

# PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL DALAM PEMASARAN PRODUK UMKM KELURAHAN KELANDASAN ILIR DAN PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK YANG BERKUALITAS

## Abstrak

Kelurahan Klandasan Ilir di Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur memiliki potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang besar, namun menghadapi tantangan dalam pemasaran digital dan desain produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pemanfaatan platform digital dan meningkatkan kualitas desain produk UMKM. Metode yang digunakan meliputi pendataan UMKM, pelatihan dan sosialisasi digital marketing, serta pengembangan website UMKM. Kegiatan ini bermuara pada pembuatan basis data UMKM terstruktur, peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan desain produk, serta ketersediaan kanal pemasaran digital melalui website. Kegiatan ini berhasil meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Desain Produk, Klandasan Ilir, Pemasaran Digital, UMKM, Website

## Abstract

*The Klandasan Ilir Sub-District in Balikpapan, East Kalimantan Province, possesses significant potential for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), yet it faces challenges in digital marketing and product design. This community service activity aimed to optimize the use of digital platforms and improve the quality of MSME product design. The methods employed included MSME data collection, digital marketing training and socialization, and the development of an MSME website. The activity culminated in the creation of a structured MSME database, enhanced skills of MSME actors in digital marketing and product design, and the availability of a digital marketing channel through the website. This activity successfully increased the visibility and competitiveness of the MSMEs and contributed to sustainable local economic growth.*

**Keywords:** Digital Marketing, Klandasan Ilir, MSME, Product Design, Website

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Nurprabowo & Meilani, 2023). UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi lokal, tetapi juga berperan penting dalam pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Mulia & Sulungbudi, 2019; Nurprabowo & Meilani, 2023; Prabowo dkk., 2022). Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, banyak UMKM, termasuk yang berada di Kelurahan Klandasan Ilir, masih menghadapi tantangan besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka (Mulia & Sulungbudi, 2019; Prabowo dkk., 2022). Keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dan minimnya keterampilan desain produk menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Endarwati dkk., 2024; Febriyantoro & Arisandi, 2018; Prabowo dkk., 2022).

Pemasaran digital telah terbukti menjadi strategi yang efektif untuk UMKM dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode pemasaran tradisional (Putera dkk., 2022; Sartika dkk., 2024). Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan website, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara signifikan, memudahkan interaksi langsung dengan konsumen, dan memperluas pangsa pasar (Endarwati dkk., 2024; Febriyantoro & Arisandi, 2018; Putera dkk., 2022; Sartika dkk., 2024). Selain itu, desain produk yang berkualitas tinggi

dan menarik menjadi sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan dan menciptakan nilai tambah di tengah persaingan pasar yang ketat (Endarwati dkk., 2024; Prabowo dkk., 2022). Produk yang dirancang dengan baik tidak hanya memiliki fungsi yang optimal, tetapi juga estetika yang mampu meningkatkan persepsi kualitas di mata konsumen (Endarwati dkk., 2024; Prabowo dkk., 2022; Sartika dkk., 2024)

Metode pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dan meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Klandasan Ilir. Selain itu, melalui peningkatan visibilitas digital dan kualitas desain, kegiatan ini juga diharapkan dapat memperkuat posisi produk UMKM di pasar. Pada akhirnya, kegiatan ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan abdimas ini berfokus pada tiga inisiatif utama: pendataan UMKM untuk menciptakan basis data yang terstruktur, pelatihan dan sosialisasi digital marketing untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha, serta pengembangan website UMKM sebagai kanal pemasaran digital yang efektif. Melalui pendekatan komprehensif ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Klandasan Ilir mampu beradaptasi dengan tren pemasaran modern, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi secara berkelanjutan pada pertumbuhan ekonomi lokal (Endarwati dkk., 2024; Prabowo dkk., 2022; Sartika dkk., 2024).

## 2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (abdimas) ini dilaksanakan di Kelurahan Klandasan Ilir, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Kegiatan abdimas ini difokuskan pada 3 kegiatan utama yang dirancang untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran UMKM dan memperkuat kualitas desain produk. Metode pelaksanaan kegiatan abdimas ini melibatkan serangkaian tahapan, mulai dari pendataan UMKM, pelatihan dan sosialisasi *digital marketing*, hingga pembuatan *website* UMKM.

### 2.1 Pendataan UMKM

Tahap awal pelaksanaan kegiatan abdimas ini adalah pendataan UMKM di Kelurahan Klandasan Ilir. Pendataan ini dilakukan secara langsung di lapangan, menyasar warga yang memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah. Pada hari jumat, 04 April 2025, tim melakukan pendataan pertama di RT 31 dan berhasil mengumpulkan data sebanyak 12 UMKM. Selanjutnya, pada hari Sabtu, 03 Mei 2025, pendataan kedua dilakukan dan berhasil mendapatkan 167 data pemilik UMKM. Seluruh data yang terkumpul, baik dari pendataan langsung maupun melalui pengisian Google Form dari sebanyak 41 RT yang tersebar di Klandasan Ilir Balikpapan, kemudian dimasukkan dan dirapikan menggunakan perangkat lunak spreadsheet. Total UMKM yang berhasil didata selama kegiatan ini berjalan adalah 179 UMKM. Proses pendataan ini menjadi pondasi penting untuk kegiatan-kegiatan selanjutnya, karena data yang terstruktur sangat dibutuhkan untuk pemantauan dan pembinaan UMKM oleh pihak kelurahan serta pengembangan *website*.

### 2.2 Pelatihan dan Sosialisasi *Digital Marketing*

Kegiatan Pelatihan dan Sosialisasi *Digital Marketing* bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran produk mereka. Pada hari Sabtu, 19 April 2025, tim menyelenggarakan sosialisasi dan pelatihan tentang pentingnya penggunaan media digital, khususnya media sosial, dalam memasarkan produk UMKM. Selain itu, materi mengenai pembuatan logo yang menarik juga disampaikan, disertai dengan pelatihan singkat tentang cara membuat logo yang efektif. Tim menggunakan *tool* seperti Canva untuk memfasilitasi pelatihan pembuatan logo ini. Kemudian, pada hari Minggu, 27 April 2025, dilanjutkan dengan sosialisasi mengenai konten untuk *digital marketing*. Dalam sesi ini, tim menjelaskan betapa pentingnya konten yang menarik dalam strategi pemasaran digital. Berbagai tips dan trik untuk membuat konten yang menarik, seperti

konten edukasi, konten *storytelling*, dan konten promosi, juga dibagikan kepada peserta. Pelatihan ini diharapkan dapat membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan praktis untuk menciptakan kampanye pemasaran digital yang lebih efektif.

### **2.3 Pengembangan Website UMKM**

Kegiatan Pengembangan Website UMKM Kelurahan Klandasan Ilir dimulai pada hari Minggu, 20 April 2025, dengan melakukan perancangan awal dan implementasi website. Pada hari Jumat, 23 Mei 2025, tim melakukan revisi pada implementasi *coding* dan menambahkan tampilan *dashboard* untuk admin. *Dashboard* ini berfungsi sebagai alat untuk mengelola data UMKM Kelurahan Klandasan Ilir. Penyelesaian website, yang berisi profil pemilik UMKM di Klandasan Ilir, dilakukan pada tanggal 15 Juni 2025, dengan memanfaatkan data yang telah dikumpulkan pada kegiatan pendataan UMKM. Akhirnya, pada hari Senin, 16 Juni 2025, tim memperkenalkan dan mempresentasikan hasil website katalog UMKM Kelurahan Klandasan Ilir yang telah dibuat. Website ini diharapkan dapat menjadi kanal pemasaran digital yang efektif, meningkatkan visibilitas UMKM, dan mempublikasikan informasi secara terstruktur.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan abdimas ini di Kelurahan Klandasan Ilir telah menghasilkan beberapa capaian yang selaras dengan tujuan kegiatan abdimas ini, yaitu mengoptimalkan pemanfaatan platform digital dalam pemasaran produk UMKM dan mengembangkan desain produk yang berkualitas. Hasil-hasil ini tidak hanya mencakup luaran fisik, tetapi juga peningkatan kapasitas dan pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran digital. Salah satu hasil utama dari kegiatan abdimas ini adalah terbentuknya basis data UMKM yang komprehensif. Melalui kegiatan pendataan yang dilakukan pada tanggal 04 April dan 03 Mei 2025, tim berhasil mengumpulkan data sebanyak 179 UMKM dari total 41 RT yang ada di Kelurahan Klandasan Ilir, Balikpapan. Data ini kemudian dirapikan dan diorganisir dalam format digital spreadsheet, yang sebelumnya tidak tersedia secara terstruktur. Ketersediaan data ini sangat krusial bagi pihak kelurahan untuk melakukan pemantauan, pembinaan, dan pengembangan UMKM secara lebih terarah. Ini juga menjadi fondasi bagi pengembangan katalog digital UMKM yang lengkap dan mudah diakses, yang merupakan salah satu target luaran kegiatan abdimas ini yang selanjutnya yaitu pengembangan website UMKM.

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi digital marketing juga menunjukkan hasil yang positif. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 19 April 2025 dan 27 April 2025 ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya media digital dan media sosial dalam pemasaran produk. Materi yang disampaikan meliputi strategi penggunaan media sosial, pembuatan logo yang menarik menggunakan tools seperti Canva, serta tips dan trik dalam membuat konten digital yang efektif (edukasi, *storytelling*, promosi). Peningkatan keterampilan ini diharapkan dapat membantu UMKM Klandasan Ilir untuk memperluas jangkauan pasar mereka yang sebelumnya terbatas pada metode pemasaran tradisional. Dengan kemampuan membuat konten yang menarik dan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di pasar digital.



**Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing**  
Sumber: Tim Kegiatan Abdimas Klandasan Ilir, 2025

Capaian penting lainnya adalah pengembangan dan implementasi website UMKM Kelurahan Klandasan Ilir. Website ini dirancang sebagai media promosi, direktori produk, dan pusat informasi digital bagi UMKM lokal. Proses pengembangan website dimulai pada 20 April 2025, dengan penyelesaian dan presentasi pada 16 Juni 2025. Website ini tidak hanya menampilkan profil pemilik UMKM, tetapi juga dilengkapi dengan dashboard admin untuk pengelolaan data. Keberadaan website ini menjadi kanal pemasaran digital yang siap dimanfaatkan oleh UMKM, memberikan visibilitas yang lebih tinggi di pasar digital, dan mempublikasikan informasi secara terstruktur. Ini merupakan langkah maju yang signifikan dalam upaya digitalisasi UMKM di Klandasan Ilir, memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan tren pemasaran modern dan meningkatkan potensi ekonomi lokal.



**Gambar 2. Website**  
Sumber: Website Kelurahan Klandasan Ilir, 2025

Secara keseluruhan, kegiatan abdimas ini telah berhasil memberikan solusi menyeluruh bagi tantangan yang dihadapi UMKM di Kelurahan Klandasan Ilir. Integrasi pendataan, pelatihan, dan pengembangan platform digital telah menciptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Dampak yang diharapkan adalah peningkatan daya saing UMKM, perluasan akses pasar, dan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Meskipun demikian, kendala seperti masalah komunikasi dalam menghubungi mitra dan kurangnya data untuk mengisi website sempat menjadi tantangan. Namun, kendala ini berhasil diatasi melalui koordinasi yang intensif dan dukungan dari pihak kelurahan.

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan abdimas ini yang dilaksanakan di Kelurahan Klandasan Ilir, Balikpapan, telah berhasil mengoptimalkan pemanfaatan *platform* digital dan meningkatkan kualitas desain produk UMKM. Masing-masing kegiatan abdimas ini yakni pendataan UMKM, pelatihan dan sosialisasi *digital marketing*, serta pengembangan *website* UMKM, telah memberikan dampak positif bagi UMKM di Kelurahan Klandasan Ilir. Terbentuknya katalog digital UMKM yang terstruktur, peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan desain produk, serta terciptanya kanal pemasaran digital melalui website UMKM, menjadi bukti keberhasilan kegiatan abdimas ini. Dengan demikian, UMKM di Klandasan Ilir kini lebih siap bersaing di pasar digital, memperluas jangkauan konsumen, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Masyarakat (Mitra UMKM) dan Staf Kelurahan Klandasan Ilir, termasuk Lurah Klandasan Ilir yang mendukung pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Kelurahan Klandasan Ilir, serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Teknologi Kalimantan (LPPM ITK) atas dukungan dana pada kegiatan ini.

#### Daftar Pustaka

- Endarwati, B. F., Prabowo, I. P. D. A. S., Rahendaputri, C. S., Sumpena, H. D., & Sibatuara, J. A. (2024). Prototyping on A MSME's Website to Increase Its Products Sales and Promotion (Case; A local MSME in Penajam Paser Utara Regency). *The 3<sup>rd</sup> Conference on Fundamental and Applied Science for Advanced Technology 2022 (ConFAST2022)*, 2920(1), 1–7. <https://doi.org/10.1063/5.0179621>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Mulia, F., & Sulungbudi, B. M. (2019). PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA UMKM (STUDI PENGGUNAAN INTERNET PADA PPKM KABUPATEN BANDUNG). *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 15–25. <https://journal.ithb.ac.id/JABS/article/view/468/369>
- Nurprabowo, A., & Meilani, M. M. (2023). *Kajian Strategis Seri Energi Hijau: Sektor Formal Investasi UMKM Memperkuat Pilar Ketahanan Ekonomi Nasional*. <https://bkpm.go.id/storage/file/pdf/1693369989.pdf>
- Prabowo, I. P. D. A. S., Natasia, S. R., Wiranti, Y. T., Ramadhan, M. A., Harjanto, B. R., Setyorini, R. I., Sulistiya, M., Fitri, D. M. A., Hasanah, I. N., & Azizah, N. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Manajemen pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Kasus: Plantshopedia). *Jurnal Sinar Sang Surya*, 6(2), 340–352. <https://ojs.ummetro.ac.id/index.php/sinarsangsurya/article/download/2191/1344>
- Putera, M. I. A., Hairudin, Kurniawan, R., Noorjannah, S., Humaira, T., Meliyana, R., Shano, S., Pratama, A. P., & Prabowo, I. P. D. A. S. (2022). Peningkatan Kreativitas Remaja Gen-Z dalam Bidang Desain Visual pada Era Industri 4.0. *Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat, 2022: 1. Peningkatan Kapasitas Kelembagaan Publik*, 176–184. <https://doi.org/10.18196/ppm.51.1013>
- Sartika, W., Prabowo, I. P. D. A. S., Syaputra, E. A., Gumay, N. K. P., Wibowo, D. R., Ramadhanti, A. A., Hijrah, D. S., Putra Wibowo, F., Riyadi, A. A., Nurmana, F. A., & Kelana, M. R. W. (2024). Pelatihan Digital Marketing RT.06 Kelurahan Graha Indah, Kecamatan Balikpapan Utara. *Cahaya Pengabdian*, 1(1), 2024. <https://jurnalapik.id/index.php/cp65>

