



**PENGUATAN KAPASITAS KELOMPOK USAHA MIKRO MELALUI  
DIGITAL MARKETING DI DESA UNGASAN KECAMATAN KUTA  
SELATAN**

*Strengthening the Capacity of Micro Business Groups through Digital  
Marketing in Ungasan Village, South Kuta District*

**Anak Agung Istri Setiari JMH<sup>1</sup>, Putu Ratna Windusara Putri<sup>2</sup>, I Made  
Sujana<sup>3</sup>, Yoviniani Yevri Yanseni<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Teknologi Indonesia, Bali

**Email: istria875@gmail.com**

**Abstract**

*This community service program aims to increase the capacity of micro-enterprise groups in Ungasan Village, South Kuta District, through the use of digital marketing as a business development strategy. The main problems faced by micro-enterprises include limited knowledge of digital marketing, poor social media management skills, and the suboptimal use of digital platforms to expand markets. Digital marketing can expand market reach and increase the competitiveness of MSMEs. The community service program was implemented through counseling, training, and mentoring on the practical use of business social media, marketplaces, and the creation of digital promotional content. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of digital marketing strategies and an increase in their ability to utilize digital technology to support micro-enterprises.*

**Keywords:** Micro Enterprises, Digital Marketing, Economic Empowerment, Villages

**Abstrak**

*Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok usaha mikro di Desa Ungasan, Kecamatan Kuta Selatan, melalui pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pengembangan usaha. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha mikro meliputi keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran digital, rendahnya kemampuan pengelolaan media sosial, serta belum optimalnya pemanfaatan platform digital untuk memperluas pasar. Digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan praktik penggunaan media sosial bisnis, marketplace, serta pembuatan konten promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital dan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha mikro.*

**Kata Kunci:** Usaha Mikro, Digital Marketing, Pemberdayaan Ekonomi, Desa

**PENDAHULUAN**

Usaha mikro memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat desa karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan rumah tangga. Namun, perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi dengan pola pemasaran yang lebih modern. Menurut Sonni dan Ichzza (2021), masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan

penjualan produk sehingga daya saing usaha menjadi terbatas. Kondisi tersebut juga ditemukan pada kelompok usaha mikro di Desa Ungasan yang masih mengandalkan pemasaran konvensional.



Desa Ungasan di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, merupakan salah satu kawasan wisata yang berkembang pesat di Bali bagian selatan dengan daya tarik utama berupa wisata pantai, budaya, dan panorama tebing yang menghadap langsung ke Samudra Hindia. Salah satu destinasi yang paling terkenal adalah Pantai Melasti yang memiliki pasir putih, tebing kapur yang megah, serta menjadi lokasi berbagai kegiatan wisata dan upacara adat masyarakat setempat. Menurut Julyantara dan Sunarta (2019), Pantai Melasti memiliki potensi wisata alam yang sangat menarik untuk dikembangkan karena keindahan lanskapnya serta dukungan masyarakat lokal dalam pengelolaan kawasan wisata. Selain menjadi tujuan wisatawan domestik dan mancanegara, perkembangan sektor pariwisata di Desa Ungasan juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja, usaha kuliner, perdagangan, dan pendapatan masyarakat lokal.



Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku konsumen yang semakin banyak melakukan pencarian informasi dan transaksi melalui media digital. Rahmi dkk. (2021) menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pelaku usaha mikro melalui pelatihan digital marketing menjadi salah satu solusi yang relevan untuk meningkatkan daya saing usaha dan memperluas akses pasar.

## **METODE**

Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan kelompok usaha mikro sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan peserta, penyuluhan mengenai konsep digital marketing, pelatihan pembuatan akun bisnis pada media sosial dan marketplace, serta pendampingan dalam penyusunan konten promosi digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya digital marketing dalam pengembangan usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi pribadi. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu membuat akun bisnis, menyusun profil usaha, dan mengunggah konten promosi yang lebih menarik. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Susanto dkk. (2020) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kemampuan pemasaran dan memperluas akses pasar UMKM.

Selain peningkatan kompetensi digital, peserta juga memperoleh keterampilan dalam membuat konten pemasaran yang efektif melalui pemanfaatan foto produk, video pendek, dan strategi komunikasi pemasaran digital. Menurut Rahmi dkk. (2021), penggunaan media sosial secara terencana dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan serta menciptakan peluang pasar baru bagi UMKM. Selama kegiatan pendampingan, beberapa peserta mulai menerima pesanan melalui platform digital yang sebelumnya belum pernah dimanfaatkan.

Pendampingan juga mendorong perubahan pola pikir peserta terhadap pentingnya inovasi dan adaptasi teknologi dalam menjalankan usaha. Sonni dan Ichzza (2021) menyatakan bahwa edukasi digital marketing mampu meningkatkan literasi digital pelaku UMKM sehingga mereka lebih siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dengan meningkatnya kapasitas digital pelaku usaha mikro di Desa Ungasan, peluang pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan menjadi semakin besar.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penguatan kapasitas kelompok usaha mikro melalui digital marketing di Desa Ungasan Kecamatan Kuta Selatan telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran usaha. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola media sosial bisnis, membuat konten promosi, dan



memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar. Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar transformasi digital usaha mikro dapat berjalan secara optimal dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Teknologi Indonesia yang telah memberikan Hibah Pengabdian kepada Masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, D I., Adi, P.P., Mulyandini, V.C., Saputra, A.R.R., & Natita, E.K. (2021). Strategi Bertahan di Masa Pandemi Bagi UMKM Melalui Digital Accounting dan Digital Marketing. *FLEKSIBEL: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (2), 69-77.
- Rahmi, N., Maula, N., Nasti, N.N., Adilla, H., Fadhillah, M.A., Falla, C.Z., Siregar, M.I., & Nashrillah. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 1 (2), 64-70.
- Sonni, A. F., & Ichzza, F. N. (2021). Edukasi Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Hasanuddin*, 2 (2), 89-95.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F.N., Rochman, M., Syaukani, M.M., & Daniswara, A.A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6 (1), 42-47.
- Wulandari, Z., Alam, A., Tyas, G.P., & Syahidah, Y. (2021). Webinar dan Pelatihan Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5 (2), 45-51.

