

Pelatihan Bisnis Digital UMKM Desa Pijoan Untuk Meningkatkan Penjualan Online Dengan Linktree

Despita Meisak^{1*}, Robby Setiawan², M.Riza Pahlevi³, Agus Nugroho⁴, Eko AripWinanto⁵, Amroni⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Dinamika Bangsa, Fakultas Ilmu Komputer, Jambi, Indonesia

Email : ¹⁾despitam88@gmail.com, ²⁾roby.setiawan.jet@gmail.com,
³⁾rizapahlevi@gmail.com, ⁴⁾agusnugroho0888@gmail.com, ⁵⁾ekoaripwinanto@gmail.com,
⁶⁾bh36be@gmail.com

E-mail Korespondensi : ¹⁾despitam88@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital yang berkembang pesat, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan memanfaatkan berbagai platform digital secara efektif. Salah satu alat yang diperkenalkan dalam pelatihan ini adalah Linktree, yang memungkinkan pengintegrasian berbagai kanal pemasaran seperti media sosial, marketplace, dan website dalam satu tautan. Dengan Linktree, UMKM dapat mempermudah akses bagi konsumen ke berbagai platform penjualan mereka, sehingga meningkatkan visibilitas produk dan penjualan secara online. Pelatihan Bisnis Digital UMKM Desa Pijoan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan produk secara online. Hasil dari pelatihan ini adalah peningkatan penjualan produk, serta pengurangan kerumitan akses bagi konsumen. Selain itu, kegiatan ini juga menghasilkan publikasi ilmiah di OJS JPMU (Jurnal Pengabdian Masyarakat Unama) sebagai bentuk kontribusi akademik dari program pengabdian masyarakat. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM Desa Pijoan mampu bersaing secara lebih efektif di pasar digital yang semakin kompetitif.

Kata kunci: *UMKM, Linktree, pemasaran_online, visibilitas_produk, pelatihan.*

Abstract

In the rapidly evolving digital era, MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) players are faced with the challenge of effectively utilizing various digital platforms. One of the tools introduced in this training is Linktree, which allows the integration of multiple marketing channels such as social media, marketplaces, and websites into a single link. With Linktree, MSMEs can simplify consumer access to their various sales platforms, thereby increasing product visibility and online sales. The Digital Business Training for MSMEs in Pijoan Village aims to enhance the ability of MSME entrepreneurs to leverage digital technology to boost their product sales online. The outcomes of this training include increased product sales and reduced complexity for consumers in accessing different platforms. Additionally, this activity results in a scientific publication in the OJS JPMU (Unama Community Service Journal) as an academic contribution from the community service program. Through this training, it is expected that MSME players in Pijoan Village will be able to compete more effectively in the increasingly competitive digital market.

Keywords: *MSMEs, Linktree, online_marketing, product_visibility, training.*

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, teknologi telah menjadi faktor utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis (Hariyani et al., 2022). Dengan berbagai platform digital yang tersedia, pelaku usaha dihadapkan pada tantangan untuk memanfaatkan teknologi secara optimal guna mempromosikan dan menjual produk mereka (Kusuma Wijaya et al., 2022). Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan alat digital serta kesulitan

dalam mengelola berbagai kanal pemasaran secara terintegrasi sering kali menghambat pertumbuhan dan keberhasilan bisnis. (Purnama, 2020)(Oktaviani & Rustandi, 2018).

Salah satu solusi efektif dalam menghadapi tantangan ini adalah penggunaan Linktree,(Supriyanto et al., 2018) sebuah alat yang memungkinkan pengguna untuk mengintegrasikan berbagai tautan ke dalam satu halaman (Dona et al., 2024). Dengan Linktree, pelaku usaha dapat menyatukan semua platform pemasaran mereka—seperti akun media sosial, marketplace, dan website—dalam satu tautan yang mudah diakses (Rusiyati et al., 2022) (Paramitasari, 2023). Ini memudahkan pelanggan untuk menemukan semua informasi yang mereka butuhkan tanpa harus mencari di berbagai tempat, meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi pemasaran (Woelandari & Setyawati, 2019), (Kshetri & Jha, 2016) . Selain itu, Linktree memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola dan memantau kinerja berbagai tautan dalam satu dashboard, memberikan wawasan tentang bagaimana pelanggan berinteraksi dengan konten mereka (Sentoso et al., 2023). Dengan aplikasi ini, pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka berdasarkan analisis yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan hasil kampanye digital mereka dan memperluas jangkauan pasar secara efektif (Ginting et al., 2023) (Pinem et al., 2024).

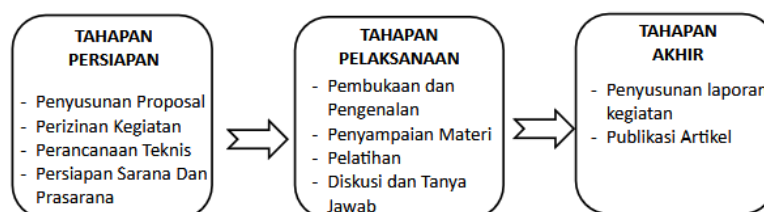
UMKM Desa Pijoan, Banyak pelaku usaha lokal yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan platform e-commerce, untuk mempromosikan dan menjual produk mereka (Natania & Dwijayanti, 2024). Akibatnya, mereka sering kali mengalami kesulitan dalam mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Keterbatasan pengetahuan tentang penggunaan alat digital serta tantangan dalam mengelola berbagai kanal pemasaran secara terpisah memperburuk situasi, mengakibatkan potensi produk yang tidak dapat dimaksimalkan secara optimal. Hal ini menyebabkan UMKM di Desa Pijoan kehilangan peluang untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan mereka. Oleh karena itu perlu memberikan pelatihan yang fokus pada penguasaan alat digital yang dapat membantu mengatasi tantangan ini.. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, mempermudah akses bagi pelanggan, dan akhirnya meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Anandah Amirah, 2023).

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Profil Penyelenggara Kegiatan

UMKM Desa Pijoan merupakan sebuah inisiatif pemberdayaan ekonomi di Desa Muaro Pijoan, Jambi. Desa Pijoan merupakan pusat pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan potensi lokal dan kekayaan budaya setempat. UMKM Desa Pijoan berfokus pada pengembangan produk-produk unggulan yang berasal dari kekayaan alam dan keterampilan tradisional masyarakat setempat, seperti kerajinan tangan, makanan tradisional, dan produk pertanian.

2.2 Tahapan Kegiatan



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan tahap akhir. :

1. Pada tahap persiapan, dilakukan serangkaian kegiatan untuk memastikan kelancaran pelatihan, meliputi penyusunan proposal kegiatan oleh ketua tim, Despita Meisak, S.Kom., M.S.I., bersama anggota tim yang bertanggung jawab merancang rencana

pelatihan sebagai dasar pelaksanaan kegiatan di Universitas Dinamika Bangsa. Setelah proposal disetujui, tim mempersiapkan surat izin pelaksanaan kegiatan yang ditujukan kepada Kepala Desa Pijoan sebagai mitra kegiatan.

2. Perencanaan teknis berupa penyusunan jadwal pelatihan, pendataan peserta yang terdiri dari 15–20 pelaku UMKM Desa Pijoan, serta pembagian tugas tim pelaksana untuk memastikan koordinasi optimal. Persiapan sarana dan prasarana juga dilakukan, termasuk menyiapkan laptop, infokus, website Linktree, dan perangkat Android guna mendukung kelancaran pelatihan.
3. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dilakukan sesuai jadwal dengan berbagai metode. Kegiatan diawali dengan sesi pembukaan dan pengenalan, yang mencakup penyampaian profil Universitas Dinamika Bangsa serta tujuan kegiatan oleh moderator, dilanjutkan dengan sambutan dari pihak desa dan tim PKM sebagai pembuka resmi. Selanjutnya, sesi penyampaian materi dimulai, dengan Despita Meisak, S.Kom., M.S.I., yang memberikan materi tentang aplikasi Linktree untuk membantu pelaku UMKM memanfaatkan alat ini sebagai media pemasaran digital yang efektif. Materi digital marketing disampaikan oleh Robby Setiawan, M.Kom., dan Riza Pahlevi B, M.Kom., yang memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital guna meningkatkan daya saing UMKM. Peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung penggunaan aplikasi Linktree dan strategi digital marketing dengan bimbingan instruktur.
4. Sesi ini diakhiri dengan diskusi dan tanya jawab interaktif untuk memperdalam pemahaman, berbagi pengalaman, serta membahas tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menerapkan teknologi digital. Tahap akhir bertujuan memastikan keberlanjutan manfaat dari pelatihan ini. Tim PKM menyusun laporan lengkap yang mencakup rangkuman pelaksanaan kegiatan, hasil pelatihan, dokumentasi, dan evaluasi. Selain itu, hasil kegiatan dipublikasikan dalam bentuk artikel ilmiah di Open Journal System (OJS) Pengabdian Kepada Masyarakat Unama (JPMU) sebagai upaya diseminasi hasil kegiatan kepada khalayak akademik dan masyarakat luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 18 Januari 2025, di Aula Gucci Emas, Desa Muaro Pijoan. Kegiatan ini berlangsung dengan metode ceramah, diskusi, tanya jawab, dan praktik. Pelaksanaan kegiatan melibatkan lima orang dosen, yaitu tiga orang sebagai narasumber dan dua orang bertugas membantu pelaksanaan teknis. Selain itu, dua orang mahasiswa turut membantu dalam dokumentasi kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan kata sambutan dari Bapak Kades Juanda, kemudian dilanjutkan oleh Bapak Robby Setiawan, S.Kom., M.S.I., yang memberikan motivasi kepada para peserta untuk mengikuti kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Materi pertama disampaikan oleh Ibu Despita Meisak, S.Kom., M.S.I., selaku Ketua Tim, dengan topik mengenai pemanfaatan Linktree untuk pemasaran digital UMKM yang dilengkapi dengan sesi praktik langsung oleh para peserta. Selanjutnya, Bapak M. Riza Pahlevi menyampaikan materi tentang Strategi Pemasaran Digital, di mana beliau menjelaskan berbagai teknik dan pendekatan efektif untuk memanfaatkan platform digital serta mengoptimalkan strategi pemasaran di era teknologi saat ini. Kegiatan diakhiri dengan sesi tanya jawab yang interaktif, diikuti dengan pemberian merchandise kepada peserta yang aktif berpartisipasi selama kegiatan berlangsung.



Gambar 2 :Menyiapkan alat bantu pelatihan seperti laptop, infokus kelancaran kegiatan.



Gambar 4 :Ibu Despita Meisak, S.Kom., M.S.I., selaku ketua tim, menyampaikan materi tentang pemanfaatan Linktree dan Penyampaian materi oleh Bapak M. Riza Pahlevi mengenai Strategi Pemasaran Digital.



Gambar 5 :Sesi tanya jawab dan diskusi interaktif bersama peserta, diselingi dengan pembagian merchandise menarik bagi peserta



Gambar 6 : Tampilan hasil pelatihan pemanfaatan Linktree pada handphone Android milik peserta.



Gambar 7 : Pelatihan Bisnis Digital UMKM Desa Pijoan : Meningkatkan Penjualan Online dengan Linktree

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pelatihan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku UMKM Desa Pijoan tentang pentingnya teknologi digital, khususnya penggunaan Linktree, dalam meningkatkan penjualan produk secara online. Peserta juga mampu mengelola dan mengintegrasikan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website dalam satu tautan yang memudahkan akses bagi konsumen. Selain itu, pelatihan ini meningkatkan kemampuan peserta dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk..

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu mengadakan pelatihan lanjutan terkait pengelolaan digital marketing yang lebih mendalam, seperti penggunaan analitik data untuk memantau efektivitas kampanye pemasaran, serta meningkatkan literasi digital para pelaku UMKM secara berkala guna mengikuti perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital terbaru. Selain itu, disarankan untuk membangun komunitas UMKM berbasis digital di Desa Pijoan sebagai wadah berbagi pengalaman, tantangan, dan strategi pemasaran yang efektif antar pelaku usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Juanda selaku Kepala Desa beserta seluruh peserta kegiatan Gucci Emas Muaro Jambi atas partisipasi dan antusiasme yang luar biasa dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) dan Universitas Dinamika Bangsa atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan diselesaikan sesuai dengan rencana. Semoga kerja sama dan dukungan yang telah terjalin ini membawa manfaat yang besar bagi semua pihak dan dapat terus berlanjut di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandah Amirah, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM madu lebah Klanceng. *Journal of Community Service*, 1(3), 198–204.
- Dona, M., Aristana, W., Putu, N., Kherismawati, E., & Aristana, I. D. G. (2024). Pelatihan Media Sosial untuk Pengembangan Bisnis Usaha Keramik Pejaten. 1(1), 9–16.
- Ginting, A. L., Sulistyowati, L., Hafa, F., & Widyawati, R. F. (2023). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Paguyuban Kampung Bejo Dengan Aplikasi Linktree Dan Media Sos. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian*

- Indonesia), 8(2), 193–200. <https://doi.org/10.33366/japi.v8i2.5041>
- Hariani, E., Widyawati, R. F., & Dewanti, A. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira)*, 2(3), 101–108. <https://doi.org/10.31004/abdira.v2i3.170>
- Kshetri, A., & Jha, B. (2016). Online Purchase Intention: A Study of Automobile Sector in India. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 5(3), 35. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Kusuma Wijaya, B., Gede, I., Sudipa, I., Waas, D. V., & Santika, P. P. (2022). Journal of Intelligent Decision Support System (IDSS) Selection of Online Sales Platforms for MSMEs using the OCRA Method with ROC Weighting. *Journal of Intelligent Decision Support System (IDSS)*, 5(4), 146–152.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN BAGI UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(1), 1–8.
- Oktaviani, F., & Rustandi, dan D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017*, 3(1), 1514–1518. <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>
- Paramitasari, N. (2023). Penerapan Umkm Go Digital Pada Usaha Dapoer Bunda Di Desa Sukanegara. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 32–40. <https://doi.org/10.30873/jppm.v5i1.3784>
- Pinem, A. P. R., Pungkasanti, P. T., & Aprinta, G. (2024). Mengatasi Hambatan Literasi Digital: Strategi Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Desa Truko. *Jurnal Surya Masyarakat*, 6(2), 251. <https://doi.org/10.26714/jsm.6.2.2024.251-256>
- Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram. *Islamic Economic Journal*, 1(2), 14–20.
- Rusiyati, S., Basudani, W. A., Mulyadi, H., Abdullah, M., Rofingi, M., & Febrianto, F. (2022). Marketing 4.0 di Ekonomi Digital dengan Pemanfaatan Linktree Bagi Pelajar Panti Sosial Asuhan Anak Putra Setia Pada Yayasan Rukun Istri Sejahtera. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 57–64. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v2i1.1268>
- Sentoso, A., Lady, Lady, Christini, J., Sandra, N., Clarissa, F., Tina, T., & Vivianti, W. (2023). Pengaplikasian Alat Pemasaran Digital Terhadap Umkm Nuruto. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 9(1), 67–74. <https://doi.org/10.24967/jims.v9i1.2278>
- Supriyanto, S., Farihanto, M. N., & Handoko, S. (2018). Pemberdayaan Kelompok Pengelola Umkm Dengan Keterampilan Go Online Untuk Meningkatkan Kualitas Pengelolaan. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 305–314. <https://doi.org/10.12928/jp.v2i2.387>
- Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2019). Digital Dengan Menggunakan Media Sosial Facebook Dan Instagram Bagi Industri Rumahan Di. *Seminar Santika*, September, 62–67.