



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
 Volume 8 Nomor 3, 2025
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/08/2025
Reviewed : 15/09/2025
Accepted : 20/09/2025
Published : 29/09/2025

Herman Efendi¹
 Junaidi Mustafa²

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA DI TANJUNG SELOR HILIR

Abstrak

Pemberdayaan perempuan menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Dalam era digital saat ini, kemampuan perempuan untuk memanfaatkan teknologi, khususnya digital marketing, menjadi peluang besar untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian dalam berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelatihan digital marketing terhadap peningkatan keterampilan wirausaha perempuan di Tanjung Selor Hilir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode survei yang melibatkan perempuan pelaku usaha di daerah tersebut sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing secara signifikan meningkatkan keterampilan wirausaha, baik dalam hal kreativitas, inovasi, maupun pemasaran produk melalui platform digital. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan pengembangan usaha yang dikelola oleh perempuan. Dengan demikian, pelatihan digital marketing dapat dianggap sebagai strategi yang efektif dalam upaya pemberdayaan perempuan, khususnya dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam merancang program pemberdayaan perempuan yang lebih efektif di masa mendatang.

Kata Kunci: Pemberdayaan Perempuan, Digital Marketing, Keterampilan Wirausaha

Abstract

Women's empowerment is an important aspect in supporting economic development and community welfare. In the current digital era, women's ability to utilize technology, especially digital marketing, is a great opportunity to increase their skills and independence in entrepreneurship. This research aims to analyze the effect of digital marketing training on improving women's entrepreneurial skills in Tanjung Selor Hilir. This research uses a qualitative approach with a survey method involving women business actors in the area as respondents. The research results show that digital marketing training significantly improves entrepreneurial skills, both in terms of creativity, innovation and product marketing via digital platforms. Apart from that, this training also has a positive impact on increasing income and developing businesses managed by women. Thus, digital marketing training can be considered an effective strategy in efforts to empower women, especially in improving entrepreneurship skills. It is hoped that the results of this research can become a reference for local governments and related institutions in designing more effective women's empowerment programs in the future.

Keywords: Women's Empowerment, Digital Marketing, Entrepreneurial Skills

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, peran perempuan tidak hanya sebatas mengurus dan mengatur rumah tangga serta mendidik anak di rumah. Oleh karena itu perempuan harus memiliki keterampilan dan kemandirian untuk mengembangkan potensi dirinya. Berkaitan dengan pemberdayaan perempuan menurut Roesmidi (2006: 111) seringkali digunakan dalam konteks

^{1,2}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
 Email: hermanmastora@gmail.com

kemampuan meningkatkan keadaan ekonomi (pemenuhan kebutuhan praktis) individu yang merupakan konsep yang mengandung makna perjuangan bagi mereka yang terlibat perjuangan tersebut yaitu perjuangan perempuan. pengertian tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan merupakan suatu upaya untuk meningkatkan keterampilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Perempuan juga dapat memperoleh penghasilan dari potensi yang dimilikinya. Salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan perempuan yaitu dengan berwirausaha.

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Pada intinya kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang (Suryana, 2006: 1)

Peluang berwirausahaan saat ini sangat terbuka lebar, dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Perkembangan media massa dalam era digital juga dirasa terhubung dengan kegiatan masyarakat dalam mencari informasi. Menurut Setiadi (2016) perkembangan penggunaan media internet sebagai komunikasi menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon pintar (smartphone), kecanggihan teknologi tersebut telah memudahkan kita untuk mengakses segala sesuatu yang dapat dilihat melalui internet. internet itu sendiri terdapat media sosial yang diantaranya adalah Digital Marketing.

Digital Marketing telah menjadi platform populer yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk untuk pembelajaran dan pengembangan diri. Digital Marketing menyediakan akses yang mudah dan murah ke berbagai informasi dan edukatif. Hal ini memungkinkan perempuan untuk belajar tentang wirausaha secara mandiri, tanpa harus mengikuti pelatihan formal yang memakan waktu dan biaya. Dengan pemanfaatan Digital marketing sebagai media pembelajaran dapat digunakan setiap saat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu dengan syarat komputer atau media presentasi terhubung dengan internet. Dengan banyak fungsinya tersebut masyarakat dapat leluasa menggunakannya untuk berbagai macam kegiatan, terutama yang menunjang kewirausahaan dalam meningkatkan taraf hidup yang lebih baik.

Di Tanjung Selor Hilir, masih banyak perempuan pelaku usaha yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digital marketing. Keterbatasan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola media sosial, membuat konten promosi yang menarik, hingga menggunakan platform e-commerce menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, inisiatif pelatihan pemasaran digital menjadi sangat relevan sebagai upaya pemberdayaan ekonomi perempuan. Pelatihan semacam ini diharapkan dapat membekali mereka dengan keterampilan praktis yang dapat langsung diaplikasikan untuk mengembangkan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana program pelatihan pemasaran digital berkontribusi dalam meningkatkan keterampilan wirausaha perempuan di Tanjung Selor Hilir. Fokus penelitian ini adalah mengevaluasi efektivitas pelatihan dalam membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjalankan strategi pemasaran digital, serta bagaimana keterampilan tersebut memengaruhi pengembangan usaha mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, maupun pihak terkait lainnya dalam merancang program pemberdayaan perempuan yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa depan.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk mengkaji secara mendalam fenomena pemberdayaan perempuan melalui pelatihan pemasaran digital dan dampaknya terhadap keterampilan wirausaha di Tanjung Selor Hilir. Pendekatan kualitatif dipilih guna menggali informasi komprehensif mengenai pengalaman, persepsi, dan dampak pelatihan dari sudut pandang para partisipan, sementara desain deskriptif bertujuan memberikan gambaran rinci tentang proses yang terjadi. Subjek penelitian ini adalah perempuan pelaku usaha di Tanjung Selor Hilir yang telah mengikuti program pelatihan digital marketing, dipilih secara purposif berdasarkan kriteria relevan seperti keikutsertaan aktif dan kepemilikan usaha. Selain itu, instruktur pelatihan juga diwawancarai sebagai informan kunci untuk mendapatkan perspektif menyeluruh. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam yang mencakup motivasi, materi pelatihan, praktik pasca-pelatihan, kendala, serta dampak pada

keterampilan wirausaha; observasi terhadap proses pelatihan dan aplikasi ilmu oleh peserta; serta dokumentasi berupa materi pelatihan dan data kegiatan. Data kualitatif yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data untuk memfokuskan informasi, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, dan penarikan kesimpulan yang diverifikasi berdasarkan pola dan tema yang muncul dari data asli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Peserta dan Kondisi Awal Wirausaha Perempuan di Tanjung Selor Hilir

Sebelum membahas hasil pelatihan, penting untuk memahami profil umum peserta dan kondisi wirausaha mereka. Mayoritas peserta adalah perempuan yang telah memiliki usaha mikro atau kecil (UMK), seperti pedagang makanan, kerajinan tangan, atau penyedia jasa rumahan. Usaha-usaha ini umumnya masih sangat bergantung pada metode pemasaran tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut (word-of-mouth), penjualan langsung di rumah atau pasar lokal, serta jangkauan pasar yang terbatas pada lingkungan terdekat.

Keterbatasan utama yang diidentifikasi sebelum pelatihan adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan digital. Banyak dari mereka menggunakan media sosial hanya untuk keperluan pribadi dan belum memahami potensinya sebagai alat pemasaran bisnis. Persepsi awal terhadap digital marketing seringkali berkisar pada anggapan bahwa itu adalah sesuatu yang rumit, mahal, dan membutuhkan keahlian teknis tinggi yang tidak mereka miliki. Kondisi ini menggarisbawahi urgensi intervensi melalui pelatihan untuk membuka potensi pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha mereka di era digital.

Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman Digital Marketing Pasca Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan digital marketing terbukti memberikan peningkatan pengetahuan yang substansial di kalangan peserta. Materi pelatihan yang disampaikan dirancang secara praktis dan aplikatif, mencakup dasar-dasar digital marketing hingga teknik spesifik yang relevan bagi UMK.

Sebelum pelatihan, pemahaman peserta tentang pemasaran sangat terbatas pada aspek konvensional. Mereka seringkali tidak menyadari bagaimana internet dan media digital telah mengubah lanskap bisnis. Pelatihan berhasil memperkenalkan konsep-konsep dasar seperti digital presence, target audience online, dan brand awareness di dunia maya. Peserta mulai memahami bahwa pemasaran bukan lagi hanya tentang lokasi fisik, tetapi tentang kehadiran yang kuat di ruang digital. Misalnya, Ibu Rahma, seorang pengusaha kue, menyatakan bahwa "Dulu saya hanya tahu berjualan di rumah atau menitipkan di warung, tidak pernah terpikir bisa jualan kue lewat internet. Sekarang saya tahu harus punya akun khusus untuk jualan." Pergeseran paradigma ini adalah langkah awal yang krusial menuju adopsi strategi digital yang lebih canggih.

Media sosial merupakan salah satu fokus utama pelatihan karena popularitas dan aksesibilitasnya. Peserta diajarkan bagaimana membedakan antara akun pribadi dan akun bisnis di platform seperti Instagram dan Facebook. Mereka belajar tentang fitur-fitur penting seperti Insights (analitik), Facebook/Instagram Ads, serta penggunaan hashtags dan stories untuk meningkatkan visibilitas. Bapak Andi Wafik Aziz Ah, seorang pedagang, menyoroti bagaimana pelatihan ini membantunya "mengelola akun bisnis di Instagram dan Facebook dengan lebih terarah, tidak sekadar posting foto asal-asalan lagi." Ini menunjukkan transisi dari penggunaan media sosial kasual ke penggunaan yang strategis dan berorientasi bisnis. Pelatihan juga menekankan pentingnya interaksi dan membangun komunitas online dengan pelanggan.

Salah satu kendala umum UMK adalah kurangnya kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik dan profesional. Pelatihan ini membekali peserta dengan keterampilan dasar fotografi produk menggunakan smartphone, teknik copywriting sederhana untuk deskripsi produk yang persuasif, serta penggunaan aplikasi desain grafis yang mudah diakses seperti Canva. Peningkatan kualitas konten ini sangat penting karena di dunia digital, visual adalah daya tarik pertama. Bapak Andi Wafik Aziz Ah secara khusus menyebutkan bahwa ia "jadi lebih enak berinteraksi dan berkomunikasi memperkenalkan produk ke orang-orang serta bisa meningkatkan nilai tambah kepada produk saya" berkat keterampilan komunikasi yang diasah, termasuk dalam menyusun narasi promosi. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta tidak hanya belajar alat, tetapi juga strategi di balik konten yang efektif.

Meskipun adopsi penuh platform e-commerce mungkin memerlukan waktu lebih lama, pelatihan ini memperkenalkan peserta pada ekosistem platform seperti Tokopedia, Shopee, atau bahkan WhatsApp Business sebagai saluran penjualan. Peserta diberikan pemahaman dasar tentang cara membuat toko online sederhana, mengunggah produk, mengelola pesanan, dan mengamankan transaksi. Meskipun tidak semua langsung terjun ke e-commerce besar, banyak yang mulai mengoptimalkan WhatsApp Business sebagai etalase produk dan sarana komunikasi langsung dengan pelanggan, memanfaatkan fitur katalog dan auto-reply.

Peningkatan Keterampilan Teknis dan Praktis Pasca Pelatihan

Selain pengetahuan konseptual, pelatihan juga berfokus pada pengembangan keterampilan teknis dan praktis yang memungkinkan peserta mengimplementasikan strategi digital marketing secara mandiri.

Peserta diajarkan secara langsung cara menggunakan berbagai aplikasi digital. Ini termasuk aplikasi pengeditan gambar/video sederhana (misalnya InShot, CapCut), aplikasi untuk membuat desain promosi (Canva), serta fitur-fitur bisnis pada aplikasi pesan instan (WhatsApp Business). Instruktur memberikan bimbingan langkah demi langkah, memastikan peserta dapat mengikuti dan mempraktikkan langsung di smartphone mereka. Keterampilan ini sangat fundamental karena mereka menjadi "alat" bagi para wirausahawan untuk menciptakan aset digital mereka sendiri tanpa harus bergantung pada pihak ketiga.

Peningkatan signifikan terlihat dalam kemampuan peserta merancang dan melaksanakan strategi promosi online. Jika sebelumnya promosi bersifat pasif, kini mereka lebih proaktif. Peserta belajar tentang konsistensi posting, penggunaan fitur live di media sosial untuk interaksi langsung, hingga teknik dasar optimasi mesin pencari (SEO) sederhana untuk deskripsi produk mereka. Bapak Andi Wafik Aziz Ah mengakui bahwa ia "jadi lebih enak dan gampang dalam memperkenalkan atau menjual produk saya serta dapat meningkatkan penjualan produk saya" berkat pelatihan tersebut, menunjukkan perubahan dari promosi terbatas menjadi promosi yang lebih terencana dan luas. Ini mencerminkan kemajuan dari pemahaman menjadi aplikasi praktis.

Aspek penting lain yang dikembangkan adalah keterampilan berinteraksi dengan pelanggan di platform digital. Peserta dilatih untuk merespon pertanyaan dan komentar pelanggan secara cepat, menjaga nada komunikasi yang profesional namun ramah, serta mengatasi keluhan. Pelatihan juga menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi digital yang efektif. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bapak Andi Wafik Aziz Ah bahwa pelatihan membantunya "mengasah keterampilan komunikasi kepada para pembeli yang penting dalam membangun hubungan yang baik dengan pembeli, pelanggan, dan mitra bisnis," menunjukkan pemahaman akan pentingnya customer relationship management di ranah digital.

Dampak Pelatihan Terhadap Peningkatan Keterampilan Wirausaha

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing ini secara langsung dan tidak langsung berdampak pada berbagai aspek keterampilan wirausaha peserta, yang pada akhirnya berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi mereka.

Dampak paling nyata dari pelatihan adalah peningkatan penjualan yang dilaporkan oleh banyak peserta. Dengan strategi pemasaran digital, produk mereka tidak lagi hanya dikenal di lingkungan terdekat, tetapi mampu menjangkau konsumen dari luar daerah bahkan kota lain. Ibu Rahma secara spesifik menyoroti "peningkatan penjualan kue saya yang cukup signifikan dan jangkauan pembeli yang lebih luas," mengindikasikan keberhasilan dalam menembus batas geografis tradisional. Bapak Andi Wafik Aziz Ah juga merasakan hal serupa, "dapat meningkatkan penjualan produk yang saya jual," menunjukkan korelasi langsung antara adopsi digital marketing dan performa bisnis. Hal ini sejalan dengan teori Resource-Based View (RBV) yang menyatakan bahwa aset tidak berwujud seperti pengetahuan dan keterampilan digital dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif.

Dengan pemahaman tentang tren pasar online, umpan balik dari pelanggan digital, dan analisis kompetitor melalui media sosial, peserta menjadi lebih termotivasi untuk melakukan inovasi produk atau layanan. Mereka mulai berani menawarkan varian baru, menyesuaikan kemasan agar lebih instagrammable, atau bahkan mengembangkan layanan pengiriman. Kemampuan untuk menganalisis pasar digital memungkinkan mereka untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan UMK yang

ketat. Ini adalah manifestasi dari peningkatan keterampilan adaptasi dan inovasi yang esensial dalam kewirausahaan.

Penguasaan keterampilan digital marketing memberikan dorongan signifikan terhadap kepercayaan diri para perempuan pelaku usaha. Mereka tidak lagi merasa tertinggal atau "gaptek" di era digital. Rasa mampu mengelola promosi sendiri, berinteraksi dengan pelanggan online, dan melihat hasil nyata dari upaya digital mereka, menumbuhkan kemandirian. Kepercayaan diri ini bukan hanya berdampak pada bisnis, tetapi juga pada aspek kehidupan personal, memperkuat posisi mereka dalam keluarga dan komunitas sebagai individu yang produktif dan berdaya. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan yang mencakup peningkatan kapasitas diri dan otonomi.

Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional yang seringkali membutuhkan biaya besar (misalnya sewa toko, brosur cetak, iklan koran), pemasaran digital menawarkan alternatif yang jauh lebih efisien. Peserta dapat mempromosikan produk mereka dengan biaya yang relatif rendah atau bahkan gratis melalui optimasi media sosial organik. Ini memungkinkan mereka untuk mengalokasikan sumber daya finansial ke area lain seperti peningkatan kualitas produk atau ekspansi produksi, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

Pembahasan

Temuan penelitian ini secara kuat mendukung literatur yang menyatakan bahwa akses terhadap pendidikan dan pelatihan, khususnya dalam keterampilan digital, merupakan pilar utama dalam pemberdayaan ekonomi perempuan. Organisasi internasional seperti OECD (2018) dan UN Women (2021) secara konsisten menekankan pentingnya inklusi digital bagi perempuan untuk mencapai kemandirian ekonomi dan mengurangi kesenjangan gender. Program pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan di Tanjung Selor Hilir ini tidak hanya berfungsi sebagai jembatan yang efektif untuk menghubungkan perempuan pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dengan peluang yang tak terbatas di pasar digital, tetapi juga sebagai katalisator untuk transformasi ekonomi lokal. Hal ini menegaskan bahwa inisiatif pemberdayaan yang berhasil bukan sekadar transfer teknologi belaka, melainkan investasi strategis dalam pengembangan kapasitas manusia yang berkelanjutan, menciptakan aset intelektual yang bernilai bagi individu dan komunitas. Dengan membekali perempuan dengan keterampilan yang relevan dengan tuntutan pasar saat ini, program ini secara efektif memposisikan mereka untuk menjadi agen perubahan ekonomi di lingkungan mereka.

Implikasi dari penelitian ini sangat signifikan dan multi-dimensional. Pertama, temuan ini secara jelas menunjukkan bahwa program pemberdayaan yang dirancang dengan fokus pada keterampilan praktis dan relevan dengan kebutuhan pasar kontemporer akan menghasilkan dampak yang lebih langsung, terukur, dan berkelanjutan. Pelatihan yang secara spesifik mengajarkan cara menggunakan media sosial untuk promosi, membuat konten visual yang menarik, atau memanfaatkan platform e-commerce terbukti lebih efektif dibandingkan pelatihan generik. Pendekatan ini memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh dapat segera diimplementasikan, menghasilkan peningkatan nyata pada kinerja usaha dan pendapatan peserta. Ini menggarisbawahi pentingnya survei kebutuhan awal dan desain kurikulum yang responsif terhadap dinamika pasar dan kapasitas target audiens.

Kedua, keberhasilan program ini secara signifikan menyoroti esensi dari pendekatan holistik dalam pemberdayaan. Pemberdayaan perempuan tidak hanya terbatas pada peningkatan keterampilan teknis semata. Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan, pelatihan ini juga berhasil menumbuhkan dan memperkuat aspek psikologis krusial seperti kepercayaan diri dan pola pikir kewirausahaan. Ketika perempuan mampu menguasai alat-alat digital dan melihat sendiri bagaimana usaha mereka berkembang berkat upaya digital, rasa percaya diri mereka meningkat drastis. Peningkatan ini adalah fondasi bagi inovasi, pengambilan risiko yang terukur, dan kemampuan untuk mengatasi tantangan bisnis. Pola pikir kewirausahaan yang adaptif dan proaktif ini sangat vital untuk keberlanjutan usaha dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, memastikan bahwa perempuan tidak hanya menjadi operator, tetapi juga pemikir strategis bagi usaha mereka.

Ketiga, temuan empiris dari penelitian ini menyediakan bukti kuat bahwa pemasaran digital, ketika diajarkan secara tepat dan mudah diakses, dapat berfungsi sebagai akselerator pertumbuhan yang powerful bagi UMK yang dikelola perempuan, khususnya di daerah pedesaan atau semi-urban seperti Tanjung Selor Hilir. Di lokasi-lokasi yang mungkin memiliki

keterbatasan infrastruktur fisik atau akses pasar tradisional, digital marketing membuka pintu ke pasar global. Hal ini berpotensi meratakan lapangan bermain bagi UMK lokal untuk bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar, memberdayakan perempuan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka jauh melampaui batas geografis fisik.

Meskipun dampak positifnya sangat jelas, keberlanjutan program dan tantangan yang mungkin dihadapi peserta pasca-pelatihan juga perlu menjadi perhatian serius dalam perencanaan di masa mendatang. Tantangan struktural seperti akses internet yang stabil, ketersediaan dan biaya kuota yang terjangkau, serta dinamika algoritma platform digital yang terus berubah dan memerlukan pembaruan pengetahuan berkelanjutan, dapat menjadi penghambat signifikan bagi kelangsungan implementasi strategi digital mereka. Oleh karena itu, rekomendasi ke depan dapat mencakup inisiatif jangka panjang seperti program pendampingan intensif pasca-pelatihan, pengembangan akses internet komunitas dengan biaya terjangkau, atau penyelenggaraan lokakarya lanjutan secara berkala untuk memperbarui keterampilan dan pengetahuan peserta seiring dengan perkembangan teknologi. Penelitian ini secara tegas menegaskan bahwa investasi yang berkelanjutan dalam literasi digital dan keterampilan pemasaran digital adalah strategi yang tidak hanya kuat tetapi esensial untuk mendorong inklusi ekonomi dan kemandirian perempuan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi substansial pada pembangunan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan luas.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan diatas yaitu mengenai implementasi pendekatan penilaian pelatihan pemberdayaan perempuan digital marketing dalam meningkatkan keterampilan wirausaha di Tanjung Selor Hilir. Dari Observasi dan wawancara pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa organisasi tersebut memang menggunakan pendekatan penilaian dengan pelatihan digital marketing dalam meningkatkan keterampilan wirausaha walaupun tidak dinyatakan secara langsung namun poin-poin yang terdapat dalam pendekatan tersebut sesuai dengan aplikasi penilaian pelatihan digital marketing dalam meningkatkan keterampilan wirausaha disana. poin-poin yang di maksud adalah sebagai berikut:

1. Memahami pengalaman perempuan di Tanjung selor Hilir dalam pelatihan digital marketing pada pelatihan digital marketing dalam meningkatkan keterampilan wirausaha di Tanjung Selor Hilir ini memang sudah melaksanakan perencanaan untuk organisasi dalam bentuk visi misi dari pimpinan PLUT KUMKM Kabupaten Bulungan yang dilakukan perencanaan dengan analisa dan evaluasi proses pelatihan setelah itu diadakannya rapat bersama dengan pengurus untuk dilakukan pemaparan visi misi PLUT KUMKM untuk dijadikan patokan dalam menjalankan pelatihan ini karena didalam rapat yang dilakukan itu semua pengurus menyatukan pemikiran untuk menjalankan pelatihan sesuai dengan visi misi yang sudah ditetapkan dan disepakati bersama.
2. Kedua mengenai poin bagaimana pelatihan digital marketing telah meningkatkan keteampilan wirausaha perempuan di Tanjung Selor Hilir. Hal ini meningkatkan kemampuan mereka untuk menjangkau dan menarik pelanggan potensial di lingkungan digital. Pengambilan Keputusan Berbasis Data Pelatihan memberikan pengetahuan tentang analisis data dan metrik digital, memungkinkan wirausaha perempuan membuat keputusan yang lebih terukur dan informasi. Kemampuan ini meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka. Efisiensi dan Skala Bisnis, Pelatihan memperkenalkan alat dan platform digital yang dapat membantu wirausaha perempuan mencapai efisiensi dan skala dalam operasi bisnis, Pengetahuan ini memungkinkan mereka untuk menjalankan bisnis dengan lebih ekonomis dan memperluas jangkauan.
3. Mengenai poin menganalisis dampak pelatihan digital marketing terhadap pemberdayaan perempuan di Tajung Selor Hilir. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan, Pelatihan digital marketing memberikan para peserta perempuan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran digital. seperti SEO, media sosial, konten pemasaran. hal ini meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam menjalankan bisnis secara efektif di lingkungan digital. peningkatan kemandirian ekonomi dengan keterampilan digital marketing yang diperoleh, perempuan di tanjung

selor hilir dapat menjalankan bisnis mereka secara lebih mandiri dan produktif. hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan memberdayakan mereka secara ekonomi. peningkatan kepercayaan diri pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kepercayaan diri perempuan dalam memulai dan menjalankan bisnis mereka. pengetahuan dan keterampilan baru yang diperoleh dapat menumbuhkan keyakinan dalam kemampuan mereka. perluasan jangkauan pasar dengan menguasai teknik pemasaran digital, perempuan di tanjung selor hilir dapat menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkungan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Herliawati P, 2009. Upaya Pemberdayaan Perempuan , Depok : Jurnal Universitas Indonesia ,2009.
- Alma, B. 2008. Kewirausahaan, Alfabeta, Bandung
- Dedi Purwana ES, R. S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit . Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) Vol 1 No.1 E-ISSN: 2580-4332 , 1-17.
- Fauzi, H.A. 2004. Analisis Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Pembelajaran Organisasional Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Industri Garmen Di Kota Semarang); Tesis Program Pascasarjana Universitas Diponogoro Semarang (Tidak Dipublikasikan).
- Fauziyah, F. (2020). Tantangan UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Ditinjau dari Aspek Marketing dan Accounting. JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan), 5(2), 155-172.
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management), 14(1), 15- 30.
- Longenecker et al. 2001. Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil, Salemba Empat, Jakarta pegertianPemberdayaanPerempuan,tersediadi:<http://eprints.ung.ac.id/5374/5/2013-1-86205-121408099-bab2-01082013024034.pdf> (5 september 2019).
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46-53.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1- 17.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. Cano Ekonomos, 6(1), 51-58
- Surnyana. 2006. Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses, Salemba Empat, Jakarta.
- Tutik Sulistyowati, 2015. “Model Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Profesional dan Daya Saing untuk Menghadapi Komersialisasi Dunia Kerja”. Jurnal Perempuan dan Anak, 1 (1): Januari