

Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM Toisapu Berbasis Website

Dessy Palyama^{1*}, Darmayanti R. Ode², Bredcly F. Tuhuleruw³,
Yuliet H. Tanamal⁴, Viona E. Sopacua⁵, Vina K. Hallatu⁶,
Raden Mira R.N. Zein⁷, Miguel A. Tuarissa⁸, Jacob Daniel Sohilit⁹,
Aldo Making¹⁰, Hani Y. Sinia¹¹, Gianugerah Warahuwena¹²

¹⁻¹² Universitas Kristen Indonesia Maluku

* dessypalijama70@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Toisapu, Kota Ambon, dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) produk olahan hasil laut dan pertanian. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan jangkauan pasar akibat minimnya pemanfaatan platform *e-commerce*. Solusi yang ditawarkan adalah sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* berfokus pada implementasi *website Localin-Toisapu*, sebuah *platform e-commerce* lokal yang dikembangkan oleh mahasiswa KKNT. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyuluhan materi pemasaran digital, demonstrasi penggunaan *website*, dan pendampingan praktik *upload* produk. Evaluasi dilakukan melalui observasi praktik langsung dan kuesioner kepuasan setelah pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa minimal 10 UMKM berhasil mendaftar dan mengunggah produk mereka ke *website*, menandakan tercapainya target kuantitatif. Mitra juga menunjukkan peningkatan kemampuan praktis dalam mengoperasikan *website* sebagai alat pemasaran mandiri. Kegiatan ini berhasil menyediakan infrastruktur pemasaran digital yang efisien dan meningkatkan literasi digital, sehingga mendukung penguatan ekonomi kreatif lokal.

Kata Kunci: *digital marketing, UMKM, e-commerce, Localin-Toisapu, website*

Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting perekonomian di Desa Toisapu, Kota Ambon, dengan potensi besar pada produk olahan hasil laut dan pertanian. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, yang menyebabkan jangkauan pasar terbatas [Sumarni et al., 2024]. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara potensi produk dan kemampuan pemasaran di era digital, yang membutuhkan intervensi teknologi.

Analisis Situasi dan Persoalan Mendasar

Persoalan mendasar yang dihadapi mitra UMKM adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses terhadap platform pemasaran *online* yang terintegrasi. Meskipun teknologi digital saat ini membuka peluang besar untuk memperluas pasar [Maulana et al.,

2024], sebagian besar UMKM belum mampu memanfaatkan *e-commerce* sebagai etalase digital [Alief, 2024]. Data survei lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM belum memiliki toko *online* atau *website*, sehingga penjualan masih terpusat pada lokasi fisik. Kondisi ini mengancam daya saing produk lokal di tengah arus transformasi digital [Anabuni et al., 2025].

Program Kerja dan Pemecahan Persoalan

Untuk mengatasi persoalan tersebut, Program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) Universitas Kristen Indonesia Maluku mengabdikan program kerja berupa Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing berbasis *Website*. Program kerja ini berfokus pada implementasi *Localin-Toisapu*, sebuah *platform website e-commerce* yang dikembangkan oleh tim KKNT untuk menjadi solusi digitalisasi dan pemasaran produk UMKM Desa Toisapu.

Kehandalan Teknologi/Jasa

Kehandalan solusi ini didukung oleh berbagai temuan ilmiah. Aplikasi berbasis *website e-commerce* telah terbukti membantu pelaku UMKM mengembangkan usaha ke pasar yang lebih luas [Alief, 2024; Astuti, 2024]. *E-commerce* berperan penting dalam mengatasi kendala pemasaran dan berpotensi meningkatkan penjualan [Sumarni et al., 2024]. Selain itu, pelatihan yang disertai pendampingan langsung pada penggunaan *platform* spesifik meningkatkan literasi digital dan kemampuan praktis UMKM [Maulana et al., 2024; Suryawandari et al., 2025].

Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan praktis UMKM dalam *digital marketing* serta memberikan pelatihan penggunaan *website Localin-Toisapu*. Manfaat yang diharapkan adalah terwujudnya UMKM yang melek digital dan perluasan jangkauan pasar produk Desa Toisapu.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu

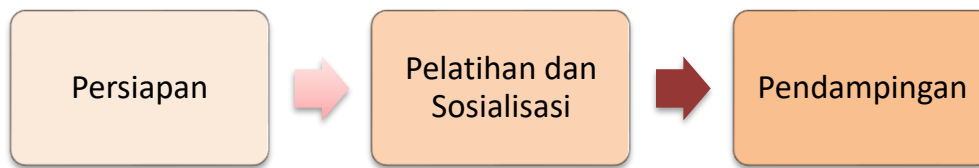
Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Dusun Toisapu, Desa Hutumuri, Kecamatan Leihitu Selatan, Provinsi Maluku. Waktu pelaksanaan kegiatan intensif berlangsung selama tiga hari, yaitu dari 19 hingga 21 November 2025.

Khalayak Sasaran/Mitra Kegiatan

Khalayak sasaran utama kegiatan ini adalah Pelaku UMKM Desa Toisapu yang bergerak di bidang pengolahan hasil laut, hasil pertanian, dan produk olahan turunan (kuliner, kerajinan). Penentuan mitra dilakukan melalui survei lapangan pada Hari ke-1 dan Hari ke-2 untuk mengidentifikasi pelaku usaha yang aktif dan memiliki produk unggulan, dengan target minimal 10 pelaku UMKM yang siap untuk didampingi.

Metode Pengabdian

Metode pengabdian yang digunakan adalah kombinasi dari tiga tahapan utama:



Gambar1. Metode Pengabdian

Tahap Persiapan (Hari ke-1 & ke-2): Meliputi Survei Lapangan, Pengumpulan Data UMKM, dan Observasi Lapangan untuk identifikasi produk unggulan. Kegiatan ini juga mencakup finalisasi aplikasi *Localin_Toisapu* dan materi pelatihan.

Tahap Pelatihan dan Sosialisasi (Hari ke-3): Dilakukan dengan metode Diskusi Interaktif dan Penyuluhan untuk menyampaikan materi dasar *digital marketing* dan Demonstrasi penggunaan *Localin_Toisapu*.

Tahap Pendampingan: Meliputi Praktik Langsung pengunggahan produk, pembuatan deskripsi produk, dan pembuatan toko *online* di *Localin_Toisapu*. Pendampingan ini bertujuan agar pelaku UMKM mampu mengelola pemasaran secara mandiri melalui media digital [Dwi Octa Ramadhani dkk., 2025; "Penggunaan E-Commerce...", 2025].

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan yang diukur adalah:

1. Kuantitatif

Minimal 10 pelaku UMKM mendaftar dan aktif menggunakan *Localin_Toisapu*, dan tersedianya minimal 10–15 produk yang diunggah.

2. Kualitatif

Peningkatan pengetahuan UMKM tentang konsep dasar *digital marketing* dan meningkatnya kemampuan UMKM dalam menggunakan media digital sebagai alat pemasaran.

Metode Evaluasi

Metode evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian indikator keberhasilan, melalui dua teknik utama:

1. Praktik Langsung

Dilakukan selama sesi pendampingan untuk mengukur ketercapaian target kuantitatif, yaitu jumlah pelaku UMKM yang berhasil mendaftar dan jumlah produk yang terunggah ke dalam *website Localin-Toisapu*.

2. Angket/Kuesioner Sederhana

Diberikan kepada peserta setelah pelatihan untuk mengukur peningkatan pemahaman mitra mengenai konsep *digital marketing* dan tingkat kepuasan terhadap pelatihan. (Evaluasi ini mengacu pada keberhasilan evaluasi pelatihan sejenis, seperti yang dilakukan oleh April Riska dkk. [2023]).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Dusun Toisapu, Desa Hutumuri, Kecamatan Leihitu Selatan, Provinsi Maluku. Waktu pelaksanaan kegiatan PkM secara keseluruhan berlangsung selama tiga hari (19 hingga 21 November 2025), dengan fokus kegiatan intensif (Sosialisasi dan Pelatihan) dilakukan pada Hari ke-3 (21 November 2025).

Pelaksanaan Kegiatan dan Peserta

Jumlah total peserta yang menghadiri kegiatan ini pada Hari ke-3 adalah 28 orang. Kelompok peserta ini terdiri dari pelaku UMKM Toisapu, mahasiswa KKNT, dosen pembimbing, dan perwakilan pemerintah setempat (seperti kepala dusun atau perangkat desa terkait). Kehadiran pemerintah setempat menunjukkan dukungan institusional terhadap program digitalisasi UMKM.

Tahap persiapan (Hari ke-1 dan ke-2) difokuskan pada survei lapangan dan pengumpulan data produk UMKM yang akan ditunjukkan pada gambar 2, gambar 3, gambar 4 dan gambar 5. Hal ini memastikan bahwa *website Localin-Toisapu* yang digunakan pada Hari ke-3 sudah terisi data awal dan sesuai dengan kebutuhan riil mitra [Anabuni et al., 2025].

Tabel 1. Jadwal dan Fokus Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Hari/Tanggal	Fokus Kegiatan	Keterangan
Hari ke-1 (19 Nov)	Persiapan Awal	Survei, Pengumpulan Data UMKM, dan Finalisasi <i>Website</i>
Hari ke-2 (20 Nov)	Pendampingan Pra-Pelatihan	Verifikasi kesiapan UMKM dan perangkat digital.
Hari ke-3 (21 Nov)	Pelatihan Intensif	Sosialisasi <i>Digital Marketing</i> dan Praktik Langsung <i>Website</i> .



Gambar 2. Pengumpulan Data UMKM



Gambar 3. Observasi Lapangan Hasil Pengelolaan Pangan



Gambar 4. Observasi Lapangan Hasil Laut



Gambar 5. Observasi Lapangan Hasil Tani

Implementasi Website Localin-Toisapu dan Ketercapaian Kuantitatif

Tim berhasil mengimplementasikan *website Localin-Toisapu* sebagai solusi *e-commerce* lokal. Pemasaran digital berfokus pada *platform* ini untuk menyediakan etalase digital bagi UMKM.

Melalui evaluasi praktik langsung (Metode Evaluasi No. 1), target kuantitatif tercapai: minimal 10 pelaku UMKM berhasil didampingi untuk mendaftar dan mengunggah produk ke dalam *platform* tersebut. Ketercapaian ini membuktikan bahwa penyediaan infrastruktur digital dan pendampingan yang intensif dapat mengatasi hambatan teknologi di tingkat komunitas.



Gambar 6. Sosialisasi Dijital Marketing



Gambar 7. Pelatihan Penggunaan Localin_Toisapu.

Peningkatan Kemampuan Praktis dan Pemahaman Digital

Meskipun tidak menggunakan *pre-test* dan *post-test* nilai, observasi tim selama sesi praktik langsung menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan praktis mitra, dari kesulitan awal dalam navigasi *website* hingga mampu mengelola akun dan mengunggah produk secara mandiri. Hal ini diperkuat dengan hasil kuesioner sederhana yang menunjukkan tingkat kepuasan mitra yang tinggi terhadap pelatihan dan kebermanfaatan *website Localin-Toisapu*.

Peningkatan literasi digital ini adalah fondasi bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan *Localin-Toisapu* secara mandiri, sehingga indikator keberhasilan kualitatif tercapai. Keberhasilan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelatihan dan pembinaan *e-commerce* efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha [Suryawandari et al., 2025].

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada sosialisasi dan pelatihan *digital marketing* berbasis *website Localin-Toisapu* berhasil dilaksanakan dengan baik. Hal baru yang diperoleh mitra adalah keterampilan praktis dalam mengelola *website e-commerce* yang dikembangkan khusus untuk komunitas mereka. Manfaat bagi masyarakat adalah penyediaan *platform* pemasaran digital yang berkelanjutan dan peningkatan literasi digital yang memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Secara kuantitatif, target minimal 10 UMKM yang mengunggah produk berhasil dicapai. Kontribusi teoritik kegiatan ini memperkuat peran penting intervensi berbasis teknologi *website* dan pelatihan langsung dalam mendorong transformasi digital UMKM lokal.

Saran: Perlu dilakukan monitoring dan pendampingan pasca-pelatihan secara berkala untuk memastikan UMKM tetap aktif dan konsisten dalam mengelola *website Localin-Toisapu* serta menanggapi transaksi *online*.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih Kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Indonesia Maluku atas dukungan program ini, dan kepada seluruh Pelaku UMKM Desa Toisapu Kota Ambon Provinsi Maluku atas partisipasi aktif dan kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan.

Referensi

- Anabuni, A. U. T., Dewiatty, I. L., Kellen, M. S. L., Himpi, P. J. K., & Mooy, D. (2025). Peluang dan Tantangan UMKM di Era Digital: Solusi Praktis Untuk Masyarakat Amanuban Barat: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2133–2138. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.728>
- Alief, N. (2024). Perancangan Sistem Informasi E-Commerce untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Furnitur. *Jurnal Sintaks Literasi*, 9(6), 3427–3440. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i6.15166>
- April Riska, Rara Prastiwi, Hamid Halin, & Siti Komariah Hildayanti. (2023). Pelatihan Pengolahan Pangan Lokal Berbahan Baku Nanas Program MBKM KKN Tematik Indo Global Mandiri. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(1), 291–300. <https://doi.org/10.53625/jpm.v2i1.4692>
- Astuti, R. (2024). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada UMKM Cheese Stick Alfa. *Innotech: Jurnal Ilmu Komputer, Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 1(1), 54–63. Diambil dari <https://ejournal.cyber-univ.ac.id/index.php/innotech/article/view/3>

- Candra Khoirul Umam, R. M. S. A. W., & Digital dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. (2024). *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(4).
<https://doi.org/10.61722/japm.v2i4.2130>
- Dwi Octa Ramadhani, Fatmasari, & Muhammad Ariandi. (2025). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Go Digital di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Lago Kabupaten Banyuasin. *Indonesia Berdampak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 33–43. <https://doi.org/10.63822/a5x7db92>
- Maulana, P. F., Faradilla, N. D., Risandi, M. D., Sari, D., Laili, M. N., & Nafi'ah, B. A. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Blurukidul Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(6), 2252–2259.
<https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i6.1209>
- Putri, I., Deka, F. S., Triesia, D., Rizki, R. R., Dendi, A., Adli, M. A. Z., Lestari, S., Illahi, A. A., & Saputra, R. (2025). Penggunaan e-commerce sebagai bentuk pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4), 1104–1116.
<https://doi.org/10.59025/4ayrzd91>
- Qulub, M., Kurniawan, I., & Bukran. (2025). Pembuatan Aplikasi Website E-Commerce Sebagai Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Batik. *Jurnal Mengabdi Dari Hati*, 4(2), 41–46. Diambil dari
<https://www.journal.mudaberkarya.id/index.php/JMH/article/view/242>
- Sumarni, T., muarif, D., Sahana, N., & Rahayu, S. (2024). Pengembangan Aplikasi Pemasaran E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM: Studi Kasus Pada UMKM Bengkalis. *Jurnal Inovasi Sains dan Pengetahuan Indonesia*, 1(4), 57–78.
<https://doi.org/10.31004/ijisk.v1i4.146>
- Suryawandari, D., Wicaksono, A. S., Febryani, M. W., Agustin, R. D., Pamungkas, W. R., Komariyah, E. F., & Afnan, A. (2025). Digitalisasi UMKM Berbasis E-Commerce: Pelatihan, Pendampingan, dan Implementasi UMKM Go Digital: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4409–4417.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2067>