensif antara pelaku usaha dan konsumen. Pemanfaatan media sosial dan marketplace terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM apabila didukung dengan strategi pemasaran digital yang tepat dan berkelanjutan (Dienwati Nuris et al., 2024). Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengoptimalkan digital marketing secara maksimal akibat keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan pendampingan yang berkelanjutan.

UMKM apparel merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk berkembang melalui pemasaran digital, mengingat karakteristik produknya yang sangat bergantung pada visual, tren, dan preferensi konsumen. Salah satu UMKM apparel yang menghadapi tantangan tersebut adalah Grow Media Tex, yang bergerak di bidang produksi apparel dengan produk utama berupa jersey. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah pemasaran yang masih terbatas, pemanfaatan media digital yang belum optimal, serta belum adanya strategi pemasaran digital yang terstruktur.

Kemandirian dan keberlanjutan usaha UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pemasaran secara efektif. Ketika digital marketing dapat dioptimalkan, peluang peningkatan penjualan, penguatan merek, dan perluasan pasar menjadi lebih besar. Pelatihan dan pendampingan digital marketing menjadi salah satu pendekatan strategis dalam membantu UMKM meningkatkan kapasitas usaha dan memperluas akses pasar melalui media digital (Saputra et al., 2025). Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu dibekali dengan keterampilan digital marketing yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan usaha.



Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program pelatihan dan pendampingan digital marketing pada UMKM apparel Grow Media Tex menjadi penting untuk dilaksanakan. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam mengoptimalkan pemasaran digital, mendukung pengembangan usaha, serta meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan di tengah dinamika persaingan bisnis digital.

Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis berinisiatif untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM apparel Grow Media Tex melalui program pelatihan dan pendampingan digital marketing. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran digital guna mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan program pelatihan digital marketing pada UMKM apparel Grow Media Tex?
2. Bagaimana peran program pelatihan dan pendampingan digital marketing dalam mengoptimalkan pemasaran UMKM apparel?
3. Bagaimana dampak pelatihan digital marketing terhadap pengembangan dan daya saing usaha UMKM apparel Grow Media Tex?

Tujuan Pelaksanaan

1. Mengoptimalkan kemampuan pelaku UMKM apparel dalam memahami dan menerapkan digital marketing melalui program pelatihan.
2. Mengoptimalkan peran pelaku UMKM apparel agar mampu memanfaatkan pemasaran digital sebagai strategi pengembangan dan keberlanjutan usaha.

Mengoptimalkan pelaksanaan program pendampingan digital marketing dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian usaha UMKM apparel Grow Media Tex.

Metode Pelaksanaan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan skala tertentu dan memiliki peran penting dalam perekonomian nasional sebagai penggerak ekonomi rakyat serta sarana pemerataan pendapatan masyarakat (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008). Dalam perkembangan ekonomi terkini, UMKM juga dipandang sebagai sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan penyerapan



tenaga kerja, meskipun menghadapi tantangan yang semakin kompleks di era transformasi digital (Saputra et al., 2025).

Namun demikian, keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha masih menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM. Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi yang relevan dan dibutuhkan untuk meningkatkan keamanan, pertumbuhan, serta keberlanjutan UMKM di era transformasi digital (Zain et al., 2025).

Dalam konteks UMKM, digital marketing berperan penting sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era transformasi digital. Pelatihan dan pendampingan. Pada UMKM apparel, digital marketing menjadi semakin penting karena karakteristik produk yang sangat bergantung pada tampilan visual, tren, dan preferensi konsumen. Konten visual yang menarik, konsistensi branding, serta pemanfaatan platform digital yang tepat dapat membantu UMKM apparel meningkatkan minat beli konsumen dan memperkuat posisi merek di pasar digital yang kompetitif (Dienwati Nuris et al., 2024). Pelatihan pemanfaatan teknologi digital yang disertai pendampingan terbukti dapat meningkatkan keamanan usaha, efisiensi pemasaran, serta daya saing UMKM di era transformasi digital (Zain et al., 2025). Selain itu, pemanfaatan media sosial yang didukung oleh pendampingan yang tepat juga berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha dan kesejahteraan pelaku UMKM (Saputra et al., 2025).

Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan digital marketing tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya strategis dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, meningkatkan daya saing, serta menjaga keberlanjutan usaha secara berkelanjutan. Optimalisasi digital marketing melalui program pelatihan dan pendampingan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi jangka pendek, tetapi juga berperan strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha dan peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM serta masyarakat sekitarnya. Program pelatihan dan pendampingan digital marketing menjadi pendekatan yang relevan dalam mendorong UMKM agar mampu beradaptasi dengan transformasi digital dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan (Dienwati Nuris et al., 2024; Zain et al., 2025).

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan salah satu bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada



masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh dosen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada semester ganjil tahun akademik 2025/2026 dengan sasaran UMKM apparel Grow Media Tex sebagai mitra pengabdian. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 09 November 2025 melalui program pelatihan dan pendampingan digital marketing.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM, khususnya yang berkaitan dengan pemasaran produk. Berdasarkan hasil identifikasi, diketahui bahwa pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran masih belum optimal dan belum dilakukan secara terstruktur, sehingga jangkauan pasar produk apparel, khususnya produk jersey, masih terbatas.

Kegiatan inti pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan digital marketing yang disampaikan langsung oleh penulis selaku narasumber. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep digital marketing, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten digital, serta strategi dasar pemasaran online yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM. Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung agar peserta dapat memahami dan mengaplikasikan materi secara optimal.

Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi yang disampaikan. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab, terutama terkait strategi pemanfaatan media sosial dan optimalisasi pemasaran digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Pendekatan pelatihan yang bersifat interaktif memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan usaha, sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini merupakan metode pelatihan dan pendampingan secara langsung yang dipadukan dengan diskusi interaktif. Pendekatan ini dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai digital marketing, karena peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam mengelola pemasaran digital. Pendampingan yang dilakukan bertujuan untuk mendorong mitra agar mampu mengimplementasikan digital marketing secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, beberapa langkah strategis yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan mitra antara lain:

1. Melakukan identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra UMKM terkait pemasaran digital sebagai dasar penyusunan materi pelatihan.

2. Melaksanakan pelatihan digital marketing yang aplikatif dan sesuai dengan karakteristik usaha UMKM apparel, khususnya produk jersey.
3. Memberikan pendampingan kepada mitra agar mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan.
4. Meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran digital sebagai upaya mendukung pengembangan dan daya saing usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesiapan pelaku UMKM dalam memanfaatkan pemasaran digital. Optimalisasi digital marketing diharapkan dapat membantu UMKM apparel Grow Media Tex dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta mendukung keberlanjutan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.





Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada semester ganjil tahun akademik 2025/2026 melalui program pelatihan dan pendampingan digital marketing pada UMKM apparel Grow Media Tex, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Program pelatihan dan pendampingan digital marketing mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM apparel terhadap konsep dan pemanfaatan pemasaran digital dalam kegiatan usahanya.
2. Pelaksanaan pelatihan yang disertai dengan diskusi dan praktik langsung membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan media digital sebagai sarana promosi produk apparel, khususnya produk jersey.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, maka beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Program pelatihan digital marketing perlu dilaksanakan secara berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terus mengikuti perkembangan tren dan strategi pemasaran digital yang dinamis.
2. Diperlukan pendampingan lanjutan yang lebih spesifik, seperti pelatihan periklanan media sosial, pengelolaan konten visual, dan analisis performa pemasaran digital untuk meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM.
3. Pelaku UMKM diharapkan dapat mengimplementasikan secara konsisten strategi digital marketing yang telah diperoleh dari pelatihan sebagai upaya mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2017). *Definition of marketing*. American Marketing Association. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing>
- Dienwati Nuris, N., Narasati, R., Nuryadi, & Ningrum, R. Y. (2024). Strategi pelatihan digital marketing untuk peningkatan daya saing UMKM di media sosial dan marketplace. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, **3**(3), 333–339.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Transformasi digital UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lin, C. Y. Y. (1998). Success factors of small- and medium-sized enterprises in Taiwan: An analysis of cases. *Journal of Small Business Management*, **36**(4), 43–56.



-
- Saputra, A., Pika, S., Hazanah, S. N., Rifai, M. F., & Sawir, M. (2025). Pemanfaatan media sosial dalam pengembangan UMKM Desa Malala sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Makapande Mengabdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 82–86.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Winarso, D., Handayani, S., & Pratama, R. (2017). Pemanfaatan digital marketing dalam peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Zain, R. H., Afira, R., Awal, H., & Yani, Z. (2025). Pelatihan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan keamanan dan pertumbuhan UMKM di era transformasi digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6 (1), 166–171.