

## PELATIHAN KONTEN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI PADA UMKM DIMME PLACE DI KOTA JAMBI

Mira Gustiana Pangestu<sup>1</sup>, Johni Paul KarolusPasaribu<sup>2</sup>, Yosi Fahdillah<sup>3</sup>,  
Hanan Laras Sabrina<sup>4</sup>, Alfito Septiawan Syaputra<sup>5</sup>

12345 Universitas Dinamika Bangsa Jambi, Ilmu Manajemen dan Bisnis, KotaJambi

Email : <sup>1</sup> [Myraapangestu29@gmail.com](mailto:Myraapangestu29@gmail.com), <sup>2</sup> [johnipaul@unama.ac.id](mailto:johnipaul@unama.ac.id), <sup>3</sup> [Yosifadillah230@gmail.com](mailto:Yosifadillah230@gmail.com),  
<sup>4</sup> [hananlaaras@gmail.com](mailto:hananlaaras@gmail.com), <sup>5</sup> [alfitoseptiawan@gmail.com](mailto:alfitoseptiawan@gmail.com)

E-mail Korespondensi : <sup>1</sup> [Myraapangestu29@gmail.com](mailto:Myraapangestu29@gmail.com)

### Abstrak

*Pengabdian proposal ini bertujuan untuk mengimplementasikan pelatihan konten digital yang ditujukan untuk pemilik dan karyawan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di sektor coffeeshop dimme place. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan umkm dalam menciptakan dan mengelola konten digital yang efektif untuk meningkatkan promosi dan visibilitas bisnis mereka. mplementasi pelatihan: menyelenggarakan sesi pelatihan interaktif dengan memanfaatkan materi yang relevan, studi kasus, dan praktik langsung dalam menciptakan konten digital.pemantauan dan evaluasi: menyusun metode pemantauan dan evaluasi untuk mengukur efektivitas pelatihan serta memperoleh umpan balik dari peserta.dukungan lanjutan: memberikan dukungan lanjutan setelah pelatihan berakhir, seperti konsultasi online atau sumber daya tambahan untuk mendukung penerapan keterampilan yang telah diperoleh. Manfaat dari pelatihan ini diharapkan dapat terlihat dalam peningkatan promosi dan daya saing bisnis umkm coffeeshop dimme place melalui media digital. Proposal ini juga akan mencakup anggaran, jadwal pelatihan, dan hasil yang diharapkan untuk memastikan keberhasilan implementasi program.*

### Abstract

*This proposal dedication aims to implement digital content training aimed at owners and employees of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the dimme place coffeeshop sector. This training aims to improve MSMEs' abilities in creating and managing effective digital content to increase the promotion and visibility of their business.*

*training implementation: holding interactive training sessions by utilizing relevant materials, case studies and direct practice in creating digital content. monitoring and evaluation: developing monitoring and evaluation methods to measure the effectiveness of the training and obtain feedback from participants. continued support: providing continued support after training ends, such as online consultations or additional resources to support the application of acquired skills.*

*It is hoped that the benefits of this training can be seen in increasing the promotion and competitiveness of the MSME coffeeshop dimme place business through digital media. This proposal will also include a budget, training schedule, and expected results to ensure successful implementation of the program.*

**Kata kunci:** *Digital content, Promotion, MSMEs*

## 1. PENDAHULUAN

Pendahuluan Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan tren konsumsi yang semakin bergeser ke ranah digital, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di sektor coffeeshop seperti "dimme place" perlu mengadaptasi strategi pemasaran mereka untuk tetap bersaing dan meningkatkan visibilitas bisnis. "dimme place" sebagai sebuah usaha coffeeshop menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik dari bisnis sejenis di lingkungan lokal maupun dari skala yang lebih luas.

Penelitian Tusholihah et al.,(2023) artikel ini mengatakan bahwa banyak orang menggunakan media sosial untuk mengiklankan sesuatu. Ini membantu perusahaan terhubung dengan pelanggan dengan berbagi informasi tentang produk. Ini dapat mengubah cara orang bertindak dan apa yang mereka beli.

Usaha kecil dapat menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menjual produk mereka. Untuk melakukan ini dengan sukses, mereka perlu membuat rencana pemasaran yang menggunakan alat digital dan membuat iklan online.(Mavilinda et al., 2022).

Konten di media sosial adalah contoh nyata dalam melakukan pemasaran agar lebih menarik, lebih baik dan lebih praktis. Dengan gadget dan internet, orang dapat menggunakan platform untuk berbagi dan menjual barang -barang mereka. Beberapa platform mudah digunakan karena mereka memiliki banyak gambar dan tempat untuk menulis komentar dan pesan, itulah sebabnya orang suka menggunakan media sosial.(Sidanti et al., 2024)

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) saat ini saling bersaing. Mereka berusaha menjadi lebih baik daripada pesaing mereka, terutama ketika menggunakan teknologi dan mempromosikan merek mereka secara online. Kompetisi ini sedang terjadi karena pasar berubah dengan cepat dan umkm perlu mengikuti dunia digital. Mereka perlu memahami bahwa menggunakan alat dan platform digital adalah penting untuk keberhasilan mereka. Mereka harus fokus pada pembuatan konten yang menarik dan interaktif untuk mempromosikan bisnis mereka secara online (Dharomesz et al., 2023).

Pengembangan teknologi internet seperti perubahan besar dalam bagaimana hal -hal dilakukan, seperti perubahan besar yang terjadi sejak lama disebut revolusi industri. Perubahan ini disebut revolusi industri 4.0. Ini memiliki dampak besar pada bagaimana orang menjual barang, yang disebut pemasaran. Ketika orang menggunakan internet untuk menjual barang dan menggunakan teknologi digital untuk membantu mereka, itu disebut pemasaran digital. Sebuah kafe bernama umkm waken café menggunakan pemasaran digital dengan mempromosikan produk mereka di media sosial dan bekerja dengan layanan pengiriman. Mereka juga membuat posting yang menyenangkan dan menarik di media sosial menggunakan teknologi digital. Untuk usaha kecil, seperti umkm waken café, sangat penting untuk menggunakan pemasaran digital untuk menjual barang dan menghasilkan uang.(Fazra & Ghifari, 2024).

Pendekatan pengembangan desain katalog produk, stiker label yang eye catching , dan konten instagram yang relevan sesuai trend dan kebutuhan pelanggan ini dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap promosi produk umkm (Elany Tri Yuliyanti & Ute Chairuz M. Nasution, 2023)

Hal -hal yang orang posting dapat memiliki dampak besar pada seberapa banyak bisnis kecil tumbuh. Usaha kecil dapat membuat video yang menyenangkan dan menarik yang disukai orang. Mereka juga dapat menggunakan kata -kata dan musik khusus untuk membuat video mereka lebih baik dan lebih banyak muncul ketika orang mencari sesuatu.(Delicia & Paramita, 2022).

Tren konsumen yang cenderung mencari informasi melalui internet, media sosial, dan platform daring menunjukkan bahwa strategi pemasaran tradisional tidak lagi cukup untuk menarik perhatian target pasar. Oleh karena itu, penguasaan keahlian dalam menciptakan konten digital yang menarik dan relevan menjadi krusial bagi UMKM seperti "Dimme Place" agar dapat lebih efektif berkomunikasi dengan pelanggan potensial, membangun brand awareness, dan meningkatkan penjualan.

Meskipun memiliki produk dan layanan yang berkualitas, "Dimme Place" mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan potensi media digital untuk mengoptimalkan promosi bisnis mereka. Oleh karena itu, perlu adanya program pelatihan konten digital yang spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan "Dimme Place" agar mereka dapat memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan dinamika bisnis coffeeshop dan preferensi konsumen masa kini.

Dengan melibatkan pemilik dan karyawan "Dimme Place" dalam pelatihan konten digital, diharapkan mereka dapat meningkatkan kemampuan dalam merancang dan melaksanakan kampanye promosi melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya. Dengan demikian, proposal ini bertujuan untuk memberikan dukungan strategis kepada "Dimme Place" agar dapat bersaing secara efektif di era digital ini dan meningkatkan daya saing bisnis mereka di pasar coffeeshop yang terus berkembang.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **Perencanaan Kegiatan**

Pada proses perencanaan kegiatan ini meliputi :

1. Pembuatan proposal dan mengurus surat izin untuk melaksanakan kegiatan "pelatihan konten digital untuk meningkatkan promosi pada umkm dimme place " guna untuk masa depan dan kesejahteraan umkm.
2. Setelah mengajukan proposal selesai, dan izin sudah didapat, maka selanjutnya adalah menyusun jadwal dan kegiatan pkm nya antara lain : mendata peserta pelatihan, pembagian tugas tim, sarana dan prasarana yang dibutuhkan, modul untuk peserta belajar mandiri.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan mulai Maret 2024, diawali dengan mengunjungi Tempat Usaha UMKM Dimme Place, Untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan yang akan diadakan, dan mengurus izin pelaksanaan kegiatan dengan pihak owner, penyusunan materi, dokumentasi materi. Adapun pelaksanaan kegiatan ini akan dilaksanakan pada bulan 12 juli 2024. **3.3**

### **Peserta Pelatihan**

Sesuai target yang dijelaskan diatas, peserta pada "pelatihan konten digital untuk meningkatkan promosi pada umkm dimme place di kota jambi" dalam upaya untuk peningkatan produksi dan pemasaran ini adalah anggota umkm dimme place yang berjumlah 13 orang .

### **Penyuluhan Atau Instruktur**

Penyuluhan / instruktur dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penulis. Kegiatan ini meliputi penyampaian materi yang bersumber dari beberapa buku teks dan juga sumber elektronik yang disertai dengan implemetasi. Kegiatan pkm ini dimulai dengan adanya penyampaian tujuan akan diadakannya kegiatan oleh pemilik umkm Dimme Place, dimana tujuan tersebut juga selaras dengan manfaat dari kegiatan ini, sesuai dengan tema nya yaitu "Pelatihan Konten Digital Untuk Meningkatkan Promosi Pada Umkm Dimme Place Di Kota Jambi". Tim Pelaksana Terdiri Dari 5 Orang Yaitu 4 Dosen Dan 1 Orang Mahasiswa Dengan Tanggung Jawab Sebagai Berikut :

Mira Gustiana Pangestu, SE, MM bertanggung jawab dalam berlangsungnya acara,

menyampaikan materi dan praktik simulasi mengenai pembuatan konten digital

Johni Paul KarolusPasaribu,SE,MM bertanggung jawab berkoordinasi dengan pihak UMKM Dimme Place, praktik simulasi, terkait pelaksanaan kegiatan PKM.

Yosi Fahdillah., SE., MM bertanggung jawab untuk mempersiapkan kebutuhan pelatihan PKM, seperti; absensi, pengadaan konsumsi, asisten praktik, dan dokumentasi.

Hanan Laras Sabrina.,SE.,M.S.M bertanggung jawab untuk membantu anggota lain mempersiapkan kegiatan,seperti ; mempersiapkan ruangan, dokumentasi, asisten praktik dan membantu peserta dalam mengikuti arahan narasumber.

Alfito Septiawan Syaputra bertanggung jawab untuk membantu yang lainnya

### PERALATAN KEGIATAN

Untuk melengkapi kegiatan pengabdian ini, maka pemateri membutuhkan beberapa pendukung sebagai berikut :

1. Untuk perangkat keras (*Hardware*)
  - Laptop
2. Untuk Perangkat Lunak (*Software*)
  - Sistem Operasi : Microsoft
  - Ms. Power Point
  - Konten digital

### PERENCANAAN KEGIATAN

1.Persiapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pelatihan Pengabdian Kegiatan Kepada Masyarakat ini yaitu :

#### Tahapan Persiapan

**Observasi.** Yakni tim penulis melakukan pengamatan langsung ke lokasi tempat kegiatan berlangsung yakni pada anggota umkm dimme place

**Wawancara.** Yakni penulis menemui pemilik umkm dimme place sebagai untuk silaturahmi dan koordinasi berkaitan dengan materi yang akan dibahas pada kegiatan ini.

**Studi dokumen.** Yakni pengumpulan dokumen-dokumen berkaitan dengan kegiatan pelaksanaan pengabdian.

#### Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan yaitu, pada tanggal 12 juli 2024. Kegiatan bertempat di UMKM Dimme Place pada Pukul 14.00 s/d 17.00 wib untuk penyampaian materi dan simulasi praktik penggunaan *konten digital*. Materi pelatihan diberikan kepada para peserta dengan menggunakan kertas simulasi praktik sehingga peserta bisa langsung menerapkan materi yang telah disampaikan.

#### Tahapan Akhir

Tahapan ini yakni pembuatan laporan PKM yang telah dilakukan, dan mengumpulkan laporannya ke LPPM Universitas Dinamika Bangsa.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### DESKRIPSI KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 12 juli 2024, dimana kegiatan tersebut adalah pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan penulis. Pelaksanaan kegiatan ini dalam bentuk ceramah, praktik, dan tanya jawab yang berkaitan dengan *promosi* dan *konten digital*. Pelatihan

pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh 4 dosen unama yang bertanggung jawab sebagai narasumber dan 1 dosen dan 1 mahasiswa orang mahasiswa yang bertanggung jawab membantu mempersiapkan kegiatan, serta membantu jalannya kegiatan, para anggota umkm dimme place sebagai peserta.

### **TANGGAPAN PESERTA**

dalam pelaksanaan ini Anggota UMKM Dimme Place yang menjadi peserta dapat mengetahui bahwa pengaplikasian *Promosi* dan *konten digital* dapat dilakukan untuk memudahkan dalam bisnis dan akhirnya nanti untuk memudahkan implementasinya.

peserta juga mengutarakan bahwa melalui pelatihan ini mereka menjadi lebih mudah dan merasa *media sosial* sangat membantu dalam berwirausaha. Para peserta juga menunjukkan antusias yang luar biasa, hal ini terlihat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para peserta pada saat proses diskusi berlangsung dan antusiasme dalam mengikuti praktik memanfaatkan teknologi dan media sosial.



#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 4.1 Kesimpulan

Kesimpulan Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dengan kegiatan pelatihan ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada para Anggota UMKM Dimme Place sebagai peserta tentang pemanfaatan teknologi dan konten digital untuk bisnis mereka.
2. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini memberikan peserta pemahaman pentingnya pemanfaatan teknologi dan konten digital pada bisnis mereka.

##### 4.2 Saran

Saran berkaitan dengan pelaksanaan atau hasil Pengabdian kepada Masyarakat. Adapun Saran yang dapat diberikan dalam kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Perlu adanya pelatihan pemanfaatan teknologi dan konten digital sejenis yang dilakukan sehingga dapat memberikan kebermanfaatan yang lebih luas dalam hal bisnis
2. Perlu adanya sinergitas dengan dosen, dan institusi perdagangan untuk memperluas pengetahuan pemanfaatan teknologi dan konten digital kepada masyarakat, sehingga mereka dapat memaksimalkan bisnisnya dalam promosi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Yayasan Dinamika Bangsa Jambi yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Digitalisasi Marketing Dalam Upaya Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Pada Bisnis Online Umkm Kerupuk Ikan Kelurahan Pasir Panjang, dapat berjalan dengan baik dan lancar, dan terima kasih juga kepada UMKM kerupuk ikan kelurahan pasir Panjang yang telah menyediakan tempat sarana dan prasarana demi mewujudkan kegiatan ini berjalan dengan sukses

#### DAFTAR PUSTAKA

- Delicia, C., & Paramita, S. (2022). Konten Tiktok untuk Meningkatkan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic dan Agate Deluxe). *Koneksi*, 6(1), 218. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15768>
- Dharomesz, V. Y., Api Adyantari, R., Sasmita, P. H., & Oscar Noventa, C. (2023). *PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA*. 02(November), 469–475.
- Elany Tri Yuliyanti, & Ute Chairuz M. Nasution. (2023). Pengembangan Branding Melalui Konten Instagram, Katalog Dan Stiker Label Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UD ALINDRA. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 81–86. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i1.2111>
- Fazra, L., & Ghifari, E. (2024). *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Café*. 16(3), 504–512.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2022). Peningkatan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2), 62–70. <https://doi.org/10.32524/jamc.v5i2.299>

Sidanti, H., Purwanto, H., Megasari, A., & Sholihah, M. M. (2024). *Optimalisasi Pembuatan Konten Sosial Media dan E-Commerce pada UMKM My Keranjang : Industri Anyaman Plastik*. 1(11), 2825–2831.

Tusholihah, A., SD, P. A., JS, J. N., & Hananto, D. (2023). Kajian Literatur: Konten Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Indonesia. *Philosophiamundi*, 3(1), 1–12. <https://philosophiamundi.id/index.php/philosophia/article/view/11>