

Implementasi Peran Sistem Informasi dan Tools Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis UMKM

Arisantoso^{1*}, Saipul Anwar², Muhamad Femy Mulya³, Lestyo Sasono Wijito⁴, Fajar Septian⁵

^{1,2,3,4} Program Studi Sistem Informasi, Universitas Tanri Abeng, Jakarta, Indonesia

⁵ Program Studi Teknik Informatika, Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

email: arisantoso@tau.ac.id^{1}, saipul@tau.ac.id², femy.mulya@tau.ac.id³, lestyo@tau.ac.id⁴, fajar.septian@lecturer.pnj.ac.id⁵

* Penulis korespondensi

Diajukan: 30 Desember 2025

Diterima: 31 Desember 2025

Direvisi: 31 Desember 2025

Dipublikasikan: 02 Desember 2025

Abstrak

Transformasi digital menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha dalam menghadapi persaingan modern yang semakin bergantung pada teknologi informasi. Banyak UMKM dan institusi masih menghadapi keterbatasan dalam memahami penerapan sistem informasi serta strategi digital marketing yang efektif. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa webinar bertema "Peran Sistem Informasi dan Tools Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis", program ini bertujuan meningkatkan literasi digital peserta melalui pemahaman konsep sistem informasi, penggunaan beragam tools pemasaran digital, dan pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan bisnis. Kegiatan dilaksanakan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi perangkat digital, dan studi kasus UMKM untuk memberikan gambaran penerapan nyata. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai integrasi teknologi dalam pemasaran, pemanfaatan analitik, serta strategi digital berbasis data untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Secara keseluruhan, PKM ini berhasil memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong adopsi teknologi digital pada peserta serta memperkuat peran perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan kapasitas masyarakat di era digital.

Kata Kunci: Pengabdian kepada Masyarakat, Sistem Informasi, Digital Marketing, UMKM, Transformasi Digital.

Abstract

Digital transformation has become a crucial requirement for businesses facing modern competition that increasingly relies on information technology. Many Ms-mes and institutions still face limitations in understanding the application of information systems and effective digital marketing strategies. Through a Community Service (PKM) activity in the form of a webinar themed "The Role of Information Systems and Digital Marketing Tools in Increasing Business Competitiveness," this program aims to improve participants' digital literacy through an understanding of information systems concepts, the use of various digital marketing tools, and the use of data for business decision-making. The activity was conducted through lectures, interactive discussions, demonstrations of digital devices, and case studies of Mses to provide an overview of real-world applications. The results of the activity demonstrated that participants learned more about technology integration in marketing, including the use of analytic and data-driven digital strategies to expand market reach and enhance business efficiency. Overall, this PKM successfully made a significant contribution to encouraging the adoption of digital technology among participants and strengthening the role of higher education in supporting community capacity development in the digital era.

Keyword: Community Service, Information Systems, Digital Marketing, Ms-mes, Digital Transformation.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara konsumen mencari informasi, berinteraksi dengan brand, serta melakukan transaksi bisnis. Situasi ini menuntut pelaku usaha, termasuk UMKM, untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi agar mampu bertahan di tengah perubahan pasar yang cepat. Berbagai studi menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap peningkatan visibilitas usaha, efisiensi pemasaran, serta pertumbuhan penjualan jika diterapkan secara terarah (Rahman, 2021). Selain itu,

adopsi sistem informasi memungkinkan pengelolaan data pelanggan yang lebih baik sehingga pelaku usaha dapat membuat keputusan yang lebih presisi dan berbasis analitik (Sutanto, 2022).

Meskipun demikian, banyak UMKM masih menghadapi hambatan dalam transformasi digital, seperti keterbatasan pengetahuan, sumber daya, dan kemampuan mengoperasikan tools digital marketing (Wibowo, 2020). Tantangan ini memperkuat pentingnya pendampingan melalui kegiatan pelatihan atau workshop yang dapat membantu meningkatkan kompetensi digital masyarakat. Penelitian lain juga menegaskan bahwa integrasi teknologi seperti CRM, analitik data, dan platform pemasaran digital berperan besar dalam meningkatkan keunggulan kompetitif sebuah usaha (Santoso, 2023). Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dinilai efektif dalam meningkatkan literasi digital pelaku usaha, terutama melalui penyuluhan dan demonstrasi langsung penggunaan teknologi (Haryanto, 2024).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan PKM mengenai “Peran Sistem Informasi dan Tools Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis” menjadi sangat relevan untuk memberikan pemahaman, keterampilan, dan pengalaman praktis bagi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

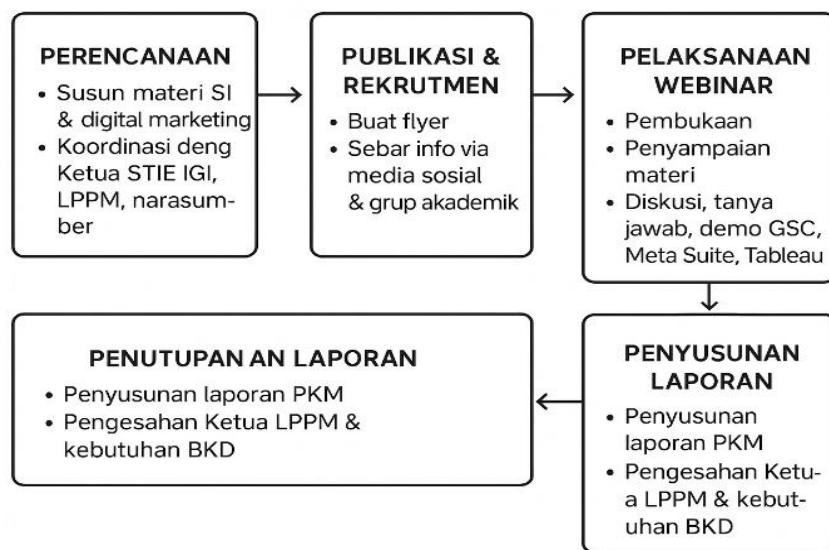
2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom Meeting. Pelaksanaan dilakukan pada hari Selasa, 11 November 2025, pukul 10.00-12.00 WIB, berdasarkan Surat Undangan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IGI dengan nomor 801/ST/KETUA/STIE/IGI/XI/2025. Model kegiatan secara online dipilih untuk memperluas jangkauan peserta dari berbagai daerah serta memudahkan proses koordinasi dan dokumentasi.

Sasaran kegiatan PKM ini meliputi:

- a. Dosen dan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta.
- b. Pelaku UMKM, praktisi teknologi, dan masyarakat umum yang ingin meningkatkan kompetensi digital.
- c. Akademisi dan praktisi yang berkecimpung di bidang sistem informasi, pemasaran digital, dan teknologi bisnis.
- d. Peserta diharapkan memperoleh pemahaman konseptual serta kemampuan praktis dalam menerapkan sistem informasi dan tools digital marketing untuk mendukung transformasi digital usaha atau institusi masing-masing.

Kegiatan PKM dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pendekatan kegiatan PKM ini bersifat edukatif, partisipatif, dan aplikatif, dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Edukasi (Instructional Approach)
Memberikan pemahaman melalui penyampaian materi terstruktur mengenai konsep sistem informasi, digital marketing, dan teknologi pendukungnya.
- b. Partisipatif (Participatory Approach)
Peserta dilibatkan dalam sesi diskusi, sehingga dapat bertanya, berdiskusi, dan berbagi pengalaman terkait penggunaan teknologi digital.
- c. Aplikatif (Practical Approach)
Demonstrasi tools digunakan untuk memberikan gambaran nyata mengenai penerapan sistem informasi dan strategi digital marketing pada konteks bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada Selasa, 11 November 2025 secara daring melalui Zoom telah berjalan dengan baik dan memperoleh respons positif dari peserta. Kegiatan ini menghasilkan peningkatan pemahaman masyarakat—khususnya pelaku UMKM, mahasiswa, dan dosen—terkait pemanfaatan sistem informasi dan digital marketing sebagai strategi pengembangan usaha di era digital.

3.1. Hasil Kegiatan

- a. Peningkatan Pengetahuan Peserta
Peserta memperoleh pemahaman baru mengenai konsep dasar sistem informasi, pentingnya digital marketing, serta pemanfaatan tools seperti Google Search Console, Meta Business Suite, dan Tableau. Dari hasil feedback, 80% peserta menyatakan materi sangat mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka.

FEEDBACK PESERTA



Gambar 2. Tingkat Pemahaman pengetahuan Peserta

- b. Implementasi Inovasi Digital

Kegiatan ini memperkenalkan tiga inovasi yang dapat langsung diterapkan oleh pelaku UMKM, yaitu:

- 1) Optimasi visibilitas bisnis melalui SEO dan Google Search Console.
- 2) Manajemen konten dan interaksi pelanggan menggunakan Meta Business Suite.
- 3) Analisis data sederhana menggunakan dashboard Tableau.
- 4) Peserta menyampaikan bahwa mereka dapat langsung mempraktikkan langkah-langkah dasar yang didemonstrasikan narasumber.

- c. Dokumentasi Hasil Kegiatan

Tabel 1. Dokumentasi Hasil Kegiatan

Komponen	Hasil
Jumlah Peserta	45 peserta (UMKM, mahasiswa, dosen)
Durasi Kegiatan	2 jam (10.00–12.00 WIB)
Media Pelaksanaan	Zoom Meeting
Materi Utama	Sistem Informasi, Digital Marketing, Google Search Console, Meta Business Suite, Tableau
Output	Sertifikat peserta, materi presentasi, video dokumentasi

Outcome	Peningkatan literasi digital dan kesiapan UMKM menghadapi transformasi digital
---------	--

3.2. Pembahasan

Kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa literasi digital masih menjadi kebutuhan utama bagi pelaku UMKM dan masyarakat akademik. Transformasi digital tidak dapat berjalan optimal tanpa pemahaman mengenai cara kerja sistem informasi dan strategi pemasaran berbasis data. Materi dan demonstrasi yang diberikan berhasil membuka wawasan peserta mengenai pentingnya insight data dalam pengambilan keputusan bisnis.

Inovasi yang diperkenalkan khususnya penggunaan Google Search Console dan Meta Business Suite menjadi nilai tambah karena peserta dapat memahami langkah konkret untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini sejalan dengan kebutuhan UMKM untuk meningkatkan daya saing di tengah perkembangan teknologi digital.

Dari sisi keberlanjutan, peserta menunjukkan antusiasme untuk mengikuti pelatihan lanjutan, khususnya terkait pembuatan konten digital, analitik pemasaran, dan pembuatan website bisnis. Aktivitas PKM ini dapat menjadi fondasi awal untuk membangun program pembinaan berkelanjutan antara STIE IGI dan pelaku UMKM.

Selain itu, kegiatan ini memberikan pembelajaran penting bagi tim pelaksana, yaitu perlunya:

- a. memperluas jangkauan rekrutmen peserta agar lebih banyak UMKM yang terlibat,
- b. menyediakan modul praktik mandiri,
- c. mengembangkan program mentoring digital bagi peserta yang membutuhkan pendampingan lanjutan.

3.3. Dokumentasi Foto Kegiatan



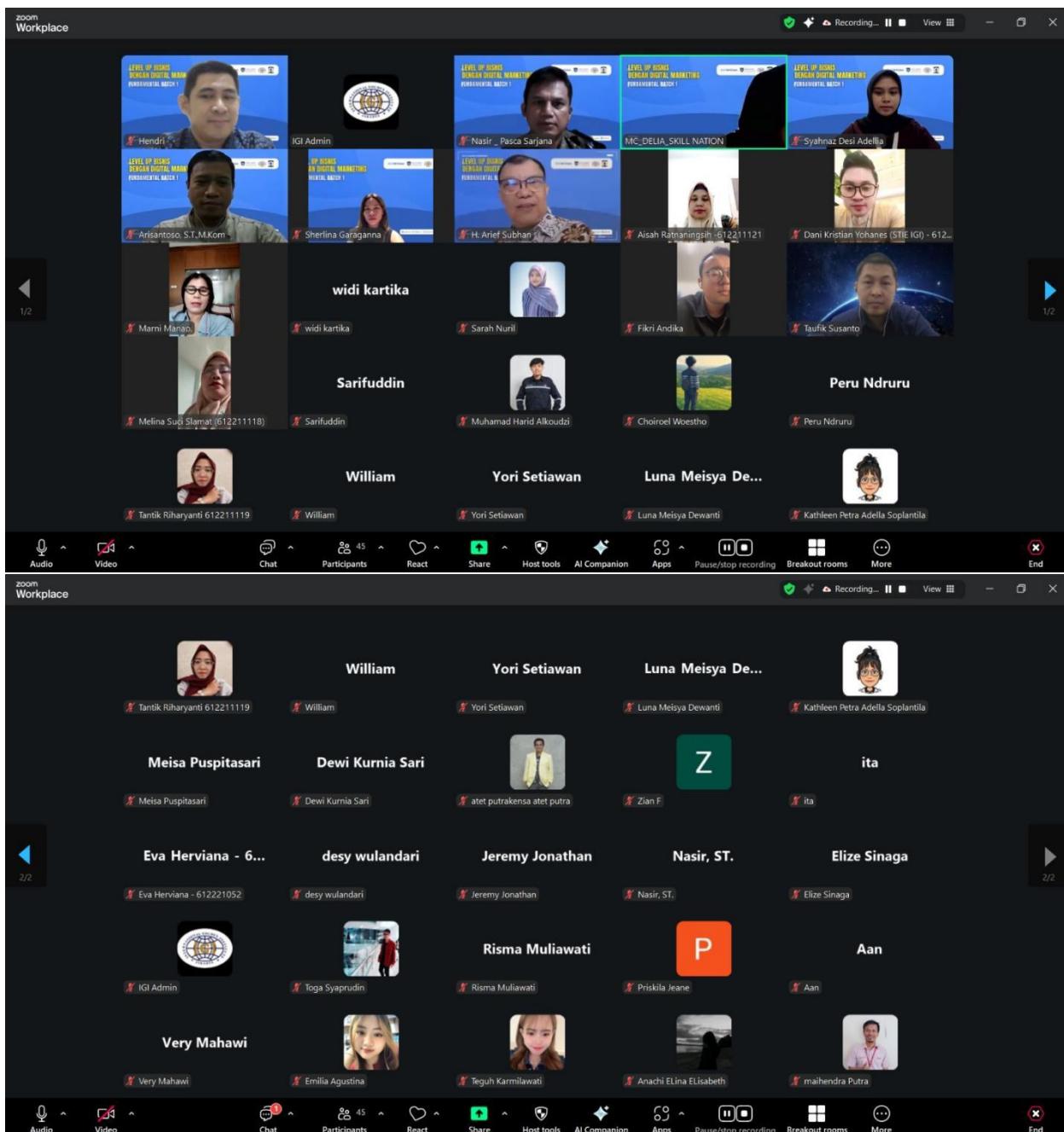
Gambar 3. Sesi Pembukaan Webinar PKM



Gambar 4. Penyampaian Materi oleh Narasumber



Gambar 5. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab



Gambar 6. Foto Bersama Peserta Webinar

4. SIMPULAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan melalui webinar mengenai sistem informasi dan digital marketing telah memberikan manfaat nyata bagi peserta. Materi yang disampaikan terbukti meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya teknologi informasi dalam mendukung kegiatan usaha, pekerjaan, dan pengambilan keputusan berbasis data. Tingkat pemahaman yang tinggi, interaksi aktif selama sesi diskusi, serta apresiasi peserta terhadap contoh penggunaan tools digital menunjukkan bahwa kegiatan ini berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Secara keseluruhan, PKM ini berhasil memperluas wawasan digital peserta dan berkontribusi pada peningkatan literasi teknologi di masyarakat.

Untuk kegiatan PKM berikutnya, beberapa pengembangan dapat dilakukan agar hasilnya lebih optimal. Perlu disediakan sesi praktik langsung agar peserta dapat menerapkan tools digital marketing secara real-time. Durasi kegiatan dapat diperpanjang agar pembahasan materi lebih mendalam. Selain itu, disarankan mengadakan program lanjutan dengan topik turunan seperti SEO, data analytics, ataupun penggunaan dashboard digital secara komprehensif. Evaluasi berkala juga perlu dilakukan agar penyusunan materi ke depan lebih sesuai dengan kebutuhan peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada STIE IGI yang telah memberikan kesempatan dan undangan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Penghargaan juga diberikan kepada mitra SkillNation, para dosen dan mahasiswa STIE IGI, serta para pelaku UMKM yang turut berpartisipasi dan mendukung kelancaran kegiatan. Dukungan dari seluruh pihak tersebut menjadi unsur penting dalam keberhasilan pelaksanaan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto, A. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan literasi digital dalam menghadapi transformasi bisnis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi*, 5(1), 45–56.
- Rahman, F. (2021). Peran digital marketing dalam meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 112–124.
- Santoso, B. (2023). Integrasi sistem informasi dan analitik data untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 7(3), 210–223.
- Sutanto, R. (2022). Pemanfaatan sistem informasi pelanggan (CRM) sebagai strategi penguatan hubungan pelanggan pada UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi Terapan*, 8(1), 33–42.
- Wibowo, D. (2020). Tantangan transformasi digital pada UMKM di Indonesia: Studi literatur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 98–108.