

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN USAHA DAN PEMASARAN DIGITAL PADA DESA KARANGASIH**Niko Suwaryo^{1*}, Nurali², Santoso³, Tugiman⁴, Sandy Gunarso⁵, Nugraha⁶**^{1,2,3,4,5}Universitas Medika Suherman, Fakultas Ilmu Sosial Dan Teknologi⁶Nusa Putra University, Fakultas *Engineering, Computer and Design*^{1*}niko@medikasuherman.ac.id , ²nurali@medikasuherman.ac.id , ³santosoute@gmail.com ,
⁴tugiman@medikasuherman.ac.id , ⁵sandy@medikasuherman.ac.id , ⁶nugraha@nusaputra.ac.id**Abstract**

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are a strategic area of local economic development. However, many MSMEs in rural areas still face obstacles in business management and using digital technology to market. This activity aims to empower MSME actors in Karangasih village for business management and digital marketing training to improve trade capacity and competitiveness. The methods used include determining needs, preparing training programs, implementing interactive and supporting seminars and evaluations. The results showed a significant increase in understanding financial registration, business planning and social media and digital platforms as a means of marketing. Up to 90% of managerial participants to do digital marketing and have started bringing new customers online. In short, this training course is effective in improving MSME management and marketing capacity, as well as to encourage digital conversion at the village level. This activity is recommended to be copied continuously with the support of technology support and infrastructure.

Keywords: *MSME Empowerment; Training; Digital Marketing; Digital; MSME; traditional business..*

Abstrak

Bisnis mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah bidang strategis pengembangan ekonomi lokal. Namun, banyak usaha kecil dan menengah di daerah pedesaan masih menghadapi hambatan dalam manajemen bisnis dan menggunakan teknologi digital untuk memasarkan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan aktor UMKM di desa Karangasih untuk manajemen bisnis dan pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan kapasitas perdagangan dan daya saing. Metode yang digunakan termasuk menentukan kebutuhan, mempersiapkan program pelatihan, menerapkan seminar interaktif dan pendukung dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam memahami pendaftaran keuangan, perencanaan bisnis dan media sosial dan platform digital sebagai cara pemasaran. Hingga 90% dari peserta manajerial untuk melakukan pemasaran digital dan telah mulai membawa pelanggan baru secara online. Singkatnya, kursus pelatihan ini efektif dalam meningkatkan manajemen dan kapasitas pemasaran MPME, serta untuk mendorong konversi digital di tingkat desa. Kegiatan ini disarankan untuk disalin secara berkelanjutan dengan dukungan dukungan dan infrastruktur teknologi.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM; Pelatihan; Pemasaran Digital; Digital; UMKM; bisnis tradisional.

Submitted: 2025-05-20	Revised: 2025-05-28	Accepted: 2025-06-03
-----------------------	---------------------	----------------------

Pendahuluan

Bisnis mikro, kecil dan menengah memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. pelaku UMKM bukan hanya sumber pekerjaan utama tetapi juga menjadi motivasi bagi ekonomi mereka yang memiliki kemampuan untuk menciptakan kemandirian ekonomi di tingkat desa (Aminuddin et al., 2024). Namun, UMKM di berbagai bidang, termasuk di desa Karangasih, selalu dihadapkan dengan berbagai tantangan, dari keterbatasan manajemen bisnis hingga ketidaktahuan strategi pemasaran modern, terutama database digital (Mulyaningsih et al., 2021). Desa Karangasih, salah satu desa dengan potensi ekonomi lokal di bidang UMKM, harus menarik perhatian khusus pada kemampuan agen bisnis. Banyak UMKM di desa ini menjalankan bisnis tradisional mereka tanpa manajemen bisnis yang sistematis dan tidak

menggunakan teknologi digital yang optimal dalam pemasaran produk mereka (Ghaida et al., 2024). Ini menghambat daya saing yang berkelanjutan dan pertumbuhan bisnis (Munasip et al., 2024). Oleh karena itu, pemberdayaan untuk UMKM melalui manajemen bisnis dan pelatihan adalah langkah strategis yang dapat meningkatkan kapasitas agen bisnis dalam mengelola kegiatan mereka secara lebih efektif dan beradaptasi pada waktu itu (Niko et al., 2023). Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga menerapkan keterampilan praktis sehingga usaha kecil dan menengah di desa Karangasih dapat mengembangkan bisnis mereka secara lebih profesional dan mengakses pasar yang lebih luas melalui media digital (Rezeki, 2021).

Pemberdayaan UMKM mencakup berbagai kegiatan, seperti pelatihan manajemen usaha, pendampingan teknis, fasilitasi pemasaran, pelatihan penggunaan teknologi digital, serta penguatan kelembagaan. Dengan pemberdayaan yang tepat, UMKM diharapkan mampu menghadapi tantangan global, bersaing di pasar yang lebih luas, dan menciptakan lapangan kerja yang berkelanjutan (Ayuni et al., 2024).

Metode

Kegiatan pemberdayaan UMKM di Desa Karangasih ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam aspek manajemen usaha dan pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi dan Pemetaan UMKM

Langkah awal dalam kegiatan ini adalah melakukan identifikasi dan pemetaan pelaku UMKM yang aktif di Desa Karangasih (Gunawan & Hazwardy, 2020). Proses ini dilakukan melalui survei dan wawancara langsung guna memperoleh data mengenai jenis usaha, kendala yang dihadapi, serta tingkat pemahaman terhadap manajemen usaha dan pemasaran digital.

2. Perencanaan Materi dan Kurikulum Pelatihan

Setelah data terkumpul, dilakukan penyusunan kurikulum pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik pelaku UMKM setempat. Materi pelatihan mencakup:

- a. Dasar-dasar manajemen usaha (perencanaan, pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan analisis usaha).
- b. Strategi pemasaran digital (penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, pemanfaatan marketplace, dan branding produk).

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dalam bentuk workshop interaktif, dengan metode penyampaian berupa presentasi, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung. Pelatihan difasilitasi oleh narasumber yang kompeten di bidang kewirausahaan dan pemasaran digital.

4. Pendampingan dan Monitoring

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan kepada peserta selama beberapa minggu untuk membantu implementasi materi pelatihan ke dalam usaha mereka. Pendampingan dilakukan secara berkala, baik secara langsung maupun daring, untuk memastikan terjadinya perubahan praktik usaha dan pemasaran.

5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah evaluasi terhadap dampak pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan dalam praktik manajemen serta pemasaran. Hasil evaluasi akan digunakan sebagai dasar untuk merancang program pemberdayaan lanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan diikuti oleh sebanyak 2 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha di Desa Karangasih, seperti makanan olahan, kerajinan tangan, fashion, dan jasa. Mayoritas peserta memiliki latar belakang pendidikan menengah dan telah menjalankan usahanya selama 1–5 tahun secara mandiri tanpa struktur manajemen yang terorganisir. Sebagian besar belum pernah mengikuti pelatihan formal terkait pengelolaan usaha maupun pemasaran digital (Uin & Jambi, 2025).

1. Hasil Pelatihan Manajemen Usaha

Setelah pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dalam aspek manajemen usaha, yang ditunjukkan melalui:

- a. Kemampuan membuat rencana usaha sederhana (business plan).
- b. Penggunaan pencatatan keuangan dasar untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha.
- c. Kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan stok dan penetapan harga yang kompetitif.

Dalam evaluasi pasca-pelatihan, 80% peserta mampu menyusun laporan keuangan sederhana dan menyusun strategi pengembangan usaha jangka pendek.

2. Hasil Pelatihan Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran digital, pelatihan berfokus pada penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan platform marketplace lokal. Hasil yang diperoleh antara lain:

- a. 90% peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial dan mulai memposting produk secara rutin.
- b. 70% peserta mulai menggunakan fitur katalog dan promosi pada WhatsApp Business.
- c. Beberapa peserta mulai mendapatkan pesanan dari luar daerah setelah memasarkan produknya secara daring.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing sangat relevan dan memberikan dampak nyata terhadap akses pasar UMKM lokal. Berikut ini gambar kegiatan Desa Karangasih



Gambar Foto Pengenalan



Gambar Foto Pengarahan Materi

3. Dampak dan Perubahan Praktik

Tindak lanjut dari pelatihan melalui sesi pendampingan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai menerapkan praktik baru dalam menjalankan usahanya. Beberapa UMKM bahkan melaporkan adanya peningkatan omzet karena jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, peserta juga menunjukkan antusiasme untuk terus belajar dan mengembangkan usahanya melalui teknologi digital.

4. Pembahasan

Kegiatan pemberdayaan ini membuktikan bahwa pelatihan yang tepat sasaran dan aplikatif dapat meningkatkan kapasitas pelaku UMKM secara signifikan. Pendekatan partisipatif dan praktik langsung selama pelatihan terbukti efektif dalam mendorong perubahan perilaku usaha. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses internet dan keterampilan digital dasar masih menjadi hambatan yang perlu ditangani dalam program lanjutan.

Kesimpulan

Kegiatan pemberdayaan UMKM diberikan untuk pelatihan dalam manajemen bisnis dan pemasaran digital di desa Karangasih yang memiliki dampak positif pada peningkatan kapasitas bisnis lokal. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola perusahaan dengan perusahaan yang lebih terstruktur dan produk pemasaran digital untuk mengakses pasar yang lebih besar. , sebagian besar peserta memiliki perubahan spesifik dalam praktik perdagangan, memulai perekaman keuangan, menyusun rencana bisnis dan menggunakan media sosial dan platform digital sebagai kendaraan promosi. Ini membuktikan bahwa metode

pendidikan dan berpartisipasi sehingga pelatihan dapat mendorong konversi digital dan meningkatkan manajemen di bidang MPME di tingkat desa. , meskipun masih ada beberapa tantangan seperti infrastruktur digital dan pengetahuan teknologi yang terbatas, kegiatan ini merupakan langkah pertama yang penting dalam menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat berkat pengembangan MPME berdasarkan digital. Upaya berkelanjutan diperlukan, termasuk bantuan dan kerja sama tambahan antara para pihak, sehingga pemberdayaan ini dapat beroperasi secara berkelanjutan dan memiliki dampak jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Aminuddin, F. H., Djauhari, T., Santoso, Gustinar, Adinda S., K., & Kusuma, C. (2024). Peningkatan kompetensi guru dalam pengelolaan pembelajaran berbasis literasi digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 168–180. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.20697>
- Ayuni, Z. Q., Septiani, H. R., Irhamnillah, S., & Fany, M. (2024). *Pemberdayaan UMKM Desa Pasirhalang melalui Strategi Branding Equity dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Penjualan*. 1–15.
- Ghaida, K. R., Wijayanti, F. F., Melati, R. J., Ayu, F., & Suriyanti, S. (2024). Strategi Pemasaran Efektif untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Bakery di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(8), 799–803. <https://doi.org/10.59837/7kns5x98>
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). *Pelatihan Digital Entrepreneurship*. 3(1), 81–88. <https://mail.journal.unjani.ac.id/index.php/jkwk/article/view/11>
- Mulyaningsih, T., Ratwianingsih, L., Hakim, A. R., & Mulyadi, M. (2021). Pelatihan Digitalisasi dan Pengelolaan Produk UMKM Makanan Halal Tradisional di Sukoharjo. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 83–88. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1401>
- Munasip, A., Nasution, S., Edi, S., & Utara, M. S. (2024). Pelatihan Dan Pengembangan UMKM Untuk Mencetak Masyarakat Berjiwa Wirausaha Di Ranting Muhammadiyah Tanjung Mulia Darat. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 147–154. <https://doi.org/10.30596/ihsan.v6i1.20895>
- Niko, N. S., Rahman, A., Marini Umi Atmaja, D., & Basri, A. (2023). Pelatihan prediksi penyakit diabetes untuk pencegahan dini dengan metode regresi linear. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 313–219. <https://doi.org/10.47065/bit.v4i3.739>
- Rezeki, F. (2021). *Dalam Peningkatan Produksi Dan Pendapatan*. 2(01).
- Uin, M., & Jambi, S. T. S. (2025). " *Pemberdayaan UMKM dan Digital Entrepreneurship dalam Menghadapi Persaingan Global: Peluang dan Tantangan Ekonomi Digital Indonesia* " *Anggia Fisi Lestari* 1.