DIMASEKA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Volume 3 No 2 Oktober 2025, E-ISSN: 3026-3123
https://journals.unikal.ac.id/index.php/dimaseka

Pengadaan Seminar Digital Marketing untuk Meningkatkan Strategi Penjualan Online Usaha Pelaku UMKM di Desa Sukowiyono

Lubna Wanda Nuur Naafi'ah[1], Firda Aulia Azzahro[2], Wafa Satria Kamil[3], Aldy Fauzan Abdillah[4], Anisa Silalatus Sa'diyah[5], Firda Amalia[6], Malik Maya Faisati[7]

[1,2,3,4,5,6,7] UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

e-mail co Author: *[1] lubnawanda@gmail.com

ABSTRAK

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukowiyono, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung, dilaksanakan dengan fokus pada pemberdayaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui kegiatan Seminar Digital Marketing. Keterlibatan aktif peserta melalui praktik langsung, kolaborasi, dan integrasi seni mendukung pemahaman konsep kinematika yang abstrak. Pendekatan ini relevan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pemasaran produk secara digital secara efektif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif, meliputi survei kebutuhan, penyusunan materi, pendampingan praktik foto produk, serta pembuatan identitas digital usaha melalui Google Maps dan website desa. Peserta yang terlibat terdiri dari 45 pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha, seperti kuliner, jasa, dan kerajinan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman peserta, dengan skor rata-rata materi digital marketing naik dari 56,5 menjadi 85,3. Dampak dari kegiatan ini mencakup peningkatan omzet, perluasan jangkauan pasar, keterlibatan generasi muda, serta penguatan peran perempuan dalam usaha. Program ini terbukti efektif mendorong transformasi UMKM dari sistem tradisional menuju digitalisasi yang berkelanjutan, sekaligus memperkuat daya saing ekonomi lokal.

Kata Kunci: *Digital Marketing, UMKM, Pengabdian Masyarakat*

PENDAHULUAN

Program KKN merupakan bagian dari penyelenggaraan perguruan tinggi yang menempatkan mahasiswa di luar kampus agar mahasiswa hidup bersama masyarakat untuk membantu dan mendampingi masyarakat menggali potensi sumber daya manusia dan sumber daya alam yang ada untuk mengatasi permasalahan masyarakat. Seperti halnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam penyediaan lapangan kerja maupun kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2023 UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, perkembangan UMKM di era digital saat ini dihadapkan pada tantangan persaingan pasar yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, serta tuntutan pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Desa Sukowiyono, yang berada di Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung, memiliki potensi UMKM yang cukup beragam, mulai dari usaha kuliner, kerajinan tangan, warung kopi, industri, hingga produk pertanian olahan. Meski memiliki potensi besar, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan media digital untuk strategi penjualan dalam pengelolaan usahanya. Minimnya pengetahuan tentang digital marketing mengakibatkan rendahnya daya saing serta kurang optimalnya perkembangan usaha.

Beberapa potensi Desa Sukowiyono diantaranya Bengkel Las Tralis dan Kopi Grasak. jasa bengkel tralis, yang sudah cukup masyhur di kawasan Karesidenan Kediri. Menerima pemesanan dan juga perbaikan, diantaranya pagar besi, kubah masjid, etalase aluminium, lis (gawangan pintu), dan yang lainnya. Terdapat kurang lebih 7 bengkel tralis besar, dan lebih dari 20 bengkel tralis rumahan. Perbedaannya adalah yang besar mempunyai karyawan dan bengkel rumahan hanya mengerjakan jika ada yang memesan kepadanya. Bagi pecinta kopi Tulungagung-an, sudah tidak asing lagi dengan Desa Sukowiyono, desa yang juga terkenal dengan kopi hitam grasaknya. Meskipun tidak mempunyai perkebunan kopi, tapi warga Sukowiyono memiliki pengolahan kopi yang berbeda dengan lainnya, yaitu kopi grasak, biji kopi yang telah disangrai kemudian digiling tidak sampai halus dan lembut, sehingga masih ada biji yang kasar, inilah yang dinamakan dengan kopi grasak. Warung kopi yang terkenal diantaranya adalah warkop BD, warkop Pak Ndon, warkop Maknu, warkop Sukarno, warkop 69, warkop Sorjati, dan yang lainnya.

Digital marketing menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan penjualan online. Melalui pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, website, dan *platform* digital lainnya, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Namun, kemampuan dalam mengelola dan strategi penjualan juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, karena pengelolaan dan strategi usaha yang baik akan mempermudah perencanaan pengembangan usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan adanya kegiatan pengabdian masyarakat berupa seminar digital *marketing* bagi pelaku UMKM di Desa Sukowiyono. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan, keterampilan, dan motivasi kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan strategi penjualan *online* secara efektif. Kegiatan pengabdian ini tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan masyarakat desa dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Dengan bekal strategi pemasaran modern serta pembuatan identitas digital melalui Google Maps dan website desa, diharapkan mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, memperluas pasar, dan memperkuat perekonomian desa secara berkelanjutan

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif, di mana pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Tahapan pertama adalah persiapan yang meliputi koordinasi dan perizinan dengan perangkat Desa Sukowiyono untuk menentukan jadwal, lokasi, dan peserta kegiatan. Selain itu, dilakukan identifikasi kebutuhan melalui survei singkat kepada pelaku UMKM guna mengetahui tingkat pemahaman mereka terhadap digital marketing dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan hasil survei, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang relevan, mencakup strategi penjualan online, optimalisasi penggunaan media sosial dan marketplace, serta teknik pembuatan konten promosi. Pada tahap ini juga dipersiapkan sarana dan prasarana seperti tempat seminar, LCD proyektor, sound system, dan pendampingan langsung pembuatan foto produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Sukowiyono merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Desa Sukowiyono berdiri di atas tanah dataran

rendah seluas 163 km^2 dan dihuni oleh lebih dari 3.298 jiwa. Desa ini berada di wilayah dataran yang subur, dekat dengan kaki Pegunungan Wilis, dan memiliki sistem irigasi alami yang mendukung aktivitas pertanian warganya. Desa Sukowiyono dikenal sebagai desa agraris dengan komoditas utama berupa padi. Kegiatan pertanian menjadi mata pencaharian mayoritas penduduk, dan desa ini bahkan turut berkontribusi sebagai lumbung pangan daerah, dengan hasil panen yang melimpah setiap musimnya. Namun, terlepas dari mata pencaharian mayoritas penduduk sebagai petani, tidak sedikit juga penduduk Desa Sukowiyono menjalankan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

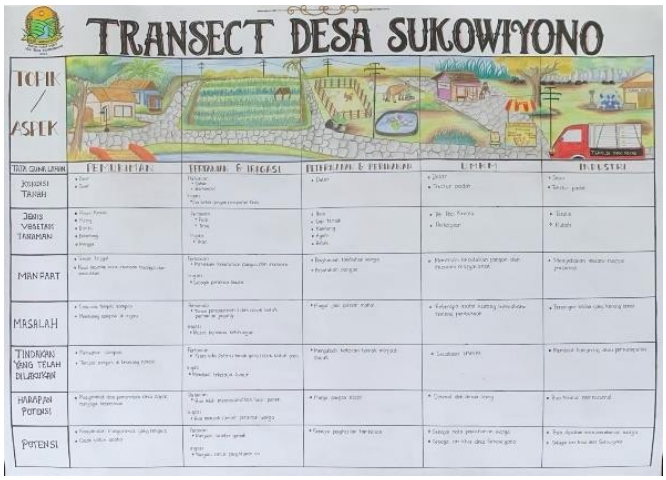
Industri Kubah, dan Industri Tralis. Dusun Tamanan sendiri adalah dusun yang sering di datangi oleh masyarakat luar desa karena banyaknya UMKM seperti warung kopi yang viral seperti Warkop BD, Warkop Gendon, dan lain sebagainya. Selain terkenal akan warung kopi yang berada di Dusun Tamanan, Desa Sukowiyono juga dikenal dengan Industri Tralis dan Industri Kubahnya. Banyak dari UMKM dan Industri tersebut yang masih tergolong menggunakan cara tradisional dalam melaksanakan usahanya, sehingga terdapat potensi untuk menggunakan cara modern yang lebih mudah dalam segi transaksi maupun promosi. Oleh Karena itu perlu dikembangkannya strategi penjualan seperti penjualan online dengan jangkauan yang lebih luas.

Sumber daya alam yang ada di desa Sukowiyono sangat melimpah begitu pula dengan sumber daya manusianya. Banyak potensi yang mudah dikembangkan mulai dari bidang pertanian, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), industri, dan lain sebagainya. Potensi seperti UMKM dan Industri yang sudah cukup dikenal juga bisa menjadi hal yang dapat dikembangkan. UMKM yang berada di sekitar area persawahan memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen karena memiliki suasana yang sejuk dan asri. Maka dari itu, kelompok kami bisa mengembangkan hal tersebut dan melakukan pengembangan potensi dari UMKM dan industri yang ada untuk semakin menaikkan popularitas yang telah dimiliki. Bagi masyarakat desa Sukowiyono, adanya UMKM dan Industri merupakan salah satu penambah perekonomian diluar mata pencaharian mayoritas penduduk.

Dengan UMKM dan industri yang sudah cukup dikenal tersebut, masih terdapat kekurangan dalam menjalankan usahanya karena mereka masih menggunakan cara tradisional dalam melakukan pengelolaannya. Hal tersebut menjadi potensi dalam pengembangan usaha dengan merubah pengelolaan dari cara tradisional menjadi lebih modern dengan memanfaatkan digitalisasi yang ada. Terutama dengan adanya akses internet yang baik dan minat generasi muda untuk belajar teknologi, menjadikannya sebagai salah satu pendorong berhasilnya perkembangan potensi yang akan dilakukan. Maka dari itu, dalam pelaksanaan pengabdian ini dilakukan upaya pelaksanaan Seminar "*Digital Marketing*" di desa Sukowiyono untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara digital, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, Dengan adanya seminar ini, diharapkan UMKM di Desa Sukowiyono dapat memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing produk mereka.

Sebelum diambilnya pemilihan program kerja seminar digital marketing ini, kelompok kami melakukan pemetaan terlebih dahulu dengan pembuatan *transect* Desa Sukowiyono. *Transect* merupakan sebuah Teknik yang dapat digunakan untuk memfasilitasi Masyarakat dalam pengamatan langsung lingkungan dan keadaan sumber daya dengan cara berjalan menelusuri wilayah dusun atau desa mengikuti suatu lintasan tertentu yang disepakati. Dengan teknik *transect* diperoleh gambaran keadaan sumber daya alam beserta

permasalahan, perubahan keadaan, dan potensi yang ada hasilnya akan digambarkan dalam diagram *transect*.



Gambar 1. *Transect* Desa Sukowiyono

Data yang ada dalam transect kami dapatkan selama kurang lebih 40 hari masa Kuliah Kerja Nyata di desa Sukowiyono, yakni melalui anjangsana dan wawancara dengan masyarakat, serta pengamatan secara langsung terkait keadaan lingkungan sekitar. Sebagian besar area terdiri dari persawahan, ladang, peternakan, pemukiman penduduk, industry, dan UMKM. Sebagian juga terdapat area irigasi atau pengairan. Kondisi tanah daerah Sukowiyono yang cukup subur, dan area persawahan yang sangat luas membuat para Masyarakat mayoritas bekerja sebagai petani. Gambar *transect* diatas mencakup peta wilayah dan keadaan, masalah dan solusi, serta potensi dan manfaatnya. Hasil dari dilakukannya pemetaan ini menunjukkan bahwa lingkungan Desa Sukowiyono dapat dikelola dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan potensinya. Sehigga wilayah tersebut dapat menjadi lebih baik.

Pada minggu pertama pada tanggal 5 – 7 Juli 2025 kami melakukan survei dan asesmen terkait potensi dan masalah yang ada di desa Sukowiyono ke 4 dusun yang ada di desa Sukowiyono yaitu dusun Tamanan, Bujet, Karangsono, dan Bodowaluh dengan membentuk seluruh anggota menjadi empat kelompok sesuai dengan jumlah dusun yang ada, sehingga setiap kelompok dapat secara langsung melihat ke lapangan bagaiman potensi yang dapat dikembangkan dan permasalahan untuk mencari solusi. Pada tanggal 12 Juli 2025 kelompok kami mulai melakukan diskusi untuk membahas terkait program unggulan yang akan dibuat oleh kelompok kami. Kami banyak bertukar pendapat terkait program kerja apa yang akan kita usung, banyak ide dan pendapat yang muncul sesuai dengan permasalahan yang ada pada desa tempat kita melakukan KKN. Kemudian tanggal 13 Juli 2025 kami melakukan pembuatan agenda dan pemantapan terkait program unggulan kelompok yang disepakati dan kami sepakat untuk memilih program unggulan kegiatan Seminar Digital Marketing berdasarkan hasil asesmen yang dilakukan sebelumnya disertai dengan pembuatan website desa, dikarenakan website desa yang sudah ada mengalami kendala.

Pada tanggal 16 Juli 2025 kami melakukan diskusi terkait program unggulan kelompok yaitu perencanaan dan pembuatan website desa disertai dengan salah satu fitur khusus UMKM yang akan dikelola oleh admin sebagai sarana promosi digital UMKM agar dapat lebih dikenal secara luas. Kami menyusun kepanitian dengan *jobdesk* masing – masing, seperti pemilihan ketua pelaksana, sekretaris, bendahara, sie acara, sie perkap, sie humas, sie konsumsi, sie pdd, serta penentuan mahasiswa yang ditugaskan dalam acara tersebut. Pada tanggal 21 Juli 2025 kami melakukan diskusi lanjutan terkait perencanaan pembuatan website, seperti

diadakannya laman sebagai wadah promosi bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta laman desa yang berisikan beranda, profil, infografis, berita, kegiatan, galeri, dan lapak UMKM desa. Kemudian pada tanggal 28 Juli 2025 kami melakukan rapat finalisasi dari konsep yang telah ditentukan dari diskusi-diskusi yang dilakukan sebelumnya, serta mempersiapkan segala kebutuhan yang akan digunakan pada tanggal 30 Juli 2025 yaitu pelaksanaan program unguulan Seminar "Digitalisasi Marketing" yang diikuti oleh perangkat desa dan juga para pelaku UMKM sekitar.

Pelaksanaan Seminar "*Digitalisasi Marketing*: Strategi Penjualan *Online* Bagi Pelaku Usaha" di desa Sukowiyono tepatnya berada di Balai Desa Sukowiyono sangat disambut baik dengan antusias para tamu undangan untuk menghadiri kegiatan tersebut. Dengan adanya Seminar "*Digitalisasi Marketing*: Strategi Penjualan *Online* Bagi Pelaku Usaha" di Desa Sukowiyono tersebut dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara digital. Dengan melakukan pendampingan praktik foto produk yang akan digunakan sebagai bahan promosi secara langsung pada acara tersebut. Selain itu dengan adanya seminar ini, para pelaku UMKM di Desa Sukowiyono dapat memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Dalam pelaksanaan seminar digital marketing tersebut para pelaku UMKM dapat mengetahui bagaimana potensi desa bisa berkembang, salah satunya karena adanya UMKM yang baik di desa tersebut. Seperti yang sudah terealisasi yaitu mencantumkan nama UMKM pada google maps yang menjadi program kerja divisi ekonomi Program ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha masyarakat, memperluas jangkauan pemasaran, dan mempermudah calon pembeli dalam menemukan lokasi usaha secara daring. Pelaksanaan kegiatan dilakukan mulai dari tanggal 3 Juli 2025 sampai tanggal 30 Juli 2025 dengan target 45 UMKM yang tersebar di seluruh wilayah Desa Sukowiyono.

Divisi Ekonomi melaksanakan kegiatan ini dengan metode jemput bola, yaitu berkeliling desa untuk mendata setiap pelaku usaha. Proses pendataannya meliputi wawancara singkat dengan pemilik usaha, pengambilan foto tempat usaha, serta pencatatan informasi penting seperti nama usaha, alamat lengkap, nomor kontak, dan jenis produk atau jasa yang ditawarkan. Jenis UMKM yang terdata sangat beragam, mulai dari usaha kuliner, usaha jasa, serta usaha kerajinan dan produksi lokal. Setelah semua data terkumpul, Divisi Ekonomi membantu membuat dan memverifikasi pin lokasi usaha di Google Maps agar dapat diakses secara luas oleh masyarakat. Hasilnya, para pelaku UMKM di Desa Sukowiyono kini memiliki identitas digital yang mempermudah mereka bersaing di era teknologi. Kegiatan ini mendapat respon positif dari pemilik usaha yang menyadari pentingnya promosi digital dalam meningkatkan omset dan memperluas jaringan pelanggan.

Berdasarkan manfaat yang telah dipaparkan sebelumnya, kegiatan ini terbukti memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Sukowiyono. yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara digital, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Peningkatan keterampilan pemasaran digital terlihat dari kemampuan peserta dalam membuat dan mengunggah konten promosi produk yang lebih menarik, memanfaatkan media sosial secara optimal, serta memahami teknik penjualan melalui *platform marketplace*. Pelatihan berbasis praktik langsung pada digital marketing mampu meningkatkan penjualan hingga 30% dalam waktu kurang dari enam bulan.

Dalam aspek digital marketing, peserta pelatihan mulai mempraktikkan strategi promosi produk secara daring melalui media sosial dan Google Maps. Langkah ini menjadi pondasi penting bagi keberlanjutan usaha karena membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Pemanfaatan *platform* digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen di luar wilayah desa tanpa terbatas ruang dan waktu. Konten promosi yang menarik, seperti foto produk dengan pencahayaan yang tepat dan deskripsi yang jelas, menjadi daya tarik utama bagi calon konsumen. Selain peningkatan keterampilan individu, kegiatan ini juga memiliki implikasi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan adanya identitas digital UMKM melalui Google Maps dan website desa, visibilitas usaha meningkat, mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi usaha, dan pada gilirannya memperluas pasar. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah terbentuknya jejaring antar pelaku UMKM yang mampu berkolaborasi dalam pemasaran dan produksi, sehingga memperkuat daya saing desa di tingkat regional.

Efektivitas kegiatan ini diukur melalui survei evaluasi yang dilakukan kepada peserta seminar. Survei ini terdiri dari *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata sebesar 28,8 poin pada materi *digital marketing*, dari 56,5 sebelum seminar menjadi 85,3 sesudah seminar.
Peningkatan ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan peserta dan dapat langsung diaplikasikan dalam kegiatan usaha mereka. Pendampingan pembuatan foto produk menjadi salah satu kegiatan yang paling diminati peserta. Dalam sesi ini, peserta diajarkan cara memanfaatkan pencahayaan alami, memilih latar belakang yang sesuai, serta menggunakan sudut pengambilan gambar yang dapat menonjolkan keunggulan produk yang dimana kualitas visual berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, foto juga menceritakan cerita tentang merek dan produk, serta membantu membangun koneksi emosional dengan konsumen. Foto yang relevan dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan daya tarik visual, menjelaskan manfaat produk, dan menciptakan asosiasi positif di benak konsumen.

Implikasi dari kegiatan ini sangat luas. Pertama, dari segi pemasaran, UMKM Desa Sukowiyono kini memiliki jangkauan pasar yang lebih luas berkat penggunaan media digital serta mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi usaha. Kedua, dari segi ekonomi lokal, peningkatan keterampilan pelaku UMKM berpotensi meningkatkan omset penjualan, membuka peluang kerja baru, dan mengurangi ketergantungan desa pada sektor pertanian. Kegiatan ini juga mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM. Dengan adanya website desa dan grup komunikasi daring, pelaku usaha dapat saling berbagi informasi, berkolaborasi dalam produksi dan pemasaran, serta bersama-sama mengadakan promo atau bazar daring. Keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya ditentukan oleh kemampuan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh berbagai faktor lain yang berkontribusi terhadap keberlanjutan dan daya saing usaha. Peningkatan produktivitas, kemampuan bersaing, etika usaha, dan citra usaha merupakan dimensi lain yang turut menjadi indikator keberhasilan usaha.

Dari sisi omzet, walaupun belum ada data jangka panjang, wawancara singkat dengan beberapa peserta menunjukkan adanya peningkatan pendapatan harian setelah mereka mulai menerapkan strategi promosi digital. Misalnya, salah satu pemilik warung kopi di Dusun Tamanan mengaku bahwa unggahan foto produk dan menu di media sosial disertai tautan lokasi di Google Maps membantu menarik pelanggan dari desa tetangga, yang sebelumnya

tidak pernah berkunjung. Peningkatan omzet ini, meskipun masih bersifat awal, menunjukkan potensi besar jika strategi ini dijalankan secara konsisten. Dampak sosial yang muncul dari kegiatan ini juga tidak kalah penting. Kegiatan ini memicu semangat generasi muda di Desa Sukowiyono untuk terlibat dalam pengembangan usaha, baik milik keluarga maupun usaha mandiri. Beberapa peserta pelatihan dari kalangan muda bahkan mulai membantu orang tua mereka mengelola akun media sosial usaha dan melakukan penjualan melalui platform daring, keterlibatan generasi muda dalam digitalisasi usaha keluarga dapat mempercepat adaptasi UMKM terhadap teknologi.

Selain itu, pelatihan ini juga meningkatkan rasa percaya diri pelaku UMKM. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta merasa ragu untuk memanfaatkan media digital karena kurangnya pengetahuan teknis dan kekhawatiran akan kesalahan. Namun, setelah mengikuti pendampingan, mereka lebih berani mencoba dan mengembangkan strategi pemasaran baru. Kepercayaan diri ini menjadi modal sosial yang sangat penting, karena mendorong keberanian untuk berinovasi dan mengambil peluang baru. Dari sudut pandang pemberdayaan perempuan, kegiatan ini juga memberikan kontribusi positif. Sebagian besar peserta pelatihan ini adalah perempuan yang mengelola usaha rumahan, seperti produksi makanan ringan, konveksi, kerajinan tangan, warung sembako dan jasa katering. Dengan keterampilan digital marketing yang lebih baik, para pelaku usaha perempuan ini dapat mengelola usahanya dengan lebih profesional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kontribusi ekonomi keluarga dan kemandirian finansial mereka.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat di Desa Sukowiyono ini berhasil melampaui target yang telah ditetapkan. Selain memberikan keterampilan teknis, program ini juga mengubah pola pikir pelaku usaha agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa kombinasi antara pendampingan, digitalisasi, dan manajemen usaha yang baik dapat menjadi kunci penguatan ekonomi desa secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Seminar *Digital Marketing* yang dilaksanakan di Desa Sukowiyono terbukti memberikan dampak positif signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM, dari segi strategi pemasaran digital. Pelaku UMKM memperoleh keterampilan praktis dalam membuat konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang tinggi pada kedua materi, disertai indikasi peningkatan omzet dan jangkauan pasar berkat optimalisasi identitas digital melalui Google Maps dan website desa.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya jejaring antar pelaku UMKM, meningkatkan kepercayaan diri, memicu keterlibatan generasi muda dalam usaha keluarga, serta memperkuat peran perempuan dalam pengelolaan bisnis. Dampak ekonomi lokal terlihat dari potensi peningkatan pendapatan, terbukanya peluang kerja baru, dan berkurangnya ketergantungan pada sektor pertanian. Keberhasilan program ini membuktikan bahwa kombinasi pendampingan, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan manajemen usaha dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan ekonomi desa.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, disarankan agar program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Sukowiyono ini dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan penerapan strategi digital marketing dapat berjalan konsisten. Pemerintah desa bersama pihak terkait juga perlu memperkuat infrastruktur internet agar akses terhadap *platform* digital semakin optimal. Selain itu, penting untuk membentuk komunitas atau forum UMKM desa sebagai wadah kolaborasi, berbagi informasi, dan promosi bersama, serta mengintegrasikan produk-produk unggulan ke dalam *platform e-commerce* nasional guna memperluas jangkauan pasar. Generasi muda desa diharapkan terus dilibatkan dalam pengelolaan media digital usaha, baik melalui pembuatan konten kreatif, pengelolaan akun bisnis, maupun analisis data pemasaran. Untuk memastikan efektivitas program, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala sehingga hasilnya dapat menjadi dasar perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan jurnal ini. Terima kasih kepada dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penulisan dan penyusunan jurnal ini. Tidak lupa, penulis berterima kasih kepada seluruh Anggota Kelompok KKN Desa Sukowiyono yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi. Semua bantuan, dukungan, dan partisipasi yang diberikan menjadi bagian penting dalam terwujudnya jurnal ini. Semoga hasil jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi sumbangsih pengetahuan bagi perkembangan ilmu di bidang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. *Yayasan Kita Menulis*. Vol. 53, 2016.

Artikel dalam Jurnal

Angin, Ria. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Potensi Desa*. *Pustaka Abadi*, 2019. http://repository.unmuhjember.ac.id/15779/1/Buku PKM %28Bu Ria%29 %28Revisi%29-1.pdf.

Ariani, Azrene Dwi, Diniardy Zouly Indra Cahyono, and Rhobatin Nur Azizah. "Pemberdayaan UMKM Sebagai Strategi Pemerintah Untuk Mengurangi Kemiskinan Di Indonesia Tahun 2020 – 2023." *JESS: Journal of Economics and Social Sciences* 3, no. 2 (2024): 91–103. https://journal.civiliza.org/index.php/jess.

Aysa, Imma Rokhmatul. "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2020): 121–38. https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337.

Azwina, Rafika, Atika Atika, and Budi Dharma. "Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Medan." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 3680–99. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.4157.

Kautsar, Achmad. "Digital Marketing Dan Digital Finance Apakah Menjadi Faktor Berkembangnya UMKM Di Surabaya ?" 10, no. 1 (2022).

Mikro, Usaha, and D A N Menengah. "PERAN UMKM" 11, no. 1 (2017): 33–64.

Pamulang, Universitas. "Optimalisasi Penggunakan Laporan Keuangan Untuk Mengelola Keuangan Bagi Pemilik Usaha" 3, no. 2 (2023): 385–95.

Perilaku, Pengaruh, Karakteristik Individu, and Pasar Tradisional. "Economics, Business and Management Science Journal" 5, no. April (2025): 285–93. https://doi.org/10.34007/ebmsj.v5i2.810.

Saragih, Anita Br, Radhika Narwastu, and Hasiandra Simanjuntak. "Peran UMKM Dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia : Perspektif Teori Schumpeterian," no. April (2025).

Shalsabila, Shafa, and H Radea Respati. "Analysis of Enterprise Resource Planning Implementation and Digital Marketing on the Growth of MSMEs in Indonesia (Case Study on DKI Jakarta MSMEs) Analisis Implementasi Enterprise Resource Planning Dan

Pemasaran Digital Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Indon." Management Studies and Entrepreneurship Journal 4, no. 5 (2023): 7424–34. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej.

Silvia, Vivi, Syifaan Humaira, and Nauzal Aziz. "Pendampingan Pelaku UMKM Dalam Memanfaatkan Platform Digital Di Era Society 5 . 0 Untuk Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Di Gampong Lam Duro" 2, no. 2 (2024): 333–38.

Artikel dari Internet

Industry, Enterpreneur Program. "UMKM Menjadi Pilar Penting Dalam Perekonomian Indonesia," 2024.

Ramadani, Suci, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, and Lokot Muda. "Peran Strategis UMKM Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan Di Indonesia," 2025.