



PEMBERDAYAAN UMKM DION PET SHOP MELALUI IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DAN TEKNOLOGI USAHA DI KOTA DEPOK

Nora Listiana^a, Marshada^b, Nike Nopitasari^c, Wita Arunita^d

^{abcd} Bisnis Digital, Universitas Global Jakarta, Depok, Jawa Barat

noralistiana@jgu.ac.id^a, marshadaa@jgu.ac.id^b, cnike@jgu.ac.id^d, dwita@jgu.ac.id^e

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Dion Pet Shop melalui penerapan digital marketing dan teknologi usaha. Kegiatan dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan yang meliputi pemanfaatan media sosial, penggunaan platform e-commerce, serta penerapan sistem pembayaran digital QRIS. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi transaksi dan operasional usaha. Program ini diharapkan mampu mendorong transformasi digital UMKM secara berkelanjutan dan menjadi model pemberdayaan bagi pelaku usaha sejenis.

Kata Kunci : Digital marketing; UMKM; Teknologi usaha; E-commerce; Pengabdian kepada masyarakat

Abstract

This Community Service program aims to improve the competitiveness of the Dion Pet Shop MSME through the application of digital marketing and business technology. The program utilizes training and mentoring methods, including the use of social media, e-commerce platforms, and the implementation of the QRIS digital payment system. The results demonstrate an increase in partners' understanding and skills in managing digital marketing, expanding market reach, and improving transaction and operational efficiency. This program is expected to encourage sustainable digital transformation of MSMEs and serve as a model of empowerment for similar businesses.

Keywords : Business technology; Community service; E-commerce; MSMEs; Digital marketing

PENDAHULUAN

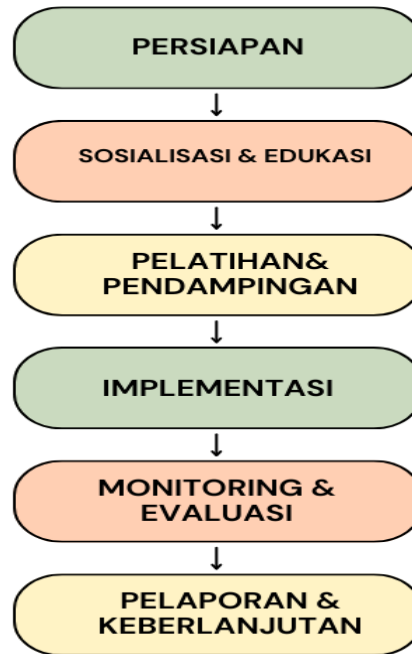
Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)[1]. Digitalisasi tidak hanya berperan sebagai sarana pendukung operasional usaha, tetapi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing, efisiensi, serta perluasan jangkauan pasar[2]. Namun, pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, terutama dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha[3].

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah Dion Pet Shop, sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan hewan peliharaan, perlengkapan hewan, serta layanan pendukung seperti grooming[4]. Meskipun memiliki reputasi yang baik dan pelanggan yang loyal, Dion Pet Shop masih menjalankan sebagian besar aktivitas usahanya secara konvensional. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital menyebabkan belum optimalnya pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, serta sistem pembayaran non-tunai dalam mendukung kegiatan pemasaran dan operasional usaha[5].

Di tengah meningkatnya persaingan dengan pet shop besar dan toko online, kondisi ini berpotensi menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi daya saing Dion Pet Shop. Konsumen saat ini cenderung memilih pelaku usaha yang memiliki kehadiran digital yang kuat, kemudahan akses informasi produk, serta sistem transaksi yang praktis dan efisien[6]. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan dan pemberdayaan UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital secara berkelanjutan[7].

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini hadir sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam menjawab permasalahan tersebut melalui kegiatan pendampingan implementasi digital marketing dan teknologi usaha pada Dion Pet Shop. Kegiatan ini meliputi edukasi dan pelatihan pemanfaatan media sosial, penggunaan platform e-commerce, serta penerapan sistem pembayaran digital seperti QRIS. Diharapkan melalui program ini, Dion Pet Shop dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis digital yang dapat direplikasi pada pelaku usaha sejenis di wilayah lainnya.

2. METODE ABDIMAS



Gambar Tahapan Pelaksanaan Abdimas

Metode pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung, dengan tujuan meningkatkan kapasitas mitra UMKM Dion Pet Shop dalam mengimplementasikan digital marketing dan teknologi usaha secara berkelanjutan. Tahapan kegiatan Abdimas dilaksanakan sebagai berikut:

1. Tahap Analisis Kebutuhan dan Identifikasi Masalah

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik Dion Pet Shop untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan mitra. Analisis ini mencakup aspek pemasaran, operasional, sistem pembayaran, serta pemanfaatan teknologi digital. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

2. Tahap Perencanaan Program

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim menyusun rencana kegiatan Abdimas yang meliputi materi pelatihan, jadwal pelaksanaan, serta penentuan media dan teknologi yang akan diterapkan. Perencanaan difokuskan pada penguatan digital marketing melalui media sosial, pemanfaatan platform e-commerce, serta implementasi sistem pembayaran digital menggunakan QRIS.

3. Tahap Pelatihan dan Edukasi

Tahap ini dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan bimbingan teknis kepada mitra, yang meliputi:

- Pengenalan konsep dasar digital marketing dan strategi pemasaran digital bagi UMKM.
- Pelatihan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (Instagram dan TikTok) sebagai sarana promosi.
- Pelatihan penggunaan platform e-commerce untuk penjualan produk secara online.
- Edukasi penggunaan sistem pembayaran non-tunai (QRIS) untuk meningkatkan kemudahan transaksi.
- Pelatihan dilakukan secara langsung dan interaktif agar mitra dapat memahami dan mempraktikkan materi yang diberikan.

4. Tahap Implementasi dan Pendampingan

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan langsung dalam penerapan teknologi yang telah diperkenalkan. Pendampingan meliputi pembuatan konten promosi digital, pengunggahan produk ke marketplace, serta penerapan sistem pembayaran QRIS di lokasi usaha. Pada tahap ini, tim juga memberikan arahan dan solusi atas kendala yang dihadapi mitra selama proses implementasi.

5. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan untuk menilai tingkat keberhasilan program Abdimas melalui pengamatan terhadap perubahan aktivitas pemasaran digital, penggunaan teknologi usaha, serta respon mitra. Evaluasi dilakukan dengan

membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program, serta mengumpulkan umpan balik dari mitra untuk perbaikan dan pengembangan program ke depannya.

6. Tahap Keberlanjutan Program

Sebagai upaya menjaga keberlanjutan hasil pengabdian, tim memberikan panduan dan rekomendasi strategi lanjutan agar mitra dapat terus mengembangkan usaha secara mandiri. Diharapkan mitra mampu mengelola media digital dan teknologi usaha secara berkelanjutan tanpa ketergantungan pada pendampingan tim pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Dion Pet Shop menghasilkan beberapa capaian positif yang terlihat dari aspek peningkatan kapasitas digital, pemasaran, dan operasional usaha. Hasil kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Peningkatan Pemahaman Digital Marketing

Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, pemilik dan pengelola Dion Pet Shop mengalami peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar digital marketing. Mitra telah mampu memahami pentingnya kehadiran digital, strategi promosi melalui media sosial, serta pemanfaatan konten digital sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Hal ini terlihat dari meningkatnya aktivitas unggahan konten promosi pada akun media sosial Dion Pet Shop.

b. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Program Abdimas berhasil mendorong Dion Pet Shop untuk mengaktifkan dan mengelola akun media sosial seperti Instagram dan TikTok secara lebih terstruktur. Konten yang diunggah tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga edukasi seputar perawatan hewan peliharaan. Pemanfaatan media sosial ini berkontribusi pada peningkatan interaksi dengan pelanggan serta peningkatan visibilitas usaha.

c. Implementasi Platform E-Commerce

Dion Pet Shop telah berhasil membuka dan mengelola toko online pada platform marketplace. Produk-produk utama telah diunggah dengan deskripsi dan harga yang jelas, sehingga memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian secara online. Keberadaan toko online ini memperluas jangkauan pasar Dion Pet Shop, tidak hanya terbatas pada pelanggan sekitar lokasi usaha.

d. Penerapan Sistem Pembayaran Digital (QRIS)

Salah satu hasil signifikan dari program ini adalah penerapan sistem pembayaran non-tunai menggunakan QRIS. Sistem ini memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi serta meningkatkan efisiensi proses pembayaran di toko. Penggunaan QRIS juga membantu mitra dalam pencatatan transaksi yang lebih rapi dan terstruktur.

2. Pembahasan

Hasil kegiatan Abdimas menunjukkan bahwa pendampingan berbasis implementasi teknologi digital mampu memberikan dampak positif bagi UMKM, khususnya Dion Pet Shop. Peningkatan literasi digital mitra menjadi faktor utama yang mendorong perubahan cara pengelolaan usaha dari sistem konvensional menuju sistem yang lebih modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan pemasaran serta memperkuat brand awareness Dion Pet Shop. Hal ini sejalan dengan karakteristik konsumen saat ini yang cenderung

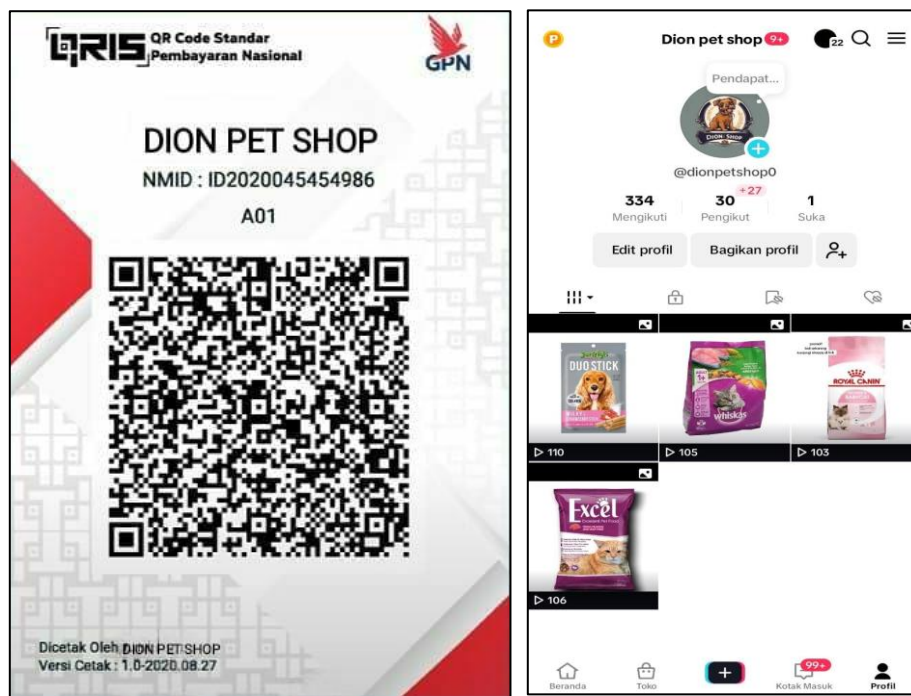


mencari informasi dan melakukan transaksi secara digital. Selain itu, penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan nilai tambah dalam hal kemudahan dan kecepatan transaksi, yang berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, selama pelaksanaan program masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu mitra dalam mengelola konten digital secara konsisten serta perlunya adaptasi terhadap teknologi baru. Namun, melalui pendampingan berkelanjutan dan pendekatan partisipatif, kendala tersebut dapat diminimalkan secara bertahap.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas digital dan daya saing UMKM Dion

Pet Shop. Program ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan aktivitas pemasaran digital, tetapi juga membuka peluang keberlanjutan usaha melalui pemanfaatan teknologi secara mandiri. Dengan demikian, model pendampingan ini berpotensi untuk direplikasi pada UMKM lain yang memiliki karakteristik serupa.



Gambar 1. Dokumentasi

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Dion Pet Shop telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan implementasi digital marketing serta teknologi usaha, mitra mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan sistem pembayaran digital. Penerapan teknologi tersebut memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional, kemudahan transaksi, serta perluasan jangkauan pemasaran usaha.

Selain itu, program Abdimas ini mampu meningkatkan kesadaran mitra akan pentingnya transformasi digital dalam menghadapi persaingan usaha di era ekonomi digital. Meskipun masih terdapat kendala dalam proses adaptasi, pendampingan yang dilakukan secara partisipatif membantu mitra untuk mulai mengelola usaha secara lebih modern dan berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan Abdimas ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis digital yang dapat diterapkan pada pelaku usaha sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Nofus, D. Safitri, and D. Astuti, "Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi teknologi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 2, no. 3, pp. 1526–1530, 2025.
- [2] I. V. Gea, D. Mushafat, S. Swandari, and A. L. Zulfikar, "Sosialisasi pengelolaan keuangan bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing," *CENDIKIA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 1, no. 2, pp. 39–50, 2025.
- [3] B. Morisson and A. Ahmad Hafidh Saiful Fikri, "EBISNIS (Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis) Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital," vol. 18, no. 1, 2025, [Online]. Available: <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis>
- [4] L. Hidayat and V. L. D. Pasaribu, "Pengaruh harga dan kualitas pelayanan produk jasa vaksin dan grooming terhadap kepuasan konsumen pada Petshop Savana di Rempoa," *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, vol. 2, no. 5, pp. 9041–9052, 2025.
- [5] A. E. E. Harahap, N. E. Sari, A. F. Naibaho, A. E. Harefa, and I. Naibaho, "Pengaruh Perdagangan Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat," *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, vol. 2, no. 3, pp. 6063–6070, 2025.
- [6] S. Novta Qutratuain, S. Amara Audrey, and Y. M. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia Jl Komjen Pol Jasin, "'Preferensi Konsumen dalam Memilih Produk Berdasarkan Kemudahan Aplikasi Digital Payment' 'Consumer Preferences in Selecting Products Based on the Convenience of Digital Payment Applications,'" 2025.
- [7] N. A. Ramadhani, M. Ilham, and R. Hidayat, "Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital," *Journal of Community Action*, vol. 1, no. 2, pp. 42–49, 2025, doi: 10.71094/joca.v1i1.xxx.