

STRATEGI PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI UMKM DESA SUKOREJO

Normansyah¹, Surya Bakti², Bima Hardi³, Rizqiya Adha Riani⁴, Teguh Samudra⁵, Nur Aini⁶
^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan
Email. unafenormansyah@gmail.com

Abstrak

Pelatihan kepada masyarakat di Desa Sukorejo yang bergerak di bidang UMKM salah satunya dalam pembuatan tempe merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, wawasan, dan kemandirian ekonomi warga. Kegiatan ini dirancang sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan kemampuan dalam mengelola potensi lokal agar memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Selain memberikan pelatihan praktik pembuatan tempe secara langsung di Pabrik Tempe Dusun IV Desa Sukorejo, kegiatan ini juga dilanjutkan dengan sosialisasi kepada para pelaku UMKM yang dimana terdiri dari masyarakat dari sembilan dusun yang ada di Desa Sukorejo mengenai strategi pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Pelatihan ini diikuti oleh 30 peserta yang terdiri atas pelaku UMKM, ibu rumah tangga, serta kader PKK. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 27 September 2025, bertempat di Balai Desa Sukorejo untuk sesi sosialisasi dan di Pabrik Tempe Dusun IV untuk praktik produksi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki peningkatan pemahaman dalam mengelola usaha, terutama dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi dan penjualan produk. Metode pelatihan mencakup persentase teori, diskusi interaktif dan praktik langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan 95 % peserta merasa pelatihan bermanfaat dan 85% berencana untuk menerapkan sistem pemasaran digital. Pelatihan ini diharapkan dapat membuka meningkatkan pendapatan dan memperkuat perekonomian lokal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa Desa Sukorejo memiliki potensi alam yang melimpah dan sumber daya manusia yang berpengalaman, terutama dalam dalam hal pembuatan olahan makanan untuk usaha UMKM.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pemberdayaan Ekonomi, Tempe

Abstract

Training for the community in Sukorejo Village engaged in MSME activities, particularly in tempeh production, is one form of community service aimed at improving the skills, knowledge, and economic independence of local residents. This activity was designed as an effort to empower the local economy by enhancing the community's ability to manage and utilize local potential to achieve higher economic value. In addition to providing direct tempeh-making training at the Tempeh Factory in Dusun IV of Sukorejo Village, the activity also continued with a socialization session for MSME actors consisting of residents from the nine hamlets in Sukorejo Village, focusing on strategies for utilizing digital marketing to expand the market reach of local products. The training was attended by 30 participants, including MSME entrepreneurs, housewives, and PKK members. The activity took place on Saturday, September 27, 2025, at the Sukorejo Village Hall for the socialization session and at the Tempeh Factory in Dusun IV for the production practice. The results showed that participants experienced an increase in understanding of business management, especially in utilizing digital platforms for product promotion and sales. The training methods included theoretical presentations, interactive discussions, and hands-on practice. The results indicated that 95% of participants found the training useful, and 85% planned to implement digital marketing systems in their businesses. This training is expected to help increase income and strengthen the local economy. Evaluation results show that Sukorejo Village has abundant natural potential and skilled human resources, particularly in the production of processed food products for MSME development.

Keywords: Digital Marketing, Economic Empowerment, Tempeh

PENDAHULUAN

Desa Sukorejo terletak di Kecamatan Sei Balai, Kabupaten Batu Bara yang terdiri dari sembilan dusun merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian besar masyarakat di desa ini bergerak dalam bidang pengolahan makanan tradisional seperti pembuatan tempe, keripik, serta aneka produk rumah tangga lainnya. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena masih rendahnya

kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha secara modern, khususnya dalam bidang pemasaran digital.

Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM perlu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang lebih banyak mengandalkan media digital untuk berbelanja dan mencari informasi produk. Pemasaran digital menjadi solusi penting bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk lokal. Sejalan dengan pendapat (Nurul Hanifah, 2021), pengembangan ekonomi lokal dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan penguatan kapasitas masyarakat agar mampu memanfaatkan teknologi dan potensi daerahnya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan.

Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan edukasi merupakan langkah penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di tingkat desa. Seperti dijelaskan oleh (Mulyanti & Supandi, 2022), pemberdayaan ekonomi masyarakat bertujuan agar masyarakat mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menciptakan peluang usaha baru. Dalam konteks ini, penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan pemasaran digital diharapkan dapat menjadi motor penggerak ekonomi lokal Desa Sukorejo.

PEMBERDAYAAN EKONOMI

Pemberdayaan ekonomi masyarakat pada dasarnya untuk membantu masyarakat menjadi lebih mandiri dalam mengelola potensi yang ada di sekitar mereka. Seperti yang dijelaskan oleh Rahmawati & Rahayu (2023), pemberdayaan ekonomi dilakukan agar masyarakat mampu mengembangkan potensi lokal menjadi kegiatan ekonomi yang produktif dan berkelanjutan. Dengan kata lain, kegiatan pemberdayaan bukan hanya soal pelatihan, tetapi juga tentang bagaimana masyarakat bisa memanfaatkan ilmu yang didapat untuk terus berkembang.

Di Desa Sukorejo, kegiatan pemberdayaan ini dilakukan melalui pelatihan dan sosialisasi yang kami adakan bersama masyarakat yang bergerak di bidang UMKM. Kegiatan tersebut tidak hanya berfokus pada pelatihan pembuatan tempe, tetapi juga memberikan pemahaman tentang cara memasarkan produk secara digital. Tujuannya agar masyarakat bisa memproduksi sekaligus menjual hasil usahanya dengan lebih luas. Kegiatan ini menjadi langkah awal bagi masyarakat untuk mengenal pemasaran modern dengan memanfaatkan media sosial dan marketplace.

EKONOMI LOKAL

Pertumbuhan ekonomi di tingkat desa sangat bergantung pada kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan potensi yang ada di lingkungan sekitarnya. Setiap daerah memiliki ciri khas dan sumber daya yang bisa dikembangkan menjadi peluang ekonomi yang bernilai. Menurut Supriyanto & Widodo (2022), pengembangan ekonomi lokal dapat dilakukan dengan cara menggali potensi unggulan desa, seperti hasil pertanian, perikanan, atau produk olahan rumahan, yang kemudian dikembangkan menjadi usaha berkelanjutan atau terbentuknya UMKM di desa yang dimana luaran dari kegiatan tersebut dapat menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Desa Sukorejo sendiri memiliki potensi besar di bidang pengolahan makanan, khususnya pembuatan tempe. Banyak warga yang sudah menjalankan usaha produksi tempe secara turun-temurun, namun pengelolaannya masih bersifat tradisional. Melalui pelatihan dan sosialisasi yang kami lakukan, masyarakat diajak untuk melihat bahwa potensi lokal yang mereka miliki dapat dikembangkan lebih jauh, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Dengan cara ini, produk-produk lokal Desa Sukorejo tidak hanya dikenal di sekitar desa, tetapi juga bisa dipasarkan ke luar daerah.

METODE

Kegiatan PKM ini dilakukan di kantor Desa Sukorejo Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara pada tanggal 27 September 2025. Pelatihan ini melibatkan 30 orang, termasuk para pelaku UMKM, Ibu kader PKK, Perangkat Desa dan masyarakat sekitar. Metode presentase teori, diskusi interaktif, dan parktik langsung menggunakan sampel dari kemasan produk tempe yang akan di inovasikan menggunakan teknologi Artificial Intellegent. Pelatihan ini menggunakan metode 1). Persiapan, 2). Pelaksanaan, 3). Evaluasi: Berikut ini adalah ringkasan kegiatan yang dilakukan di setiap tahapan:

- 1) Tahap Persiapan. Pada tahap ini dilakukan beberapa kegiatan awal seperti survei untuk mengidentifikasi potensi dan kebutuhan masyarakat. Selain itu, disusun juga materi pelatihan serta dilakukan berbagai persiapan teknis sebelum kegiatan dilaksanakan.
- 2) Tahap Pelaksanaan. Tahapan ini meliputi kegiatan inti berupa sesi pelatihan yang mencakup penyampaian teori, sesi tanya jawab, diskusi, serta praktik langsung mengenai proses pembuatan

tempe. Selain itu, juga dilakukan pendampingan kepada peserta selama kegiatan berlangsung agar mereka lebih memahami setiap langkah pelaksanaan.

- 3) Tahap Evaluasi. Tahap ini bertujuan untuk mengumpulkan masukan dan tanggapan dari peserta mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa merupakan bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Kegiatan ini memiliki manfaat besar, baik bagi masyarakat maupun mahasiswa, karena mampu memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan ekonomi, pengembangan keterampilan, serta penerapan ilmu pengetahuan yang relevan di lingkungan masyarakat (Wikipedia, 2024).

Tempe merupakan salah satu produk olahan kedelai yang banyak digemari masyarakat dan berpotensi besar untuk dikembangkan menjadi usaha rumahan. Melihat potensi tersebut, kelompok mahasiswa melakukan kegiatan pelatihan dan sosialisasi di Desa Sukorejo, Kabupaten Batu Bara, sebagai bentuk program pengabdian kepada masyarakat tahun akademik 2025. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kompetensi sebagian masyarakat dalam memproduksi tempe dan memperkenalkan strategi pemasaran digital berbasis teknologi Artificial Intelligence untuk memperluas jangkauan penjualan produk. Oleh karena itu, kelompok KKNT FE-UNA mengikuti kegiatan pelatihan dengan program pengabdian kepada masyarakat tahun akademik 2025. Pengembangan ekonomi lokal melalui kegiatan pelatihan ini yaitu untuk menciptakan kesempatan bagi usaha masyarakat untuk masuk kedalam arus ekonomi. Upaya untuk mendorong usaha ekonomi masyarakat bergantung pada kekuatan lokal, yaitu sumber daya manusia, aset, pengalaman dan lembaga. Kemampuan ekonomi daerah lokal yang patut dikembangkan terus menerus serta menjadi sumber pencaharian masyarakat sekitar.

Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan tempe merupakan salah satu tujuan utama kegiatan PKM ini. Adapun tujuan lain dari kegiatan pelatihan ini yaitu meliputi:

1. Meningkatkan keterampilan masyarakat Desa Sukorejo dalam mengolah bahan baku kedelai menjadi produk tempe yang berkualitas dan bernilai jual tinggi, sehingga dapat menjadi peluang usaha rumah tangga yang berkelanjutan.
2. Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM, ibu rumah tangga, dan kader PKK dalam memahami strategi pemasaran digital, khususnya dalam hal promosi dan penjualan produk tempe melalui media sosial dan platform digital.

Evaluasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh mahasiswa KKNT dengan dukungan dari perangkat Desa Sukorejo. Kegiatan berlangsung pada hari Sabtu, 27 September 2025 pada pukul 14.00 s/d 16.00, dimulai dengan sesi sosialisasi di Balai Desa Sukorejo, kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung di Pabrik Tempe Dusun IV. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, ibu rumah tangga, kader PKK, dan perangkat desa. Pelatihan dan sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta sosialisasi dengan perkembangan zaman di era digital pada saat ini dengan memanfaatkan Artificial Intellegent sebagai alat bantu dalam pemasaran sebuah produk.

Hasil Yang Dicapai

Kegiatan pelatihan pembuatan tempe dan sosialisasi pemasaran digital di Desa Sukorejo berjalan sesuai dengan rencana dan memberikan hasil yang positif bagi masyarakat. Berdasarkan pengamatan di lapangan, kegiatan ini tidak hanya menambah pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi dan teknologi dalam mengembangkan usaha kecil. Secara umum, kegiatan pelatihan ini berhasil mencapai beberapa hasil sebagai berikut:

- 1) Peningkatan pengetahuan pemasaran digital.

Melalui sosialisasi yang dilakukan di Balai Desa Sukorejo, masyarakat mendapatkan wawasan tentang cara mempromosikan produk secara daring melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta penggunaan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Peserta juga diajarkan cara membuat konten promosi sederhana menggunakan desain digital berbasis Artificial Intelligence untuk mempercantik tampilan produk.

- 2) Meningkatkan semangat wirausaha masyarakat.

Setelah mengikuti pelatihan, banyak peserta menyampaikan keinginan untuk mengembangkan usaha mereka dan memasarkan produk tempe secara lebih luas. Sebagian ibu rumah tangga mulai berinisiatif membuat kelompok usaha kecil berbasis produksi tempe dan produk olahan turunannya.

3) Terciptanya jejaring antar pelaku UMKM.

Kegiatan ini menjadi wadah bagi para pelaku usaha di Desa Sukorejo untuk saling berbagi pengalaman, menjalin kerja sama, dan membentuk jaringan promosi bersama melalui media digital. Hubungan ini diharapkan dapat memperkuat kolaborasi antarwarga dalam memajukan perekonomian desa.



Gambar 1 Penyampaian Materi oleh Pemateri

2) Tahap Pendampingan Pembuatan Tempe

Adapun pada tahap pendampingan, kegiatan difokuskan pada praktik langsung pembuatan tempe serta pengenalan inovasi kemasan produk agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Kegiatan ini dilakukan di Pabrik Tempe yang berlokasi di Dusun IV, Desa Sukorejo, dengan melibatkan seluruh peserta pelatihan, yaitu para pelaku UMKM, ibu rumah tangga, kader PKK, serta perangkat desa.

Peserta didampingi secara langsung oleh mahasiswa dan tim pelaksana untuk mempraktikkan proses pembuatan tempe mulai dari tahap pemilihan bahan baku kedelai, perendaman, pengupasan, perebusan, hingga proses fermentasi. Dalam kegiatan ini juga dijelaskan pentingnya menjaga kebersihan peralatan dan bahan agar hasil tempe memiliki kualitas baik, tidak mudah rusak, dan layak untuk dipasarkan secara luas.

Setelah proses pembuatan tempe selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pengenalan konsep kemasan baru yang lebih menarik dan modern. Peserta diperkenalkan pada berbagai contoh desain kemasan yang ramah lingkungan, menggunakan bahan sederhana tetapi tetap memiliki daya tarik visual. Mahasiswa juga memberikan pelatihan penggunaan aplikasi desain digital berbasis Artificial Intelligence (AI) untuk membantu masyarakat membuat label dan desain kemasan produk mereka sendiri.



Gambar 2 Kegiatan praktik langsung pembuatan tempe



Gambar 3 Upgrade produk kemasan lama

SIMPULAN

Salah satu dampak dari sosialisasi pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sukorejo Kecamatan Sei Balai Kabupaten Batu Bara yakni Pengenalan inovasi kemasan dan strategi pemasaran digital meningkatkan daya saing produk lokal. Peserta pelatihan memperoleh wawasan baru dalam mendesain kemasan menggunakan teknologi berbasis Artificial Intelligence serta memahami cara memasarkan produk melalui media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan penjualan. Kegiatan pengabdian ini berhasil menumbuhkan semangat wirausaha dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Sukorejo. Antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan menunjukkan adanya keinginan kuat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menjadikan pemasaran digital sebagai langkah nyata dalam memperkuat perekonomian desa.

SARAN

Kegiatan pelatihan dan sosialisasi yang telah dilaksanakan di Desa Sukorejo sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan agar masyarakat dapat terus mengembangkan keterampilan serta menerapkan pengetahuan baru yang diperoleh, khususnya dalam proses produksi dan strategi pemasaran digital. Dengan adanya kegiatan lanjutan, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha secara mandiri dan berdaya saing tinggi. Selain itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan bagi para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial dan platform marketplace, agar masyarakat dapat lebih percaya diri dalam memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas. Pemerintah desa diharapkan turut berperan aktif dalam mendukung kegiatan ekonomi lokal melalui pembinaan, penyediaan fasilitas, serta akses internet yang memadai untuk membantu pengembangan usaha masyarakat di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada Bapak Dr. Normansyah SE, M.Si selaku dosen pembimbing lapangan kelompok III KKNT Sukorejo, Pak Muhammad Saltut selaku Kepala Desa Sukorejo serta seluruh masyarakat Desa Sukorejo yang telah berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan sosialisasi mengenai pemasaran digital serta terwujudnya jurnal pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanifah, N., Rachmawati, L., & Cahyono, H. (2021). Pengembangan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal untuk Pemberdayaan Pemuda di Desa Binaan Pamekasan. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 91–98.
- Mulyanti, K., & Supandi, S. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Budidaya Tanaman Sayuran. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 1–8.
- Wikipedia. (2024, februari 21). Pengabdian masyarakat. Retrieved oktober 10, 2024, from wikipedia: https://id.wikipedia.org/wiki/Pengabdian_masyarakat
- Rahmawati, N., & Rahayu, D. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Madani*, 5(2), 112–121.
- Supriyanto, A., & Widodo, H. (2022). Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Potensi Unggulan Desa di Era Digital. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 4(3), 145–153.
- Kurniawan, R., Hidayat, A., & Putri, M. (2023). Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal di Pedesaan. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 25–33

- Hartati, N., & Lestari, D. (2021). Inovasi Produk dan Kreativitas dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 3(2), 87–96
- Hanifah, S., Ramadhani, I., & Pratama, L. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 112–120.