

PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI DESA WISATA SUMBERBULU

Maya Sekar Wangi ^{1*}, Siswanta Siswanta²

^{1,2}Universitas Slamet Riyadi Surakarta

*e-mail: wangimayasekar@yahoo.co.id

ABSTRAK

Desa Sumberbulu merupakan kawasan desa wisata yang mengusung konsep wisata berbasis kearifan lokal yang bersandar pada kelestarian alam dan tradisi budaya agraris, yang dikelola oleh POKDARWIS dikemas ke dalam paket-paket wisata dengan mengusung prinsip-prinsip wisata ramah lingkungan dan melibatkan partisipasi masyarakat yang tergabung dalam UMKM ada beberapa kelompok UMKM yang memiliki usaha dibidang makanan dan minuman, kerajinan (batik, buket) dan kepemilikan home stay. UMKM yang bergerak dibidang makanan berjumlah kurang lebih 15 orang; dibidang minuman (jamu) 15 orang; UMKM dibidang kerajinan batik sejumlah 12 orang; buket 2 orang dan UMKM usaha home stay sejumlah 66 orang. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu kurangnya pemahaman akan teknologi sehingga mengalami keterbatasan dalam mengembangkan dan memasarkan usahanya. Untuk itu, perlu dilakukan program pemberdayaan wira usaha untuk membantu peningkatan penjualan produk lokal dengan cara pelatihan digital marketing. Tim pengabdian mengadakan pelatihan digital marketing pada kelompok UMKM dalam pemasaran dan promosi dengan cara online untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk lokal desa wisata Sumberbulu. Mengenalkan dan melatih cara mempromosikan produk lokal melalui media sosial. Melatih cara membuat konten dan mengupload produk lokal dimedia sosial sebagai ajang promosi. Dengan adanya pelatihan digital marketing harapan tim pengabdian, UMKM dapat memperluas pangsa pasar sehingga produk lokal mampu menembus hingga kancan regional bahkan nasional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Sabtu, 31 Mei 2025, dan bertempat di pendopo UMKM Desa Sumberbulu. Dalam pelatihan ini diikuti 20 peserta dari para pelaku UMKM dan 2 orang pengurus POKDARWIS. UMKM yang hadir bergerak dibidang makanan, minuman dan kerajinan (buket). Materi yang disampaikan dengan ceramah, diskusi tentang digital marketing. Sebelum dilakukan pelatihan digital marketing diadakan Pre Test tentang pengetahuan peserta mengenai digital marketing. Kemudian Praktek Digital Marketing dan setelah diadakan praktek selanjutnya tim melakukan Post test pada para peserta. Pelatihan digital marketing dengan cara mempraktekan membuat Gmap, membuat akun dan konten promosi serta praktek mengupload foto-foto produknya di media social.

Kata kunci: peningkatan kapasitas, UMKM, Digital marketing

ABSTRACT

Sumberbulu Village is a tourist village area that adopts a tourism concept based on local wisdom, grounded in the preservation of nature and agrarian cultural traditions. It is managed by POKDARWIS and packaged into tourism packages that uphold environmentally friendly tourism principles and involve community participation through UMKM. There are several UMKM groups operating in the fields of food and beverages, handicrafts (batik, bouquets), and homestay ownership. UMKM engaged in the food sector number approximately 15 people; in the beverage (herbal drink/jamu) sector, 15 people; UMKM in batik handicrafts total 12 people; bouquet crafts, 2 people; and UMKM operating homestay businesses total 66 people. The problems faced by UMKM actors include a lack of understanding of technology, resulting in limitations in developing and marketing their businesses. Therefore, an entrepreneurship empowerment program is needed to help increase local product sales through digital marketing training. The community service team organized digital marketing training for UMKM groups in online marketing and promotion to introduce and market local products from the Sumberbulu tourist village. The training introduced and taught how to promote local products through social media, trained participants on how to create content, and how to upload local products on social media as a promotional platform. With the digital marketing training, the community service team hopes that UMKM can expand their market reach so that local products are able to penetrate regional and even national markets. The community service activity was carried out on Saturday, May 31, 2025, and took place at the UMKM pavilion of Sumberbulu Village. The training was attended by 20 participants from UMKM actors and 2 POKDARWIS administrators. The UMKM present were engaged in food, beverages, and handicrafts (bouquets). The material was delivered through lectures and discussions on digital marketing. Before the digital marketing training, a pre-test was conducted on participants' knowledge of digital marketing. This was followed by digital marketing practice, and after the practice session, the team conducted a post-test for the participants. The digital marketing training was carried out by practicing the creation of Google Maps listings, creating accounts and promotional content, and practicing uploading photos of their products on social media.

Keywords: capacity building, UMKM, Digital marketing

1. PENDAHULUAN

Dusun Sumberbulu terletak di desa Pendem merupakan salah satu wilayah kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar, daerah tersebut memang diberkahi sumber daya alam yang melimpah dan kentalnya nuansa tradisi yang berbalut corak budaya masyarakat agraris, adalah pesona yang menjadi kekuatan dusun Sumberbulu dikukuhkan menjadi desa wisata pada tahun 2018 sampai sekarang. Penetapan sebagai desa wisata dinilai strategis terutama sebagai upaya mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan wilayah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Untuk mewujudkan desa wisata dengan hasil yang optimal, sudah tentu harus didukung oleh fasilitas-fasilitas dan sumber daya manusia /SDM yang memadahi, salah satunya mulai membentuk lembaga yang mewadahi aktifitas kepariwisataan. Saat ini pengelolaan desa wisata adalah dilaksanakan POKDARWIS. Keanggotaan pokdarwis terdiri dari berbagai unsur, mulai karang taruna, kelompok PKK dan UMKM. Banyak sekali penghargaan yang diraih oleh desa wisata sumber bulu diantaranya:

- Juara II Kampung Terang PLN UP3 SUKOHARJO 2019
- Juara I NASIONAL Desa wisata Binaan Perguruan Tinggi Kemenpar 2019
- Wakil Pokdarwis Kabupaten Karanganyar ke Jambore tingkat Provinsi jawa tengah tahun 2019
- Sertifikasi utama tingkat nasional KAMPUNG IKLIM oleh Kementerian Lingkungan Hidup 2020
- Desa Wisata Pendampingan Kemenparekraf 2021
- 15 Nominator Apresiasi Pokdarwis Jateng 2021
- Nominasi Anugerah Desa Wisata Indonesia 2021
- 50 Desa Wisata Terbaik ADWI 2021
- Juara 1 Kategori Souvenir ADWI 2021
- Sertifikasi Desa Wisata Berkelanjutan 4 Desember 2021 – 4 Desember 2024
- Trophy Utama Proklamasi 2022 Kementerian Kehutanan dan Lingkungan Hidup
- DPUP 2023 KEMENPAREKRAFT 50 Desa Wisata Penerima
- Nominasi UNWTO 18 Desa Wisata 2023 di Indonesia dan lainnya. (catatan, dusun Sumberbulu)

Untuk mempertahankan penghargaan tersebut diperlukan dukungan masyarakat dengan berpartisipasi melengkapi kegiatan-kegiatan untuk memajukan desa wisata tersebut agar lebih dikenal dalam kancah nasional. Desa Sumberbulu sebagai desa wisata yang kaya akan sumber daya alam, pada akhirnya mendorong terbentuknya berbagai macam kelompok UMKM. Pengembangan UMKM harus didorong dengan menggunakan konsep atau pendekatan ekonomi kreatif yang mampu menghasilkan dan menciptakan sesuatu yang unik, *thinking out of the box*, invention dan innovation. Saat ini ekonomi kreatif merupakan era baru untuk mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide-ide dan stock of knowledge dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Dengan adanya konsep tersebut diharapkan dapat menciptakan nilai tambah secara ekonomi dan nilai tambah sosial dan budaya pada kelompok UMKM desa wisata Sumberbulu tersebut. Dari keanggotaan kelompok organisasi kelompok sadar wisata (POKDARWIS) aktifitas perekonomian semua bertumpu pada UMKM, Didesa wisata Sumber bulu ini ada beberapa kelompok UMKM yang memiliki usaha dibidang makanan dan minuman, kerajinan batik dan kepemilikan home stay. UMKM yang bergerak dibidang makanan terdiri dari usaha pembuatan makanan ringan dengan bahan pokoknya memanfaatkan hasil bumi alam sekitar antara lain usaha pembuatan keripik: kripik pisang, kripik talas; kripik singkong; kripik pare usaha

tersebut masing-masing perkelompok berjumlah kurang lebih 15 orang. Selain kelompok makanan juga ada usaha minuman berupa usaha membuat jamu, kelompok UMKM pembuat jamu ini berjumlah kurang lebih 15 orang. UMKM dibidang kerajinan batik sejumlah 12 orang dan UMKM usaha home stay sejumlah 66 orang.

Pengembangan Desa wisata merupakan sebuah contoh bagaimana komunitas lokal dengan skala kecil mendapatkan manfaat dari kepariwisataan. Komunitas lokal ini kemudian berangsur-angsur secara kolektif menyadari pariwisata merupakan sumber utama perekonomian di daerah tersebut, menjadi solusi terhadap masalah ketenaga kerjaan dan pendapatan masyarakat, sejak saat itu pariwisata desa Sumberbulu terus berkembang melalui POKDARWISnya perkembangan kepariwisataan berdampak besar pula pada masyarakatnya, giat mengembangkan desa wisata. Sebagian masyarakatnya sudah terpanggil untuk berpartisipasi dilibatkan dalam proses pengembangan desa wisata tersebut. termasuk kelompok Usaha Kecil Mikro Menengah /umkm. UMKM yang ada didesa wisata Sumberbulu bergerak dalam usaha menyewakan rumah/ home stay; usaha kerajinan batik; usaha membuat jamu; usaha membuat makanan produk lokal dari hasil tanaman desa sekitar seperti membuat kripik pare, kripik pisang, kripik singkong, kripik talas dan lainnya yang selama ini baru bisa dinikmati oleh masyarakat yang berkunjung didesa wisata Sumberbulu saja, dan untuk mengenalkan produk-produknya belum cukup optimal dikenal khalayak luas.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu tentang pemasaran produk lokal kurangnya pemahaman akan teknologi sehingga mengalami keterbatasan dalam mengembangkan usahanya. Untuk itu perlunya program pemberdayaan wira usaha dalam membantu peningkatan penjualan produk lokal dengan cara pemanfaatan digital marketing. Penggunaan digital marketing dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan digital marketing untuk memudahkan kelompok UMKM dalam memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan pengetahuan dan penjualan bagi kelompok UMKM dusun Sumberbulu. Berdasarkan analisa situasi yang telah diuraikan diatas maka tim pengabdian menawarkan pelatihan digital marketing pada kelompok UMKM untuk mengelola manajemen pemasaran dan promosi dengan cara online dalam memperkenalkan dan memasarkan produk-produk lokal. Dengan adanya pelatihan bagi kelompok UMKM desa wisata Sumberbulu, tersebut dapat mengembangkan cara berjualan yang awalnya masih menggunakan cara konvensional menjadi lebih modern, yakni memanfaatkan e – commerce yang banyak bermunculan. Dengan adanya pelatihan pada kelompok UMKM dapat memberikan bekal pengetahuan mengenai cara menerapkan digital marketing dengan harapan, dapat memperluas pangsa pasar produk UMKM, sehingga produk lokal mampu menembus hingga kancang regional bahkan nasional.

2. METODE

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahap yakni:

1. **Tahap Persiapan**, mempersiapkan ajuan proposal usulan pengabdian kepada masyarakat dengan memilih judul atas dasar saran dari survey dan rekomendasi dari ketua POKDARWIS dengan mengangkat masalah tentang pelatihan digital marketing bagi UMKM di desa wisata Sumberbulu. Usulan proposal Pengabdian Kepada Masyarakat tersebut dipresentasikan dan selanjutnya mendapat pengesahan dari Ketua LPPM, dengan ajuan anggaran sebesar Rp.5.000.000,-
2. **Tahap Pelaksanaan**; Adapun Langkah-langkah yang dilaksanakan tim Pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Tim menghubungi Kadesa, Ketua POKDARWIS Desa wisata Sumberbulu Mojogedang Karanganyar untuk meminta ijin mengadakan pelatihan pada kelompok UMKM tentang pentingnya digital marketing dalam rangka mempromosikan dan memasarkan produk-produk lokal desa wisata Sumberbulu
- b. Tim berkoordinasi dan merencanakan dengan POKDARWIS dan UMKM
3. Kegiatan pelatihan digital marketing rencana diselenggarakan pada bulan April dan mei 2025 dengan peserta pelatihan dari UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman serta kerajinan batik sejumlah 20 orang perwakilan dari masing-masing bidang usaha
4. Tahap Evaluasi. Mengikuti perkembangan kegiatan kelompok UMKM setelah mendapat pelatihan dan hasilnya dilaporkan pada laporan kemajuan pengabdian kepada masyarakat.
5. Tahap Pelaporan, setelah kegiatan dilaksanakan dan hasilnya disusun dalam laporan pengabdian kepada masyarakat, kemudian dipresentasikan pada acara SENADIMAS.
6. Tahap Pembuatan Jurnal, pada tahap ini, hasil kegiatan pengabdian masyarakat dipublikasikan pada jurnal pengabdian kepada masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan mendorong transformasi digital di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tim pengabdian masyarakat dari Program Studi Ilmu Komunikasi melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Digital Marketing bagi para pelaku UMKM di Desa Wisata Sumberbulu. Kegiatan ini dilaksanakan pada Sabtu, 31 Mei 2025, dan bertempat di pendopo UMKM Desa Sumberbulu. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran produk maupun jasa secara efektif dan berkelanjutan, khususnya dalam mendukung pariwisata berbasis masyarakat. Adapun peserta pengabdian kepada masyarakat adalah pelaku UMKM yang bergerak dibidang usaha makanan, minuman dan kerajinan tangan (buket). Dalam pelatihan ini diikuti 20 peserta dari para pelaku UMKM Desa Wisata Sumberbulu yang memiliki bermacam-macam produk, seperti kripik pisang, madu, peyek kacang, stik pisang, jasa laundry dan masih banyak lagi, peserta mendapatkan materi tentang strategi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, pembuatan konten visual, dan seni copywriting.

Kegiatan ini dibuka dengan sambutan dari Ketua UMKM Desa Wisata Sumberbulu, Bapak Sunarso, yang menyampaikan apresiasi atas kepedulian dan dukungan dari tim pengabdian masyarakat terhadap pelaku UMKM lokal. "kami sangat senang dan mengapresiasi kegiatan pelatihan ini. UMKM di Desa Sumberbulu memiliki potensi besar, namun sering kali terkendala dalam hal pemasaran. Melalui pelatihan ini, kami berharap para pelaku UMKM bisa lebih percaya diri dan paham digital, sehingga produk-produk lokal kami bisa dikenal oleh masyarakat secara luas", ujar Bapak Sunarso dalam Sambutannya. Berikut kami sertakan dokumentasinya



Gambar 1. Sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat

Sebelum dilakukan praktik digital marketing, ada beberapa kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat yaitu :

1. Ceramah tentang materi digital marketing
2. Diadakan Pre Test
3. Pelatihan membuat digital marketing
4. Diadakan Post Test
5. Penutup

I. Ceramah tentang digital marketing, menjelaskan tentang :

- a. Pentingnya digital marketing, merupakan kunci keberhasilan usaha pada saat ini. Dengan internet dan media sosial, UMKM desa dapat mencapai pasar yang lebih luas tanpa harus menghadapi kendala geografis. Dengan adanya kegiatan tim pengabdian masyarakat ini dapat memberikan pelatihan dan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai manfaat dan cara menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka.
- b. Mendorong ketrampilan digital dikalangan pelaku UMKM desa Sumberbulu, dengan kegiatan pelatihan ketrampilan digital UMKM dapat mandiri dalam memanfaatkan teknologi, mulai dari penggunaan smartphone, pengelolaan media sosial hingga pembuatan situs web sederhana. Dengan demikian UMKM dapat lebih efektif dalam memasarkan produk mereka secara online.
- c. Membangun platform pemasaran bersama, membangun dan mendukung platform pemasaran Bersama yang menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka secara kolektif, meningkatkan daya saing dan memberikan nilai tambah pada konsumen. Berikut kami sertakan dokumennya:



Gambar 2. Penyampaian materi digital marketing

II. Diadakan Pre Test

Peserta dibagikan questioner untuk diadakan Pre Test tentang pengetahuan peserta mengenai digital marketing. Dalam pre test pertanyaan-pertanyaannya untuk mengetahui sampai sejauh mana peserta mengetahui tentang

- a. Pemahaman digital marketing, antara lain tentang:
 1. Pengertian digital marketing
 2. Keunggulan digital marketing
 3. Media sosial yang digunakan UMKM
 4. Fungsi symbol-simbol atau lambing-lambang didalam akun medi sosial
- b. Pemanfaatan Instagram untuk UMKM, peserta menjawab pengetahuan tentang:
 1. Fitur yang digunakan
 2. Membuat profil
 3. Membuat konten
 4. Membuat GMap
- c. Pengenalan Canva dan Desain Visual
 1. Pengertian Canva
 2. Kelebihan canva
 3. Fungsi canva
 4. Membuat konten dengan canva
 5. Fitur unggulan canva
- d. Ketrampilan Aplikasi Praktis
 1. Kekonsistennan Konten
 2. Warna dan identitas merk
 3. Pemanfaatan fitur
 4. Canva sebagai desain promosi

Berikut kami sertakan kegiatan peserta melakukan Pre Test



Gambar 3. Pembagian kuesioner

III. Pelatihan /Praktek Digital Marketing

Salah satu aspek penting dari program ini adalah pelatihan pembuatan konten, situs web, marketplace dan pengelolaan media sosial dengan menggunakan aplikasi canva. Pelatihan terbagi menjadi 3 sesi yaitu :

1. Dimulai dari pelatihan **branding**, untuk mengetahui bagimana caranya agar calon konsumen dapat tertarik hanya dengan melihat foto produk saja, pastinya harus

memilih angle yang pas dengan komposisi warna tidak terlalu mencolok dan tidak terlalu pucat

2. **Packing**, pengambilan gambar yang baik bisa membangun branding produk harus diimbangi dengan packing yang bisa menambah nilai produk yang dijual, dengan belajar mendisain kemasan yang baik dan memikat calon konsumen melalui aplikasi canva bisa menyesuaikan warna, konten, membuat kalimat-kalimat yang memikat dan mendapat perhatian dari netizen selanjutnya tertarik menjadi follower
3. **Membuat GMap**, fungsinya membuat peta khusus (mamps), dapat mengetahui dimana lokasi, rute, deskripsi, ikon, video supaya produk UMKM dikenal dengan mudah tempat produksi dan display produk dapat dijangkau tempatnya dengan mudah menggunakan google maps. ada cara menambahkan lokasi atau bisnis ke google maps agar lebih mudah ditemukan pelanggan sebagai berikut :
 - a. Membuat peta khusus
 - b. Cara menambahkan bisnis/lokasi ke google maps (profil bisnis)
 - c. Cara menambahkan lokasi yang belum ada

Dengan pelatihan digital marketing tersebut UMKM untuk mendaftarkan usahanya dibeberapa sosial media seperti Instagram dan Facebook serta e-commerce shopee yang bisa membuat produk dijangkau banyak orang dan bisa meningkatkan promosi produk dari UMKM warga desa wisata Sumberbulu,

Berikut dokumen hasil produknya yang sudah jadi :



Gambar 4. Promosi produk

IV. Dilakukan Post Test

Setelah diadakan pelatihan dan praktik digital marketing, selanjutnya tim melakukan Post test pada para peserta dengan mengisi questioner yang isi pertanyaannya sama persis dengan questioner pre test untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan peserta tentang digital marketing. Dari hasil skor yang didapat dari hasil setelah pelatihan terdapat peningkatan sebesar 80 % dari hasil sebelumnya /pre test dari 20 peserta yang hasilnya 60 % jawaban peserta yang benar. Berikut kami sertakan dokumen pada saat post test :



Gambar 5. Hasil akhir post tes

4. KESIMPULAN

Kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen perguruan tinggi dalam menjalankan Tri Dharma, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Dengan kolaborasi antara dunia akademik dan komunitas lokal, dalam hal ini UMKM desa wisata Sumberbulu, Mojogedang, Karanganyar diharapkan terjalin sinergi berkelanjutan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui literasi digital dan inovasi digital marketing khususnya pada UMKM desa wisata Sumber Bulu. Harapan kami dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan produktivitas UMKM desa wisata Sumberbulu dan laju perekonomian masyarakat setempat sehingga produk UMKM desa wisata Sumberbulu dapat dikenal secara luas. Pelatihan digital marketing ini dapat memberikan konstribusi positif untuk daya saing yang lebih baik bagi UMKM lokal dalam pasar yang semakin kompetitif. Melalui kolaborasi antara pemerintah desa, BUMDES, POKDARWIS dan masyarakat setempat dapat tercipta perubahan yang signifikan bagi perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakatnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pokdarwis Dusun Sumberbulu terletak di desa Pendem merupakan salah satu wilayah kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar yang telah menjadi mitra aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh peserta ibu-ibu PKK atas partisipasi dan komitmen selama kegiatan berlangsung, serta kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Slamet Riyadi Surakarta atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Elisa susanti, 2020, Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Berbasis Teknologi Pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian pada masyarakat*
- Nurseto, T. 2014. Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*. 1(1) hlm. 3.

Rahmawati, Dhini, dkk, 2021, Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi UMKM di Desa Ujung Genteng. *Procceeding UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, Vol1. No:XXIX (November 2021)

Wardhana, A. 2015. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UMKM di Indonesia.

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under
 CC BY SA