

Sustainability of MSMEs through Digital Marketing and Product Innovation to Improve MSMEs Performance in Pematang Siantar

Dompak Pasaribu¹, Marlyna Infryanty Hutapea², Hendra Jonathan Sibarani³,
Debora Tambunan⁴, Dewi Rafiah Pakpahan⁵, Nidya Banuari⁶, Sutrisno
Arianto Pasaribu⁷, Nelva Ginting^{8*}, Glen Bagasta Simanjuntak⁹

^{1,2} Universitas Methodist Indonesia

^{3,4,5,6,7,8,9} Universitas Mahkota Tricom Unggul

Corresponding Author: Nelva Ginting ripkaprianti3@gmail.com

ARTICLE INFO

Keyword: MSMEs, Digital Marketing, Innovation Product

Received : 3, January

Revised : 17, January

Accepted: 19, February

©2025 Pasaribu, Hutapea, Sibarani, Tambunan, Pakpahan, Banuari, Pasaribu, Ginting, Simanjuntak: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This community service aims to improve the sustainability of MSMEs in Pematang Siantar through digital marketing and product innovation, so as to increase competitiveness and business performance. This program was implemented in August 2024 with training, mentoring, and evaluation methods. Training was provided to equip MSMEs players with digital marketing skills and innovative product development. Mentoring is conducted intensively to ensure effective strategy implementation. Evaluation was conducted to measure the impact of the program on participants' business growth. Results show an increased understanding of MSMEs in digital marketing and product development, which has an impact on increasing turnover and market reach. The implications of this program emphasize the importance of continued mentoring so that MSMEs can continue to grow in the face of competition in the digital era.

Keberlangsungan UMKM melalui Digital Marketing dan Produk Innovation untuk Meningkatkan kinerja UMKM di Pematang Siantar

Dompak Pasaribu¹, Marlyna Infryanty Hutapea², Hendra Jonathan Sibarani³, Debora Tambunan⁴, Dewi Rafiah Pakpahan⁵, Nidya Banuari⁶, Sutrisno Arianto Pasaribu⁷, Nelva Ginting^{8*}, Glen Bagasta Simanjuntak⁹

^{1,2} Universitas Methodist Indonesia

^{3,4,5,6,7,8,9} Universitas Mahkota Tricom Unggul

Corresponding Author: Nelva Ginting ripkaprianti3@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Produk Innovation

Received : 3, Januari

Revised : 17, Januari

Accepted: 19, Februari

©2025 Pasaribu, Hutapea, Sibarani, Tambunan, Pakpahan, Banuari, Pasaribu, Ginting, Simanjuntak: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keberlangsungan UMKM di Pematang Siantar melalui digital marketing dan inovasi produk, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Program ini dilaksanakan pada Agustus 2024 dengan metode pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pelatihan diberikan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan pemasaran digital serta pengembangan produk inovatif. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan implementasi strategi yang efektif. Evaluasi dilakukan guna mengukur dampak program terhadap pertumbuhan bisnis peserta. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman UMKM dalam pemasaran digital dan pengembangan produk, yang berdampak pada peningkatan omzet dan jangkauan pasar. Implikasi program ini menekankan pentingnya keberlanjutan pendampingan agar UMKM dapat terus berkembang dalam menghadapi persaingan di era digital.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk di Pematang Siantar. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam pemasaran dan kurangnya inovasi produk. Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi melalui digital marketing menjadi krusial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, inovasi produk diperlukan agar UMKM dapat bersaing dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk membantu UMKM di Pematang Siantar dalam mengadopsi strategi digital marketing dan mengembangkan inovasi produk. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Pematang Siantar. Namun, tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi menuntut UMKM untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. Salah satu strategi adaptasi yang efektif adalah melalui penerapan digital marketing dan inovasi produk (Nita Merlina et al., 2023).

Digital marketing menawarkan berbagai keuntungan bagi UMKM, seperti peningkatan jangkauan pasar dan efisiensi biaya promosi. Melalui platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis. Selain itu, biaya pemasaran digital relatif lebih rendah dibandingkan metode konvensional, sehingga cocok untuk UMKM dengan sumber daya terbatas. Studi oleh (Rahman et al., 2023) menegaskan bahwa pemasaran digital membantu bisnis menjangkau lebih banyak audiens dengan biaya yang lebih hemat dan terukur. Selain digital marketing, inovasi produk juga menjadi kunci keberhasilan UMKM. Inovasi memungkinkan UMKM untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang dan meningkatkan daya saing di pasar. Penelitian oleh (Ramadhani et al., 2022) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM selama pandemi COVID-19 di Pekanbaru.

Di Pematang Siantar, banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digital marketing dan inovasi produk. Keterbatasan pengetahuan dan sumber daya menjadi hambatan utama dalam implementasi strategi ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UMKM setempat. Pendampingan ini dapat berupa pelatihan teknis mengenai penggunaan platform digital, strategi pemasaran online, serta pengembangan produk yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar (Bangun & Purnama, 2022).

Implementasi digital marketing dan inovasi produk tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat keberlanjutan usaha UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform online untuk berbelanja. Selain itu, inovasi produk memastikan bahwa UMKM tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang dinamis. Penelitian oleh (Arumsari et al., 2022) menekankan pentingnya pendampingan dalam penerapan digital marketing untuk meningkatkan kinerja UMKM di era digital.

Namun, penerapan digital marketing dan inovasi produk bukan tanpa tantangan. Beberapa UMKM di Pematang Siantar menghadapi kesulitan dalam mengakses teknologi atau memiliki keterbatasan dalam sumber daya manusia yang kompeten di bidang digital. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan harus dirancang secara komprehensif dan berkelanjutan, memastikan bahwa UMKM tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara efektif

Secara keseluruhan, keberlanjutan UMKM di Pematang Siantar sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Penerapan digital marketing dan inovasi produk merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan komunitas bisnis, sangat diperlukan untuk mewujudkan transformasi ini (Hilmiana & Kirana, 2021).

PELAKSAAN DAN METODE

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat mengenai keberlangsungan UMKM melalui digital marketing dan inovasi produk untuk meningkatkan kinerja UMKM di Pematang Siantar dilaksanakan pada Agustus 2024. Kegiatan ini melibatkan akademisi, praktisi bisnis, dan pemerintah daerah sebagai mitra dalam mendukung transformasi UMKM lokal. Metode yang digunakan dalam program ini meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dampak. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan, yang dilakukan melalui survei dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM di Pematang Siantar. Tujuannya adalah memahami tantangan yang mereka hadapi dalam pemasaran digital dan inovasi produk. Hasil dari identifikasi ini digunakan untuk merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik UMKM.

Selanjutnya, tahap pelatihan dilaksanakan dalam bentuk seminar dan lokakarya yang membahas strategi digital marketing, penggunaan media sosial, serta pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan wawasan mengenai pentingnya inovasi produk, termasuk desain, pengemasan, dan diferensiasi produk agar lebih kompetitif. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara intensif dengan pendekatan konsultatif dan praktik langsung. Pendampingan ini memastikan bahwa UMKM dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dalam bisnis mereka. Tahap akhir adalah evaluasi, yang dilakukan melalui monitoring perkembangan usaha peserta setelah penerapan strategi digital marketing dan inovasi produk, guna mengukur efektivitas program dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Pematang Siantar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada Agustus 2024 di Pematang Siantar bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui penerapan digital marketing dan inovasi produk. Kegiatan ini melibatkan serangkaian tahapan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi.

Hasil dari program ini menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap UMKM peserta, baik dalam aspek pemasaran maupun pengembangan produk.

Sebelum pelaksanaan program, banyak pelaku UMKM di Pematang Siantar yang belum memanfaatkan platform digital secara optimal untuk pemasaran produk mereka. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan alat dan strategi digital marketing. Melalui pelatihan yang diberikan, peserta diperkenalkan dengan berbagai platform digital, seperti media sosial, marketplace, dan website, serta diajarkan cara mengoptimalkan penggunaannya untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Studi oleh (Simatupang et al., 2024) menunjukkan bahwa pendampingan dalam penerapan digital marketing pada UMKM "Super Bakso Indonesia" di Pematang Siantar berhasil meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar secara signifikan. UMKM tersebut mampu memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk menarik lebih banyak konsumen, baik lokal maupun luar daerah. Selain itu, pelatihan ini juga menekankan pentingnya konten yang menarik dan interaktif untuk meningkatkan engagement dengan konsumen. Peserta diajarkan cara membuat foto produk yang menarik, penulisan deskripsi yang informatif, serta strategi promosi yang efektif. Hasilnya, UMKM mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan melalui platform digital bagi UMKM di Pematang Siantar.

Setelah pelatihan, peserta UMKM Pematang Siantar didampingi dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang telah dipelajari. Pendampingan ini meliputi pembuatan akun bisnis di media sosial, pengelolaan toko online di marketplace, serta penggunaan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas produk. Contoh keberhasilan implementasi terlihat pada UMKM "Kembar" yang bergerak di bidang kuliner. Sebelum mengikuti program, UMKM ini mengandalkan penjualan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, "Kembar" berhasil meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan platform digital, seperti Instagram dan Shopee, untuk memasarkan produknya. Hal ini sejalan dengan temuan (Munte et al., 2024) yang menyatakan bahwa penerapan digital marketing dapat meningkatkan penjualan UMKM secara signifikan.

Selain fokus pada pemasaran digital, program ini juga menekankan pentingnya inovasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM. Peserta diajarkan cara mengidentifikasi tren pasar, mengembangkan varian produk baru, serta meningkatkan kualitas produk sesuai dengan preferensi konsumen, sesuai dengan penelitian oleh (Muhammad Taufiq et al., 2020) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Dalam konteks Pematang Siantar, UMKM yang menerapkan inovasi produk mampu menarik segmen pasar baru dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya, UMKM di sektor kuliner mulai mengembangkan varian rasa baru dan kemasan yang lebih menarik, sementara UMKM di bidang fashion menciptakan desain yang mengikuti tren terkini.

Meskipun program ini berhasil meningkatkan kinerja UMKM, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi selama pelaksanaannya. Salah satunya

adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang digital. Beberapa UMKM kesulitan dalam mengoperasikan platform digital dan membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Untuk mengatasi hal ini, program pendampingan dilakukan secara intensif dan berkelanjutan. Tim pendamping menyediakan sesi konsultasi dan bimbingan teknis secara rutin, sehingga UMKM dapat mengatasi hambatan yang dihadapi dalam penerapan digital marketing dan inovasi produk. Selain itu, kolaborasi dengan institusi pendidikan dan komunitas lokal juga dilakukan untuk menyediakan pelatihan tambahan dan sumber daya yang diperlukan.

Program pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan dampak positif dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan UMKM di Pematang Siantar. Dengan pemahaman dan keterampilan dalam digital marketing serta inovasi produk, UMKM memiliki pondasi yang kuat untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, peningkatan kinerja UMKM juga berdampak pada perekonomian lokal. Dengan meningkatnya penjualan dan ekspansi pasar, UMKM mampu menciptakan lapangan kerja baru dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penguatan UMKM melalui digitalisasi dan inovasi produk dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Hitei et al., 2024).

Setelah pelaksanaan program, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM terkait digital marketing dan inovasi produk. Beberapa UMKM melaporkan peningkatan penjualan hingga 30% setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, inovasi produk yang dikembangkan berhasil menarik minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan digital marketing dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan UMKM (Hidayat et al., 2023). Berikut merupakan kegiatan yang dilakukan di lapangan.



Gambar 1. UMKM di Pematang Siantar melakukan produksi produk



Gambar 2. Diskusi tentang digital marketing dalam mengembangkan inovasi produk



Gambar 3. Foto Bersama setelah diskusi dengan pelaku UMKM di Pematang Siantar

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Program pengabdian masyarakat tentang keberlangsungan UMKM melalui digital marketing dan inovasi produk di Pematang Siantar menunjukkan hasil yang positif. Digital marketing terbukti membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta meningkatkan penjualan. Sementara itu, inovasi produk memungkinkan UMKM menciptakan nilai tambah dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah meningkatkan pemahaman serta keterampilan pelaku UMKM dalam mengadopsi strategi digital dan mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Meskipun hasilnya menjanjikan, masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam pemasaran digital serta akses terhadap teknologi yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan untuk memastikan bahwa UMKM mampu mengimplementasikan strategi digital marketing dan inovasi produk secara efektif.

Sebagai rekomendasi, pemerintah daerah dan institusi pendidikan perlu terus mengadakan program pelatihan yang lebih intensif serta menyediakan fasilitas pendukung seperti akses internet dan platform pemasaran digital. Selain itu, kolaborasi antara UMKM, akademisi, dan industri harus diperkuat agar inovasi produk dapat berkembang sesuai dengan tren pasar. Dengan pendekatan yang berkelanjutan, UMKM di Pematang Siantar dapat tumbuh lebih kuat dan memiliki daya saing yang lebih baik di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi secara aktif, menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengembangkan keterampilan digital marketing dan inovasi produk. Kami juga berterima kasih kepada tim akademisi, praktisi bisnis, serta komunitas yang telah berbagi ilmu dan pengalaman guna mendukung keberhasilan program ini. Tak lupa, apresiasi kami sampaikan kepada para mahasiswa dan relawan yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan, mulai dari tahap persiapan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi program. Kami berharap program ini dapat memberikan manfaat nyata bagi UMKM di Pematang Siantar serta menjadi langkah awal untuk kolaborasi yang lebih luas dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Semoga keberlanjutan program ini dapat terus didukung oleh berbagai pihak demi kemajuan ekonomi lokal yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Hidayat, Y. A., Siregar, L. S., & Kurniani, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Pada Kinerja Bisnis UMKM Kopi Temanggung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 190–204. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.190-204>
- Hilmiana, H., & Kirana, D. H. (2021). Peningkatan Kesejahteraan Umkm Melalui Strategi Digital Marketing. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 124. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32388>
- Hitei, M., Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Peronica, J., & Hutaeruk, F. (2024). *PENJUALAN DI ERA DIGITAL PADA UMKM KERIPIK SINGKONG*. 4, 75–79.
- Muhammad Taufiq, Rida Prihatni, & Etty Gurendrawati. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204–220. <https://doi.org/10.21009/japa.0102.05>
- Munte, R. N., Purba, R. C., & ... (2024). Pendampingan Umkm “Kembar” Berbasis Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Pematang Siantar. ... *Pengabdian ...*, 5(1), 1986–1990. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/25360%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/25360/17935>
- Nita Merlina, Lia Mazia, Ida Zuniarti, Irhenda Zuniar Fakhira, & Jonatan Antonius Hutagalung. (2023). Pendampingan Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Era Digital. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 30(2), 71–76. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.159>
- Rahman, A., Yuniarti, P., Rini, R. S., & Taruna, H. I. (2023). Digital Marketing Untuk Keberlangsungan Usaha Ekonomi Kreatif Umkm Wanoja Binangkit Bogor. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(3), 165–170. <https://doi.org/10.36982/jam.v6i3.2707>
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Marketing Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru. *Economics, Accounting*

Pasaribu, Hutapea, Sibarani, Tambunan, Pakpahan, Banuari, Pasaribu, Ginting, Simanjuntak

and Business Journal, 2(2), 344–354.
<https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/153>

Simatupang, P., Sihite, T., Purba, F., & Girsang, Y. S. N. (2024). *PENDAMPINGAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM SUPER BAKSO INDONESIA PEMATANG SIANTAR*. 4, 188–193.