

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL MARKETING DIDESA SUKABUMI UNTUK MENGHADAPI ERA EKONOMI DIGITAL

¹Tya Rahmawati, ²Indah Setiyani, ³Dhea Putri Fellisa, ⁴Artha Puspa Agtni, ⁵Nur Alfiyatul Mukaromah, ⁶Unna Ria Safitri.

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Boyolali
Email : rahmatyawati7@gmail.com.

ABSTRAK

Pada era ini teknologi dan informasi digital sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan yang ada demi tetap berlangsungnya usaha yang dijalankan. Pilihan saat ini yang mudah untuk di akses dan dijangkau masyarakat luas adalah dengan pemasaran digital (digital marketing). Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan ketrampilan dan pemahaman pelaku UMKM di Desa Sukabumi Boyolali Jawa Tengah yang masih menerapkan pemasaran tradisinal dan belum memanfaatkan teknologi dan informasi digital secara optimal. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat berupa survei, sosialisasi, pelatihan, peserta dijelaskan mengenai kewirausahaan digital, cara membuat serta mengelola akun bisnis di media sosial dan pemanfaatan tools dan aplikasi desain grafis. Hasil dari sosialisasi dan pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman dan ketrampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Pengabdian masyarakat ini memberikan keterlibatan nyata untuk membantu pelaku UMKM beradaptasi pada era digital, kegiatan ini juga mendorong perubahan usaha menuju gaya bisnis yang lebih modern dan kompetitif.

Kata kunci: pemasaran digital, teknologi dan informasi, strategi pemasaran.

ABSTRACT

In this era, digital technology and information are very necessary to keep up with existing developments in order to continue the ongoing business. The current choice that is easy to access and reach the wider community is digital marketing. This community service aims to improve the skills and understanding of MSME actors in Sukabumi Village, Boyolali, Central Java, who still apply traditional marketing and have not optimally utilized digital technology and information. Through community service activities in the form of surveys, socialization, training, participants are explained about digital entrepreneurship, how to create and manage business accounts on social media and the use of graphic design tools and applications. The results of the socialization and training show an increase in the understanding and skills of MSME actors in utilizing digital marketing to promote their products. This community service provides real involvement to help MSME actors adapt to the digital era, this activity also encourages business changes towards a more modern and competitive business style.

Keywords: digital marketing, technology and information, marketing strategy.

PENDAHULUAN

Pengertian kewirausahaan merujuk pada langkah menciptakan sesuatu dengan didukung oleh komitmen terhadap waktu dan tenaga guna menambahkan nilai. Hal ini juga mencakup perkiraan potensi keuangan, fisik, risiko sosial, serta menerima manfaat dalam bentuk finansial, kepuasan, hingga kebebasan pribadi (Akhmad, t.t.). Wirausaha sendiri menjadi salah satu elemen penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Di mana wirausaha merupakan kontribusi seorang pengusaha atau pelaku usaha yang menciptakan suatu usaha dan peluang kerja baru. Wirausaha memiliki peran krusial dengan kemampuan untuk menciptakan serta menawarkan produk yang memiliki nilai lebih melalui keberanian menghadapi risiko, kreativitas, dan inovasi dalam berbisnis, serta kemampuan yang baik dalam mengidentifikasi dan menganalisis peluang yang tersedia di pasar (Fahri Sahrul Ramadhan dkk., 2024). Mengikuti era sekarang di mana teknologi dan informasi digital sangat diperlukan begitu pula dalam dunia usaha. Tidak hanya usaha menengah ke atas saja yang menggunakan metode digital tapi mulai dari UMKM hingga ke bisnis internasional. Tidak dapat dipungkiri bahwa maraknya teknologi saat ini sangat berpengaruh besar terhadap bisnis. Banyak di kalangan pengusaha (*entrepreneur*) dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan yang ada demi tetap berlangsungnya usaha yang mereka jalankan, dan pilihan saat ini yang mudah untuk di akses dan dijangkau masyarakat luas adalah dengan pemasaran digital (*digital marketing*).

Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan pendekatan strategis dalam dunia pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai media utama untuk menjangkau, mempengaruhi, dan membangun hubungan dengan konsumen (Saputra dkk., 2023). Dengan pemasaran yang baru ini dapat membantu para pengusaha dalam mengenalkan produk mereka secara luas dan menjualnya untuk memperoleh laba yang lebih tinggi. Namun beberapa UMKM pedesaan masih tergolong minim menggunakan cara ini karena keterbatasannya informasi dan koneksi. Salah satunya di desa Sukabumi, Cepogo, Boyolali. Lokasi dan aksesnya yang terletak di area pegunungan memberatkan untuk para pelaku UMKM mengembangkan usahanya yang hanya mengandalkan jualan di pasar. Melalui pengabdian masyarakat ini tujuan kami adalah untuk membantu khususnya para pelaku UMKM desa sukabumi dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya digital marketing hingga ke proses belajarnya melalui metode yang mudah dipahami oleh masyarakat awam.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga pernah dilaksanakan oleh beberapa sumber salah satunya menurut (Putra dkk., 2024) dengan judul jurnalnya pelatihan kewirausahaan di era digital : inovasi dan peluang ekonomi untuk generasi muda di SMAN 1 kota bengkulu dengan metode yang digunakannya adalah pelatihan dan sosialisasi hingga mencapai hasilnya yaitu dapat mengembangkan kewirausahaan dalam masa digital menciptakan kesempatan untuk inovasi produk yang baru, sehingga sangat relevan bagi generasi muda saat ini sebagai penggerak perubahan yang biasanya memiliki gagasan segar dan pandangan baru dalam menghadapi tantangan serta persoalan yang terdapat dalam masyarakat.

Dari penjelasan di atas, terlihat bahwa terdapat berbagai kemudahan dan keuntungan yang diperoleh jika pelaku usaha atau UMKM dapat memaksimalkan peluang yang ada dalam digital marketing. Oleh sebab itu, untuk mengatasi semua permasalahan yang telah diungkapkan sebelumnya, sangat penting untuk mengadakan pelatihan mengenai penggunaan digital marketing, sehingga mitra UMKM dapat mulai memahami apa itu digital marketing serta tahu cara memanfaatkannya dan mengelolanya, yang pada gilirannya dapat memberikan efek positif pada penjualan produk usaha mereka.

METODE

Pengabdian masyarakat ini kami laksanakan di desa Sukabumi, kecamatan Cepogo, kabupaten Boyolali tepatnya di rumah Ibu Sri Wahyuni. Pada hari Rabu 11 Juni 2025 dengan sasaran kami adalah pelaku UMKM di daerah Sukabumi dan sekitarnya. Desa Sukabumi merupakan salah satu desa yang berada di area kaki gunung merapi tepatnya bersebelahan dengan Pasar Cepogo. hal ini menjadi salah satu faktor mayoritas masyarakatnya memilih membuka usaha untuk mengambil peluang pasar, disamping itu dapat menyebabkan banyaknya pesaing baru yang mengancam beberapa UMKM hingga mengalami gulung tikar. Dari permasalahan yang timbul tersebut kami mencoba mengenalkan Pemasaran digital (Digital Marketing) untuk membantu pelaku usaha dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Pada pengabdian masyarakat ini kami menggunakan metode mulai dari survei/observasi lokasi yang akan kami pilih dengan melakukan wawancara untuk memahami rumusan masalah, kemudian kami melaksanakan sosialisasi dan pelatihan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman lebih lanjut tentang pemasaran digital (Digital Marketing). Tidak hanya itu, kami juga menerapkan pelatihan untuk para pelaku usaha setempat mengenai cara pengoperasian teknologi dan informasi pada sistem digital marketing.

Demi tercapainya beberapa metode yang kami pakai, kami mempersiapkan secara maksimal dalam menyusun materi sosialisasi dan tahapan pelatihan yang relevan agar mudah di pahami dan dapat diterapkan langsung oleh para pelaku usaha. Pelatihan ini diikuti beberapa orang pelaku UMKM di Desa Sukabumi, yang telah dipilih berdasarkan keaktifan usaha dan berminat untuk mengembangkan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital marketing untuk menghadapi era ekonomi digital, dengan menggunakan media power point yang berisi pengenalan kewirausahaan di era digital, pembuatan dan pengelolaan akun bisnis serta pengenalan tools dan aplikasi untuk membuat poster dan konten promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei/observasi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan tahapan awal berupa survei dan diskusi langsung bersama para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sukabumi, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali, yang dilaksanakan pada tanggal 3 Juni 2025. Kegiatan awal ini bersifat esensial sebagai bagian dari proses identifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh komunitas sasaran, khususnya terkait dengan pengelolaan kewirausahaan serta keterlibatan mereka dalam praktik pemasaran digital (Digital Marketing). Metode survei yang kami gunakan adalah wawancara bertujuan guna menggali informasi secara sistematis mengenai pola usaha yang dijalankan, pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis, serta hambatan-hambatan yang mereka temui dalam memperluas jangkauan pasar melalui media digital. Wawancara yang dilakukan secara partisipatif memberikan ruang bagi para pelaku UMKM untuk menyampaikan berbagai keluhan, harapan, dan aspirasi mereka terkait peningkatan kapasitas usaha yang dimiliki.

Hasil dari kegiatan survei dan diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Sukabumi masih mengandalkan metode tradisional dalam mengelola usaha mereka. Aktivitas produksi, distribusi, dan promosi produk masih dilakukan secara manual dan lokal, seperti melalui penjualan langsung di pasar-pasar setempat, tanpa didukung oleh pemanfaatan teknologi digital. Minimnya pengetahuan serta keterampilan dalam penggunaan

platform digital seperti marketplace, media sosial, dan sistem transaksi online menjadi hambatan utama yang mengakibatkan keterbatasan jangkauan pemasaran. Dalam wawancara, banyak pelaku usaha menyatakan keinginan yang kuat untuk belajar menggunakan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan, namun mereka juga mengakui kurangnya kemampuan teknis dan literasi digital yang memadai untuk memulai.

Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha dengan kenyataan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di pedesaan. Oleh karena itu, data temuan ini kemudian menjadi dasar penyusunan program sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital (digital Marketing) yang bersifat aplikatif dan kontekstual. Materi pelatihan dirancang sedemikian rupa agar mampu menjawab kebutuhan spesifik para pelaku UMKM di Desa Sukabumi, serta disampaikan melalui pendekatan yang sederhana, interaktif, dan mudah dipahami oleh peserta yang umumnya belum familiar dengan teknologi digital. Pelatihan juga diarahkan untuk memberikan keterampilan praktis, seperti pembuatan akun marketplace, pengelolaan konten promosi di media sosial, hingga teknik pengambilan foto produk yang menarik.

Sosialisasi

Setelah proses survei dan identifikasi kebutuhan pelaku UMKM dilaksanakan, kegiatan pengabdian masyarakat dilanjutkan dengan tahap sosialisasi yang bertujuan untuk menyampaikan maksud, manfaat, serta rencana implementasi pelatihan pemasaran digital (digital Marketing) kepada komunitas sasaran. Sosialisasi ini diselenggarakan pada tanggal 11 Juni 2025 dan bertempat di kediaman Ibu Sri Wahyuni, yang juga merupakan salah satu pelaku UMKM aktif di Desa Sukabumi. Kegiatan ini dirancang sebagai forum dialog interaktif, di mana peserta diajak berdiskusi secara terbuka mengenai pentingnya adaptasi usaha terhadap perkembangan era ekonomi digital yang kian dinamis dan kompetitif. Dalam sesi pembuka, tim pengabdian memaparkan materi pengantar mengenai konsep kewirausahaan digital, dengan menekankan bagaimana teknologi telah mengubah lanskap bisnis, termasuk pola perilaku konsumen serta cara pelaku usaha menjangkau pasar.



Gambar 1: sosialisasi didesa sukabumi

Pada tahap berikutnya, peserta diberikan pemahaman praktis mengenai langkah-langkah pembuatan dan pengelolaan akun bisnis, baik melalui platform marketplace maupun media sosial. Penjelasan juga difokuskan pada pemanfaatan berbagai perangkat lunak (tools) dan aplikasi pendukung yang dapat digunakan untuk membuat materi promosi, seperti poster digital, video pendek, dan konten pemasaran visual lainnya yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM lokal. Dalam proses penyampaian materi, pendekatan komunikatif diterapkan

dengan memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya secara langsung mengenai hal-hal yang belum mereka pahami. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh peserta tidak hanya memahami secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam konteks usaha mereka masing-masing.

Respon dari peserta sosialisasi menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi dan antusiasme yang positif. Sebagian besar pelaku UMKM antusias dengan materi yang disampaikan, bahkan secara aktif terlibat dalam sesi tanya jawab. Sikap antusias ini mencerminkan kesadaran baru akan pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha, serta adanya motivasi untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui strategi pemasaran yang lebih modern. Kegiatan sosialisasi ini menjadi pondasi awal yang penting dalam membangun kesiapan peserta untuk mengikuti pelatihan teknis berikutnya, sekaligus memperkuat komitmen mereka dalam menerapkan pemasaran digital (digital Marketing) secara berkelanjutan dalam kegiatan bisnis sehari-hari.

Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital (digital Marketing) secara langsung dilaksanakan pada tanggal 11 Juni 2025 yang diikuti oleh beberapa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berasal dari Desa Sukabumi Cepogo Boyolali. Kegiatan ini bertempat di rumah Ibu Sri Wahyuni, yang sebelumnya juga menjadi tuan rumah dalam sesi sosialisasi. Pelatihan dirancang dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik, dengan tujuan agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan digital dalam pengelolaan usaha mereka secara langsung. Dalam menyampaikan materi pelatihan, tim pengabdian menggunakan media presentasi PowerPoint sebagai alat bantu visual utama untuk menjelaskan setiap topik dengan sistematis dan mudah dipahami oleh peserta yang mayoritas belum akrab dengan teknologi digital.

Materi pelatihan mencakup dua fokus utama, yaitu pembuatan dan pengelolaan akun bisnis di platform media sosial serta pemanfaatan aplikasi desain grafis seperti *Canva* untuk keperluan promosi. Melalui pendekatan hands-on, para peserta diajak untuk langsung mencoba membuat akun bisnis secara real-time dan mendesain poster digital yang akan digunakan sebagai materi promosi produk mereka. Tahapan ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan teknis peserta sekaligus memperkuat kepercayaan diri mereka dalam menggunakan teknologi sebagai alat pemasaran. Selain itu, pelatihan juga mencakup diskusi tentang pentingnya konsistensi dalam branding, pemilihan warna dan tipografi, serta strategi penempatan konten yang menarik perhatian konsumen.



Gambar 2: Pelatihan Digital Marketing dan Tools Apk



Gambar 3: Pelatihan Pembuatan media promosi

Berdasarkan hasil evaluasi awal yang dilakukan di akhir sesi pelatihan, ditemukan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan peserta terkait konsep dasar digital marketing serta cara penerapannya dalam konteks usaha mikro. Para pelaku UMKM menunjukkan kemajuan dalam mengelola akun bisnis serta merancang materi promosi yang lebih menarik secara visual. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil menjembatani kesenjangan literasi digital di kalangan pelaku usaha desa. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi pijakan awal yang positif dalam mempersiapkan pelaku UMKM lokal untuk menghadapi tantangan ekonomi digital yang semakin kompleks, sekaligus mendorong transformasi usaha konvensional menuju model bisnis yang lebih modern dan kompetitif.

KESIMPULAN

Ditunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Sukabumi kurang memahami teknologi digital. Hal ini ditampilkan melalui pelatihan pemasaran digital yang diberikan sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) masih bergantung pada strategi pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan platform digital secara keseluruhan. Setelah melewati tahap sosialisasi dan pelatihan Para peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam menerapkan media sosial, pasar, dan aplikasi desain grafis untuk mempromosikan produk usaha mereka. Kegiatan ini mampu menyelaraskan kemajuan teknologi yang ada dengan kebutuhan pelaku usaha. Pelatihan yang praktis dan mudah dipahami terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi dan mendorong UMKM untuk mulai menerapkan strategi pemasaran yang lebih kompetitif dan kontemporer.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital (digital marketing) kepada para pelaku UMKM di Desa Sukabumi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai bentuk tindak lanjut agar manfaat kegiatan ini dapat dirasakan secara berkelanjutan. Pertama, disarankan adanya program pendampingan lanjutan yang berkelanjutan bagi para pelaku UMKM. bertujuan untuk membantu mereka dalam menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama pelatihan serta mengatasi kendala teknis yang mungkin muncul di kemudian hari. Dengan adanya pendampingan secara rutin, diharapkan para pelaku usaha dapat lebih percaya diri dan konsisten dalam menggunakan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka.

Selanjutnya, kolaborasi dengan institusi pendidikan, komunitas digital, maupun praktisi profesional juga menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pelatihan dan memperkaya materi yang diberikan. Dengan melibatkan pihak-pihak tersebut, pelaku UMKM dapat memperoleh wawasan yang lebih luas serta mendapat pendampingan dari sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi dan pemasaran.

Terakhir, pembuatan modul pelatihan berbasis digital seperti video pembelajaran, buku panduan praktis, atau e-book sangat direkomendasikan. Media pembelajaran ini diharapkan dapat menjadi sarana belajar mandiri yang fleksibel dan mudah diakses oleh pelaku UMKM kapan pun mereka membutuhkannya. Melalui langkah-langkah tersebut, diharapkan transformasi digital pada sektor UMKM di pedesaan dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (t.t.). *PERAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENGATASI KEMISKINAN*. 06.
- Fahri Sahrul Ramadhan, Abdul Hafid, Ardiansyah Ardiansyah, & Ujang Nurjaman. (2024). Pengertian Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha. *Mutiara : Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(3), 289–298. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i3.1342>
- Putra, I. U., Yustanti, N. V., Handayani, S., Hanila, S., & Prawitasari, A. (2024). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DI ERA DIGITAL: INOVASI DAN PELUANG EKONOMI UNTUK GENERASI MUDA DI SMAN 1 KOTA BENGKULU. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 3(2), 33–40. <https://doi.org/10.56135/jsm.v3i2.165>
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.31537/jembe.v1i1.1275>