

PEMBERDAYAAN KELOMPOK USAHA MASYARAKAT UNTUK PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN UMKM BERBASIS DIGITAL

**Sahrul¹⁾, Utari Ainil Ilmi²⁾, Irmayani³⁾, Irdayu⁴⁾, Rabiatul Adawiah⁵⁾, Andi Nur Fajrina⁶⁾,
Hermila⁷⁾, Tegar Adil Saputra⁸⁾, Ismail⁹⁾, Ibrahim¹⁰⁾**

^{1,2,3,4,5,6,10} Manajemen, Universitas Lamappapoleonro

⁷PGSD, Universitas Lamappapoleonro

⁸Teknik Sipil, Universitas Lamappapoleonro

⁹Sistem Informasi, Universitas Lamappapoleonro

email: Sahrul.sahrulm72@gmail.com¹⁾, utariainil806@gmail.com²⁾, irmayanimaya27@gmail.com³⁾,
irdayumustati93@gmail.com⁴⁾, rabiatuladawiah799@gmail.com⁵⁾, nurfajrinaandi@gmail.com⁶⁾,
hermilamila76@gmail.com⁷⁾, tegaradilsaputra@gmail.com⁸⁾, ismail@unipol.ac.id⁹⁾,
ibrahim@unipol.ac.id¹⁰⁾

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng dalam meningkatkan strategi pemasaran UMKM berbasis digital. Kegiatan ini dilakukan melalui serangkaian tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Sosialisasi diadakan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam pemasaran produk. Pelatihan berbasis praktik dilakukan untuk mengajarkan penggunaan media sosial, e-commerce, dan strategi pemasaran digital lainnya. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengalami peningkatan kemampuan dalam mengelola pemasaran secara digital, dengan beberapa produk yang terjual lebih banyak melalui platform e-commerce. Faktor pendukung utama keberhasilan program ini adalah antusiasme peserta dan adanya pendampingan teknis yang berkelanjutan. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi dan jaringan internet masih menjadi hambatan yang perlu diperhatikan. Secara keseluruhan, pengabdian ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gattareng melalui penerapan pemasaran berbasis digital, yang memberikan dampak positif terhadap pengembangan ekonomi lokal.

Kata Kunci : Pemberdayaan, UMKM, Pemasaran Digital, Desa Gattareng, Teknologi.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menjadi salah satu pilar utama dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi di Indonesia (Patappari et al., 2023). UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di daerah pedesaan (Ismail, Tahir & Surya, 2023). Di tengah era digital yang terus berkembang, UMKM di Desa Gattareng, yang sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, menghadapi

tantangan besar dalam bersaing di pasar yang semakin terbuka dan kompetitif (Adawiah et al., 2024). Oleh karena itu, pemberdayaan kelompok usaha masyarakat di desa ini melalui penguatan strategi pemasaran berbasis digital sangat diperlukan (Adawiah & Mansur, 2023).

Desa Gattareng, yang terletak di wilayah Pegunungan, memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor UMKM, khususnya dalam bidang, pertanian, dan kuliner, kerajinan tangan. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam memasarkan produk mereka. Kondisi ini

menjadi salah satu hambatan dalam mengakses pasar yang lebih luas, yang dapat meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha mereka. Oleh karena itu, penerapan strategi pemasaran berbasis digital diharapkan dapat membantu mengatasi masalah ini dan memberikan peluang yang lebih besar bagi kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng untuk berkembang.

Dalam konteks ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memainkan peran yang sangat penting (Ismail, 2022). Digitalisasi membuka peluang baru untuk memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan efektivitas promosi produk. Platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi pemasaran digital lainnya dapat menjadi sarana yang efektif bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas (Ismail, Tahir & Surya, 2023). Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital.

Program pemberdayaan ini difokuskan pada peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk strategi pemasaran yang lebih efektif. Pelatihan akan mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi yang menarik, serta pengelolaan toko online untuk memasarkan produk secara digital (Patappari & Waru, 2022). Selain itu, pelatihan juga akan mengajarkan tentang analisis pasar digital, yang akan membantu pelaku UMKM dalam memahami tren konsumen dan menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan pasar. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng dapat meningkatkan daya saing produk mereka, memperluas jaringan pasar, dan meningkatkan omzet penjualan.

Selain pelatihan, pemberdayaan ini juga mencakup pendampingan dalam implementasi strategi pemasaran digital (Ismail, 2022). Para

peserta akan didampingi secara intensif dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama pelatihan ke dalam praktik usaha mereka. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dalam pemasaran digital dapat berjalan dengan efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya pendampingan yang terus menerus, kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng diharapkan dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi dalam mengimplementasikan teknologi digital dalam pemasaran.

Secara keseluruhan, pemberdayaan kelompok usaha masyarakat melalui peningkatan strategi pemasaran berbasis digital ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM Desa Gattareng, tetapi juga untuk mempercepat adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat desa. Harapannya, setelah program ini dilaksanakan, kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng dapat mandiri dalam menjalankan strategi pemasaran digital mereka, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi desa-desa lain di Indonesia yang memiliki karakteristik serupa, sehingga dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi pemberdayaan UMKM di seluruh Indonesia.

METODELOGI PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan kelompok usaha masyarakat dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan mengedepankan kolaborasi antara akademisi, pelaku UMKM, dan komunitas lokal. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan dalam meningkatkan efektivitas pemasaran produk UMKM melalui pemanfaatan platform digital yang tepat.

Tahapan pertama dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sosialisasi dan identifikasi

kebutuhan UMKM. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan dengan pelaku usaha untuk menjelaskan pentingnya digitalisasi dalam pemasaran produk mereka. Pada tahap ini, dilakukan pula survei untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kesiapan mereka dalam menggunakan teknologi digital. Hasil dari survei ini akan menjadi dasar untuk merancang program pelatihan yang relevan dengan kebutuhan UMKM.

Tahapan kedua adalah pelatihan dan pendampingan teknis mengenai penggunaan alat dan platform digital. Pelatihan ini mencakup materi tentang pembuatan dan pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta pemanfaatan platform e-commerce dan pemasaran digital seperti Google Ads dan SEO. Selama pelatihan, peserta juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung apa yang telah dipelajari, dengan bimbingan langsung dari tim pengabdian.

Tahapan terakhir adalah evaluasi dan tindak lanjut. Pada tahap ini, dilakukan evaluasi terhadap hasil pelaksanaan program, baik dari sisi peningkatan pengetahuan peserta maupun peningkatan penjualan produk melalui pemasaran digital. Tim pengabdian juga akan melakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan bahwa para pelaku UMKM dapat menerapkan ilmu yang telah diterima secara mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, monitoring dilakukan untuk melihat perkembangan jangka panjang, dengan memberikan dukungan teknis jika diperlukan (Ibrahim, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital. Pada tahap sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di komunitas

tersebut memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai pemanfaatan platform digital untuk pemasaran. Namun, setelah dilakukan survei, diketahui bahwa mereka sangat antusias untuk belajar dan meningkatkan kemampuan mereka di bidang ini.

Pada tahap pelatihan, peserta diberikan materi yang mencakup penggunaan media sosial, pembuatan konten visual, serta strategi pemasaran menggunakan platform digital seperti Google Ads, SEO, dan e-commerce. Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka terhadap alat dan platform digital yang digunakan untuk pemasaran. Praktik langsung dalam pelatihan memungkinkan mereka untuk secara langsung menerapkan strategi yang dipelajari, yang turut meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam mengelola bisnis secara digital.

Hasil evaluasi pada tahap akhir menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kemampuan pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Beberapa UMKM yang terlibat melaporkan adanya peningkatan dalam jumlah pengunjung situs dan media sosial mereka, serta beberapa produk yang berhasil terjual lebih banyak melalui platform e-commerce. Selain itu, feedback dari peserta menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan sangat membantu mereka dalam memahami cara mengelola dan memasarkan produk secara efektif melalui digital. Dukungan lanjutan juga dirasakan memberikan manfaat yang signifikan bagi kelanjutan kegiatan pemasaran mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan UMKM, dengan meningkatnya pengetahuan, keterampilan, dan penerapan teknologi digital dalam pemasaran. Melalui evaluasi dan tindak lanjut, diharapkan pengabdian ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM, serta memperkuat posisi mereka dalam pasar yang semakin kompetitif.

B. Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pemberdayaan pelaku UMKM di Desa Gattareng melalui penerapan strategi pemasaran berbasis digital memberikan dampak yang signifikan, baik dari segi peningkatan pengetahuan, keterampilan, maupun hasil penjualan produk mereka. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya digitalisasi dalam memasarkan produk mereka. Dalam hal ini, pendekatan partisipatif yang dilakukan selama proses sosialisasi dan identifikasi kebutuhan, memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk menyampaikan tantangan yang mereka hadapi, serta mengungkapkan ketertarikan mereka untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran.

Pentingnya pelatihan berbasis praktik yang dilakukan pada tahap kedua sangat jelas terlihat. Dalam pelatihan ini, para peserta mendapatkan pengalaman langsung tentang bagaimana mengelola akun media sosial, memanfaatkan platform e-commerce, serta memahami dasar-dasar SEO dan Google Ads. Peningkatan keterampilan ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk mereka secara online. Sebagian besar peserta juga melaporkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola pemasaran produk mereka, yang sebelumnya terbatas pada pemasaran tradisional melalui cara konvensional seperti pasar atau toko fisik.

Dari sisi hasil, evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang diajarkan, dengan peningkatan jumlah pengunjung pada platform media sosial mereka. Beberapa peserta juga melaporkan peningkatan penjualan yang cukup signifikan melalui platform e-commerce setelah menggunakan teknik pemasaran yang telah dipelajari. Hal ini menggambarkan bahwa pengenalan dan penerapan digital marketing tidak hanya meningkatkan pemahaman para

pelaku UMKM, tetapi juga memberikan hasil yang langsung dapat dirasakan, yaitu peningkatan daya saing dan penghasilan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan keberhasilan dalam memberdayakan kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng. Pemberdayaan melalui pelatihan pemasaran berbasis digital ini tidak hanya mencakup peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga merangsang perubahan pola pikir pelaku UMKM terhadap pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Keberhasilan program ini menjadi langkah awal yang penting dalam mendorong pengembangan ekonomi lokal di desa, serta membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk lebih kompetitif di pasar global yang semakin bergantung pada teknologi digital.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung utama dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah tingginya motivasi dan antusiasme pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Gattareng menyadari pentingnya digitalisasi, meskipun mereka belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup. Oleh karena itu, keinginan untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas memberikan dorongan yang kuat bagi mereka untuk mengikuti pelatihan. Selain itu, keberadaan tim pengabdian yang kompeten serta metode pelatihan yang berbasis praktik langsung juga menjadi faktor pendukung penting, karena memungkinkan peserta untuk mempraktikkan langsung materi yang diajarkan dalam situasi yang lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mereka. Dukungan teknis berkelanjutan melalui pendampingan lanjutan juga membantu pelaku UMKM dalam menjaga keberlanjutan pemasaran digital setelah pelatihan.

Namun, terdapat beberapa faktor penghambat yang harus dihadapi dalam proses pemberdayaan ini. Salah satu penghambat

utama adalah keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi yang memadai dan jaringan internet yang stabil di beberapa bagian desa. Beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengakses internet yang cepat dan memiliki perangkat yang mendukung aktivitas pemasaran digital. Selain itu, meskipun telah ada pelatihan, beberapa pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan, khususnya terkait dengan pengelolaan media sosial dan e-commerce yang memerlukan pemahaman lebih mendalam serta keterampilan teknis yang lebih lanjut (Afdal, 2025). Hambatan lain yang ditemukan adalah adanya perbedaan tingkat pemahaman dan keterampilan digital antara pelaku UMKM yang lebih muda dan yang lebih tua, di mana generasi yang lebih tua cenderung merasa kurang nyaman dengan teknologi dan lebih terbuka pada metode pemasaran tradisional (Afifah et al., 2024).

Meskipun demikian, hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan memberikan dukungan lebih lanjut dalam bentuk penyuluhan berkelanjutan, serta memfasilitasi akses teknologi dan internet yang lebih baik. Dengan langkah-langkah tersebut, tantangan yang dihadapi dapat diminimalisir, sehingga hasil yang diperoleh dalam pemberdayaan kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng dapat berkelanjutan dan memberikan dampak yang lebih besar bagi perkembangan UMKM di desa tersebut (Ibrahim, Suhairi, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan kelompok usaha masyarakat di Desa Gattareng melalui peningkatan strategi pemasaran berbasis digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan UMKM. Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam penggunaan media sosial dan

platform e-commerce untuk pemasaran produk. Meskipun terdapat beberapa tantangan terkait dengan keterbatasan akses teknologi dan jaringan internet, serta perbedaan tingkat pemahaman antar generasi, antusiasme dan motivasi yang tinggi dari pelaku UMKM menjadi faktor utama yang mendorong keberhasilan kegiatan ini. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan dan dukungan yang terus menerus, pelaku UMKM di Desa Gattareng mampu mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas. Program ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis digital dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM, serta memperkuat posisi mereka dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami sebagai pelaksana pengabdian kepada masyarakat ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi atas terselesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Lamappapoleonro.
2. Ketua LPPM Universitas Lamappapoleonro.
3. Kepala Desa Gattareng.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada Tim Pelaksana ini mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya kami sebagai pelaksana pengabdian ini berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiah, A., & Mansur, M. (2023). Pelatihan Online Marketing Bagi Pemuda Karang Taruna Desa Mattabulu Dalam Rangka Pengembangan Desa Wisata Menjadi Destinasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* ..., 1, 52–56.

- <https://jurnal.abdimas.unipol.ac.id/index.php/pengabdian-jurnal/article/view/14%0Ahttps://jurnal.abdimas.unipol.ac.id/index.php/pengabdian-jurnal/article/download/14/20>
- Adawiah, A., Minarti, A., Amriana, N., Lamappapoleonro, U., Masyarakat, K. U., & Mikro, U. (2024). Penyuluhan umkm kepada kelompok usaha masyarakat di desa pising kabupaten soppeng. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 2, 41–45.
- Afdal, M. (2025). PENYULUHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK E-COMMERCE PRODUK LOKAL DI DESA UMPUNGENG KECAMATAN LALABATA Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Lamappapoleonro melakukan kegiatan penyuluhan tentang pemanfaatan media sosial untuk e-commerce pemasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 3.
- Afifah, H., Sumaya, P. S., Handayani, J., Hasibuan, R. R., Jember, U., Purbalingga, U. P., Hukum, I., Nahdlatul, U., Cirebon, U., Purbalingga, U. P., Purbalingga, U. P., & Purbalingga, U. P. (2024). Peningkatan kemampuan digitalisasi pemasaran pada umkm gula semut kelapa di banyumas untuk meningkatkan daya saing di era digital. *ADIMA Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat Jurnal*, 2(4), 25–33.
- Ibrahim, Suhairi, A. (2024). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada BPJS Kesehatan Cabang Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(2), 476–483.
- Ismail, Tahir, M. A., & Surya, D. (2023). Penerapan Aplikasi Pemasaran Produk Kerajinan UKM di Kampung Sabbeta Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Teknik Informatika (JISTI)*, 6(2), 142–151.
- Ismail, A. Z. N. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Marketplace Berbasis Web Guna Meningkatkan Daya Saing Dan Pemasaran BUMDES Rompegading. *Inspiration : Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 12(1), 47–56. <https://jurnal.akba.ac.id/index.php/inspiration/article/view/2650>
- Patappari, A., Aksa, A. N., & Sukardi. (2023). Pemanfaatan Platform Media Sosial Dalam Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNIPOL*, 2, 17–21.
- Patappari, A., & Waru, M. V. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Wirausaha Masyarakat Kelurahan Lalabatarilau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 1(1), 15–19. <https://jurnal.abdimas.unipol.ac.id/index.php/pengabdian-jurnal/article/view/4>