

Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemberdayaan Umkm Di Desa Tampak Siring

Lalu Surya Jagat¹, Kinanti Eliza Febrianti², Jamila Hurmanisa³, Baiq Ririn Puspita Dewi⁴, Ria Resani⁵, Baiq Citra Setia Prasantri⁶, Risalatul Amni⁷, Rini Rismayanti⁸, Baiq Jannatul⁹ Pirdaus¹⁰, Muhammad Sahri Ramdan¹¹, Sandy Nayowan¹², Wahyu Alija¹³

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12} Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memasarkan produk secara lebih luas dan efisien. Namun, sebagian pelaku UMKM di Desa Tampak Siring masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Oleh karena itu, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu melaksanakan kegiatan pelatihan digital marketing sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan teori yang mencakup materi digital marketing, literasi keuangan, dan inklusi keuangan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta pelatihan memperoleh pemahaman mengenai strategi promosi online, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan layanan keuangan untuk mendukung pengembangan usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *digital marketing; UMKM; KKN; pemberdayaan masyarakat.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran. Digital marketing menjadi pendekatan yang efektif karena mampu menjangkau konsumen secara luas, cepat, dan efisien melalui pemanfaatan media digital seperti media sosial dan platform online. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021), pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen serta menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan pasar. Digital marketing mencakup berbagai aktivitas pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial, marketplace, dan pembuatan konten digital sebagai sarana promosi. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022) menyatakan bahwa penggunaan media digital memberikan peluang bagi

Pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas produk dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Oleh karena itu, penguasaan digital marketing menjadi keterampilan penting, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek pemasaran. Susanti dan Rahman (2022) menjelaskan bahwa keterbatasan pengetahuan digital menjadi salah satu faktor penghambat perkembangan UMKM. Pelatihan digital marketing dinilai mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mempromosikan produk, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu melaksanakan kegiatan pelatihan digital marketing sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat di Desa Tampak Siring. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital secara optimal guna mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan teori yang mencakup materi digital marketing, literasi keuangan, dan inklusi keuangan. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM dari 11 dusun di Desa Tampak Siring. Pelatihan dilaksanakan pada Kamis, 11 Desember 2025, bertempat di Kantor Desa Tampak Siring. Materi pelatihan disampaikan oleh Ketua Asongan Lombok Tengah dan perwakilan dari Bank NTB. Metode penyampaian dilakukan melalui presentasi dan diskusi interaktif agar peserta dapat memahami materi dengan baik dan dapat menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan pelatihan digital marketing berjalan sesuai dengan rencana dan diikuti oleh peserta dengan antusias. Peserta aktif mengikuti sesi diskusi dan tanya jawab selama kegiatan berlangsung. Materi digital marketing memberikan wawasan mengenai pentingnya promosi online, pemanfaatan media sosial, serta strategi pemasaran berbasis digital. Desa Tampaksiring memiliki potensi ekonomi yang besar melalui sektor UMKM, terutama dalam bidang kerajinan tangan dan produk olahan lokal yang khas. Namun, berdasarkan observasi lapangan selama masa KKN, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang jangkauannya terbatas pada wisatawan yang datang langsung atau pasar lokal. Hal ini menyebabkan fluktuasi pendapatan yang cukup tajam, terutama saat musim kunjungan wisata menurun. Oleh karena itu, program pelatihan digital marketing hadir sebagai solusi strategis untuk menjembatani kesenjangan akses pasar tersebut.

Tahap awal pelaksanaan program difokuskan pada pengenalan urgensi digitalisasi di era modern. Mahasiswa KKN memberikan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok bukan sekadar untuk hiburan, melainkan sebagai etalase digital yang kuat. Para pelaku UMKM diajarkan cara membangun citra merek (branding) yang menarik melalui pemilihan nama usaha yang konsisten dan pembuatan logo sederhana. Pendekatan ini bertujuan agar produk asli Desa Tampaksiring memiliki identitas visual yang profesional sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Fokus utama pelatihan terletak pada aspek teknis pembuatan konten kreatif dan optimasi fitur-fitur platform digital. Mahasiswa KKN melakukan pendampingan langsung dalam pengambilan foto produk yang estetis hanya dengan menggunakan kamera ponsel, serta penyusunan deskripsi produk yang komunikatif (copywriting). Selain itu, para peserta dilatih untuk menggunakan fitur reels dan ads sederhana

guna meningkatkan keterlibatan calon pembeli. Dengan keterampilan ini, pelaku UMKM diharapkan tidak lagi bergantung sepenuhnya pada kunjungan fisik, melainkan mampu menjemput bola melalui interaksi digital.

Tidak hanya sebatas media sosial, program ini juga mencakup edukasi mengenai pengelolaan marketplace dan sistem pembayaran digital (QRIS). Mahasiswa KKN membantu pelaku UMKM dalam melakukan pendaftaran toko di platform e-commerce dan memberikan pemahaman mengenai pentingnya manajemen stok serta respon cepat terhadap ulasan pelanggan. Transisi ke sistem pembayaran non-tunai juga ditekankan untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan pencatatan keuangan yang lebih rapi, yang selama ini sering kali menjadi kendala bagi manajemen UMKM di tingkat desa. Sebagai penutup, program pemberdayaan ini diharapkan dapat menumbuhkan kemandirian ekonomi bagi masyarakat Desa Tampaksiring. Melalui penguasaan strategi pemasaran digital, UMKM lokal kini memiliki peluang besar untuk menembus pasar nasional bahkan internasional. Keberlanjutan program ini sangat bergantung pada antusiasme dan konsistensi para pelaku usaha dalam menerapkan ilmu yang telah diberikan. Dengan dukungan ekosistem digital yang kuat, Desa Tampaksiring berpotensi menjadi desa percontohan yang mampu menyinergikan kearifan lokal dengan kemajuan teknologi digital.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing di Kantor Desa Tampak Siring

Selain itu, materi literasi keuangan dan inklusi keuangan membantu peserta memahami pengelolaan keuangan usaha serta pemanfaatan layanan perbankan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pemasaran digital dan pengelolaan usaha secara lebih modern.



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing kepada Peserta

Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM karena pengetahuan yang diperoleh dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Dengan pemanfaatan digital marketing, pelaku UMKM diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan daya saing produk lokal.



Gambar 3. Diskusi dan Tanya Jawab Pelaku UMKM

Dalam pelaksanaannya, program pelatihan ini tidak terlepas dari berbagai tantangan sosiokultural, terutama terkait kesenjangan generasi atau digital divide. Beberapa pelaku UMKM yang sudah lanjut usia awalnya merasa ragu dan kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi yang dianggap kompleks. Menanggapi hal ini, tim KKN menerapkan pendekatan pendampingan sebaya (peer-to-peer) dengan melibatkan pemuda karang taruna setempat untuk membantu para senior mereka. Langkah ini tidak hanya mempermudah transfer ilmu, tetapi juga mempererat hubungan antar-generasi di Desa Tampaksiring dalam semangat gotong royong digital. Selain aspek teknis, pembahasan juga menyentuh pentingnya analisis kompetitor dan penentuan Unique Selling Point (USP) dari produk lokal. Mahasiswa KKN mengajak para perajin untuk memetakan keunggulan produk Tampaksiring dibandingkan produk dari daerah lain, misalnya dari segi detail ukiran atau penggunaan bahan baku alami. Dengan memahami nilai unik tersebut, pelaku UMKM diajarkan cara mengomunikasikannya melalui konten naratif (storytelling) yang menyentuh sisi emosional konsumen, sehingga produk yang dijual memiliki nilai tambah yang lebih tinggi di mata pelanggan.

Aspek legalitas dan keamanan digital juga menjadi poin krusial dalam diskusi selama pelatihan. Mahasiswa KKN memberikan edukasi mengenai pentingnya menjaga kerahasiaan data pribadi, penggunaan kata sandi yang kuat, dan kewaspadaan terhadap penipuan daring yang marak menyasar pelaku usaha baru. Selain itu, tim KKN memberikan panduan singkat mengenai pengajuan izin usaha secara daring (OSS) agar UMKM di Desa Tampaksiring memiliki legalitas yang jelas, yang nantinya akan mempermudah mereka dalam mengakses bantuan modal dari perbankan atau instansi pemerintah. Sinergi antara sektor pariwisata dan digital marketing juga menjadi sorotan dalam pembahasan ini. Mengingat Tampaksiring adalah kawasan wisata sejarah, tim KKN menyarankan integrasi konten digital yang menghubungkan produk UMKM dengan narasi budaya lokal. Misalnya, mempromosikan produk kerajinan tulang dengan latar belakang cerita tradisi setempat. Hal ini menciptakan strategi pemasaran terpadu di mana wisatawan tidak hanya membeli barang fisik, tetapi juga membawa pulang "cerita" dan pengalaman budaya, yang terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di dunia digital.

Sebagai evaluasi akhir, keberhasilan pelatihan ini diukur dari perubahan perilaku pelaku UMKM yang mulai aktif mengunggah konten secara konsisten pasca-pelatihan. Meskipun hasilnya tidak instan, peningkatan brand awareness mulai terlihat dari adanya interaksi baru di kolom komentar media sosial mereka. Tim KKN menyadari bahwa

pemberdayaan digital adalah proses jangka panjang, sehingga diakhir masa tugas, kami menyerahkan modul panduan digital marketing kepada perangkat desa. Modul ini diharapkan menjadi referensi berkelanjutan bagi warga Desa Tampaksiring untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar global yang terus berubah.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu di Desa Tampak Siring berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam bidang digital marketing, literasi keuangan, dan inklusi keuangan. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pengembangan usaha masyarakat secara mandiri dan berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital.

REFERENCES

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital marketing: Strategy, implementation, and practice. Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2019). Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S., & Rahman, A. (2022). Digital marketing training effectiveness for MSMEs.