

# Peningkatan Keterampilan Promosi Bisnis Bagi Pemula

Zuhal Maftuh Ahnan<sup>1</sup>, Hasian Purba<sup>2</sup>

Universitas Mercu Buana, Indonesia<sup>1,2</sup>

## ABSTRAK

Di era digital, promosi bisnis menjadi kebutuhan utama agar usaha dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Banyak pelaku usaha pemula belum memiliki keterampilan promosi yang efektif, terutama melalui media digital seperti media sosial dan marketplace. Kurangnya pemahaman strategi promosi dan desain konten menyebabkan produk kurang dikenal dan penjualan rendah. Kegiatan pelatihan ini bertujuan membekali peserta dengan pemahaman strategi promosi, kemampuan membuat konten menarik, serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan skema Penerapan Teknologi Tepat Guna (PPTG) ini menasar warga Kelurahan Kembangan Utara, Jakarta Barat, yang sebagian besar bergantung pada usaha kecil dan perdagangan informal. Tujuan utamanya adalah meningkatkan keterampilan promosi bisnis bagi pemula guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Luaran kegiatan berupa peningkatan pengetahuan dan kemampuan promosi digital bagi pelaku usaha pemula.

**Kata Kunci:** Promosi, Bisnis, Pemula, Pemasaran Digital

## Corresponding Author:

Zuhal Maftuh Ahnan

(zuhal.maftuh@mercubuana.ac.id)

**Received:** October 01, 2025

**Revised:** October 20, 2025

**Accepted:** November 02, 2025

**Published:** November 17, 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

## 1. PENDAHULUAN

Kelurahan Kembangan Utara, seperti banyak daerah lainnya, memiliki potensi yang besar dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Banyak warga di kelurahan ini yang baru memulai usaha mereka, namun masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah dalam hal promosi dan pemasaran produk atau jasa yang mereka tawarkan. Kurangnya pengetahuan tentang teknik promosi yang efektif dan penggunaan platform digital untuk memasarkan produk mereka menyebabkan usaha mereka kesulitan untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Sebagian besar pelaku usaha mikro di kelurahan ini belum memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya secara optimal. Mereka masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti spanduk atau pemasaran dari mulut ke mulut, yang sangat terbatas dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Akibatnya, meskipun produk mereka berkualitas, mereka kesulitan untuk menarik pelanggan yang lebih banyak, yang pada akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi mereka. Untuk itu, diperlukan adanya program pengabdian masyarakat yang dapat memberikan keterampilan promosi yang tepat agar warga Kelurahan Kembangan Utara dapat memanfaatkan teknologi dan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

Kembangan Utara adalah sebuah kelurahan di Jakarta Barat yang menghadapi berbagai tantangan dalam memenuhi kebutuhan dasar warganya, seperti tempat tinggal yang layak, sanitasi, dan akses layanan publik yang memadai. Salah satu masalah utama di wilayah ini adalah keberadaan area kumuh, baik dalam kategori sedang maupun ringan.

Area kumuh ini ditandai oleh kondisi bangunan yang kurang terawat, keterbatasan akses terhadap fasilitas dasar seperti air bersih dan saluran pembuangan yang tidak memadai, serta minimnya ruang terbuka hijau. Meskipun situasi ini memprihatinkan, Kembangan Utara memiliki potensi besar untuk berkembang dengan perhatian dan intervensi yang tepat. Upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat dapat dilakukan melalui pelatihan keterampilan, yang memungkinkan mereka menciptakan solusi mandiri dan berkelanjutan untuk mengatasi masalah yang ada. Meskipun terdapat kawasan berpendapatan tinggi, sebagian besar wilayah ini dihuni oleh masyarakat berpenghasilan rendah. Di area tersebut, mayoritas penduduk memiliki tingkat pendidikan menengah ke bawah, sehingga akses mereka terhadap informasi, pelatihan, dan peluang ekonomi menjadi terbatas.

## 2. METODE

Untuk mendukung pencapaian tujuan dari program pengabdian masyarakat ini, metode pelaksanaan dirancang secara sistematis dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama. Tahap pertama adalah persiapan dan pengumpulan data, yang mencakup identifikasi jumlah dan jenis usaha masyarakat di Kelurahan Kembangan Utara serta pemetaan tingkat pemahaman dan keterampilan promosi yang dimiliki oleh warga. Selanjutnya, kegiatan memasuki tahap pelatihan dan workshop yang terdiri atas empat sesi utama, yakni pengenalan konsep dasar promosi dan pemasaran usaha kecil, strategi pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, teknik pemasaran lokal serta pembuatan materi promosi yang relevan dengan target audiens, dan latihan praktik langsung di mana peserta membuat konten promosi sederhana sambil berbagi pengalaman.

Tahap berikutnya adalah pendampingan dan bimbingan lanjutan yang bertujuan membantu peserta menerapkan keterampilan promosi yang telah dipelajari, sekaligus memberikan umpan balik terhadap strategi yang dijalankan. Selain itu, peserta diperkenalkan pada teknologi tepat guna, seperti penggunaan marketplace dan aplikasi digital lainnya dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha. Demonstrasi penggunaan platform digital juga dilakukan untuk memberikan gambaran langsung kepada peserta. Sebagai penutup, dilakukan evaluasi akhir terhadap perkembangan usaha peserta setelah mengikuti pelatihan, dan disusun laporan kegiatan lengkap dengan rekomendasi untuk usaha yang menunjukkan potensi pertumbuhan.

Seluruh rangkaian kegiatan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami aspek teoritis promosi, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung untuk mendukung usaha mandiri yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Program pelatihan ini juga mencakup pendidikan keterampilan yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar kerja, khususnya dalam bidang digital marketing, guna meningkatkan kapasitas individu baik untuk memulai usaha sendiri maupun meningkatkan daya saing di dunia kerja. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 3 Mei 2025 bertempat di RPTRA Kembangan, Jakarta Barat, dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang. Mitra kegiatan turut berkontribusi dalam penyediaan data peserta, tempat, dan peralatan pelatihan seperti kursi, meja, dan proyektor. Sementara itu, mahasiswa dilibatkan dalam mendukung kelancaran kegiatan, mulai dari pembuatan flyer, absensi peserta, hingga pembuatan dokumentasi video.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Peningkatan Keterampilan Promosi bagi Pemula" telah dilaksanakan dengan baik pada hari Sabtu, 3 Mei 2025, bertempat di Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Kembangan, Jakarta Barat.

Kegiatan ini diikuti oleh sebanyak 40 peserta, yang sebagian besar terdiri dari ibu-ibu warga Kelurahan Kembangan Utara, serta pelaku usaha mikro dan pemuda yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mempromosikan usaha secara efektif, khususnya dengan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial yang mudah diakses.

Dalam pelaksanaannya, peserta mendapatkan materi penyuluhan dan pelatihan mengenai dasar-dasar promosi usaha, mulai dari pengertian dan tujuan promosi, strategi pemilihan saluran promosi baik offline maupun online, teknik membuat konten yang menarik, hingga pemanfaatan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook sebagai alat promosi yang efisien dan hemat biaya. Selain itu, peserta juga dilibatkan dalam praktik langsung, seperti membuat desain promosi menggunakan aplikasi Canva, menulis caption yang menarik untuk media sosial, serta melakukan simulasi promosi produk kepada kelompok lainnya. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam membuat materi promosi secara mandiri dan lebih percaya diri dalam menggunakan media digital untuk menunjang usahanya.

Kegiatan ini juga berhasil menciptakan ruang interaksi antar peserta yang mendorong terbentuknya jejaring usaha lokal. Beberapa peserta bahkan menginisiasi rencana untuk membentuk komunitas wirausaha yang dapat saling berbagi informasi dan mendukung satu sama lain dalam hal promosi dan pengembangan usaha. Sebagai bentuk keberlanjutan dari program ini, tim pengabdian juga membentuk grup komunikasi daring yang akan digunakan untuk pendampingan selama satu bulan ke depan. Grup ini berfungsi sebagai media konsultasi, berbagi hasil praktik promosi, serta wadah pemberian umpan balik terhadap konten yang telah dibuat peserta. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa pelatihan, tetapi juga membuka jalan bagi pembentukan ekosistem wirausaha yang saling mendukung di tingkat lokal.

Berikut ini merupakan dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan:



Gambar 1. Pemaparan materi promosi produk



Gambar 2. Praktik pemasaran digital

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk "Peningkatan Keterampilan Promosi bagi Pemula" di Kelurahan Kembangan Utara telah berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif bagi para peserta. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya promosi dalam menunjang keberhasilan usaha, khususnya bagi pelaku usaha pemula. Selain itu, peserta juga dibekali dengan keterampilan praktis dalam membuat materi promosi secara sederhana namun menarik, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Antusiasme peserta sangat tinggi, ditunjukkan melalui partisipasi aktif dalam sesi diskusi dan praktik langsung. Kegiatan ini juga membuka peluang terbentuknya jejaring usaha lokal antarpeserta yang saling mendukung dan berbagi pengalaman. Sebagai bentuk tindak lanjut, tim pengabdian melakukan pendampingan daring selama satu bulan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara optimal. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas promosi masyarakat Kembangan Utara dan mendorong pertumbuhan kewirausahaan lokal yang berkelanjutan.

#### REFERENCES

- Adi, P., Mulyani, R., Putri, A. N. H., Saputri, C. I., Alfiyah, H., Widyadana, J. R. A., Ma'rifah, K., & Khabibah, L. N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Produk Pertanian di Desa Bodag, Madiun, Jawa Timur. PRIMA: Journal of Community Empowering and Services, 6(2), 126. <https://doi.org/10.20961/prima.v6i2.65249>
- Dila Yahyasari, S., & As'ari, H. (2024). Pendampingan Pembukuan Keuangan Digital Dengan Aplikasi BukuWarung Bagi Para UMKM Di Teras Malioboro 1. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(2), 2801-2807. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3383>
- Huriani, Y., Dulwahab, E., & Annibras, N. (2021). Strategi penguatan ekonomi perempuan berbasis keluarga. In Bandung: Lekkas.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, 5(1), 98.

<https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>

Rahayu, W., Novianti, L., & Istiqomah, Y. (2024). Kombinasi Digital Marketing, Marketing Konvensional Dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kampung Cikandang. Jurnal Inovasi Masyarakat, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.33197/jim.v4i1.1959>