

Peningkatan Keterampilan Digital Masyarakat Desa Sidoklumpuk Melalui Pelatihan Pemasaran Digital dan Pembuatan Konten Visual

Cantika Aura Jahzy & Indah Respati Kusumasari

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010232@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sidoklumpuk dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat, khususnya para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan menggunakan metode pelatihan dan praktik langsung, masyarakat dilatih dalam pemasaran digital dan pembuatan konten visual yang menarik melalui aplikasi sederhana. Pengumpulan data dilakukan melalui survei awal, pre-test, dan observasi langsung untuk mengukur pemahaman dan keterampilan masyarakat sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman masyarakat tentang pemasaran digital dan kemampuan mereka dalam membuat konten berkualitas, yang berdampak positif pada peningkatan jangkauan dan penjualan produk lokal. Meskipun terdapat beberapa keterbatasan dalam penguasaan teknik yang lebih kompleks, kegiatan ini berhasil memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya mencakup pelatihan lanjutan dan pendampingan intensif untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Keterampilan Digital, Pemasaran Digital, Pelatihan, Konten Visual.

ABSTRACT

This community service activity was carried out in Sidoklumpuk Village with the aim of improving the digital skills of the community, especially micro, small and medium enterprises (MSMEs). Using hands-on training and practice methods, participants were trained in digital marketing and creating attractive visual content through simple applications. Data collection was conducted through an initial survey, pre-test, and direct observation to measure participants' understanding and skills before and after the training. The results of the activity showed a significant increase in participants' understanding of digital marketing and their ability to create quality content, which had a positive impact on increasing the reach and sales of local products. Despite some limitations in mastering more complex techniques, this activity succeeded in making a real contribution to the community. Recommendations for future activities include further training and intensive mentoring to sustainably improve the community's digital skills.

Keywords: Community Service, Digital Skills, Digital Marketing, Training, Visual Content.



PENDAHULUAN

Transformasi digital semakin berkembang di berbagai sektor, termasuk di pedesaan. Desa Sidoklumpuk merupakan salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi besar di bidang pertanian dan kerajinan, sehingga memerlukan keterampilan digital untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasarnya. Namun, keterbatasan pengetahuan masyarakat lokal mengenai teknologi digital masih menjadi kendala utama dalam memanfaatkan potensi tersebut (Saputra, 2020). Kurangnya pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi seperti media sosial, pemasaran digital, dan pembuatan konten merupakan permasalahan penting yang harus segera diatasi agar masyarakat menjadi lebih mandiri secara ekonomi. Pengembangan keterampilan digital di pedesaan terbukti meningkatkan perekonomian lokal, terutama dengan meningkatkan akses pasar yang lebih besar melalui platform digital (Hidayat, 2021).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan teknologi dapat mengurangi kesenjangan digital antara perkotaan dan pedesaan (Suryana, 2019). Hal ini memperkuat keyakinan kami bahwa pelatihan keterampilan digital berbasis komunitas dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan. PT Otak Kanan, tempat magang penulis dalam mendapatkan pengalaman sebagai content creator dan content writer menjadi dasar pendekatan pengabdian ini. Masyarakat di Desa Sidoklumpuk diajari keterampilan membuat konten kreatif dan menggunakan media sosial untuk meningkatkan keterampilan digital mereka.

Dalam pengabdian ini, masyarakat akan mendapatkan pelatihan mengenai strategi pembuatan konten, pengelolaan media sosial, dan dasar-dasar pemasaran digital terkait potensi

desa.

Kegiatan ini bertujuan untuk berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat, khususnya dengan menciptakan peluang ekonomi baru melalui keterampilan digital. Selain itu, kegiatan ini juga merupakan langkah untuk mengurangi kesenjangan digital antara desa dan kota serta membangun kemandirian ekonomi berbasis teknologi. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat desa Sidoklumpuk agar dapat memanfaatkan teknologi secara optimal untuk mengembangkan bisnis lokal dan memperluas akses pasar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode Pelatihan dan Praktek Langsung dengan pendekatan Project Based Learning (PBL). Metode ini melibatkan masyarakat Desa Sidoklumpuk dalam pelatihan keterampilan digital secara langsung, dengan penerapan konsep berbasis proyek. Masyarakat tidak hanya menerima materi teori tetapi juga diajak untuk mempraktikkan keterampilan yang mereka pelajari melalui pembuatan dan publikasi konten digital.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian

| No | Tahapan | Kegiatan |
|----|-----------------|--|
| 1. | Tahap awal | Survei Lapangan a. Identifikasi Kebutuhan Masyarakat b. Pendataan SDM yang Akan Mengikuti Pelatihan |
| 2. | Tahap Persiapan | a. Penyusunan konsep program dari pengabdi b. Pengumpulan Bahan dan Sumber Daya c. Penyusunan Jadwal Pelatihan |

| | | |
|----|--------------------------------------|--|
| 3. | Penyusunan program hasil kesepakatan | a. Penyesuaian rencana program pengabdian b. Penyusunan Modul Pelatihan |
| 4. | Implementasi pelatihan | a. Sosialisasi program pada masyarakat setempat b. Praktek Langsung pembuatan konten digital c. Evaluasi hasil praktek |
| 5. | Laporan | Penyusunan laporan |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sidoklumpuk bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat setempat, terutama dalam penggunaan teknologi untuk mendukung usaha lokal. Kegiatan ini dirancang berdasarkan kebutuhan masyarakat, yang sebagian besar merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), namun belum sepenuhnya memanfaatkan media digital dalam memasarkan produk mereka. Melalui survei awal, diketahui bahwa keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital menjadi salah satu hambatan utama dalam mengembangkan usaha mereka. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk memberikan solusi berupa pelatihan keterampilan digital yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mereka.

Program pelatihan ini dirancang untuk mengajarkan keterampilan pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran online yang bisa langsung diaplikasikan oleh masyarakat. Pelatihan ini terdiri dari sesi teori dan praktek yang dilaksanakan dalam beberapa tahap, mulai dari pengenalan dasar mengenai pentingnya pemasaran digital hingga pelatihan teknis seperti penggunaan aplikasi desain grafis dan video editing. Masyarakat diajak untuk

mempraktikkan keterampilan yang mereka pelajari melalui pembuatan dan publikasi konten promosi produk lokal mereka sendiri. Pendekatan ini dirancang agar masyarakat tidak hanya memahami teori, tetapi juga memiliki pengalaman praktis yang relevan dengan kebutuhan bisnis mereka. Selama pelatihan, antusiasme dan energi masyarakat terlihat jelas di setiap sesinya. Mereka dengan cepat menyadari manfaat dari keterampilan yang diajarkan, terutama untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan daya tarik produk mereka melalui konten visual. Banyak masyarakat yang selama ini hanya menggunakan media sosial untuk tujuan pribadi kini mulai menyadari potensi besar platform ini sebagai alat pemasaran yang efektif.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa proyek ini berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya keterampilan digital dalam dunia teknologi informasi yang terus berkembang. Selain peningkatan kesadaran, masyarakat juga meningkatkan kemampuannya dalam menghasilkan dokumen digital secara signifikan. Sebelum pelatihan, sebagian besar masyarakat tidak memiliki kemampuan teknis memotret, mengedit video, atau membuat desain grafis.

Namun, setelah melalui pelatihan, mereka mampu menghasilkan konten video berkualitas yang mereka gunakan untuk mempromosikan produk lokalnya. Beberapa masyarakat mengatakan bahwa konten yang mereka publikasikan di media sosial mulai mendapat respon positif seiring dengan meningkatnya jumlah pengikut dan interaksi di akun bisnis mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan digital bukan sekedar pengetahuan, namun keterampilan praktis yang dapat dimanfaatkan dengan baik.

Hasil dari kegiatan ini dapat dilihat melalui beberapa indikator yang mencerminkan keberhasilan program, baik dari sisi peningkatan pemahaman masyarakat, keterampilan yang diimplementasikan, maupun dampak terhadap ekonomi lokal.

A. Peningkatan Pemahaman Digital Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sidoklumpuk berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya keterampilan digital, terutama dalam mendukung usaha kecil dan menengah. Melalui sosialisasi dan pelatihan intensif, masyarakat diperkenalkan dengan berbagai platform digital dan strategi pemasaran yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan. Pendekatan pelatihan dan praktik langsung memberikan dampak yang signifikan, di mana masyarakat secara aktif terlibat dalam setiap tahapan pembelajaran, mulai dari teori hingga aplikasi praktis.



Gambar 1. Sosialisasi Peningkatan Keterampilan Digital Masyarakat Desa Sidoklumpuk.

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terdapat peningkatan yang signifikan dalam pemahaman masyarakat terhadap penggunaan teknologi digital dan media sosial untuk pemasaran produk. Sebelum pelatihan, sebagian besar masyarakat (75%) hanya memiliki pengetahuan dasar mengenai

penggunaan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk keperluan pribadi. Namun, setelah pelatihan, sekitar 85% masyarakat menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, penggunaan aplikasi desain grafis (Canva), dan teknik pengambilan gambar yang menarik untuk promosi produk lokal.

B. Produksi Konten Digital

Salah satu indikator utama keberhasilan pelatihan ini adalah kemampuan masyarakat dalam memproduksi konten digital yang berkualitas. Selama pelatihan, setiap masyarakat diminta untuk membuat konten digital berupa foto dan video promosi produk lokal mereka. Pada akhir pelatihan, sekitar 80% masyarakat berhasil menghasilkan konten yang sesuai dengan standar kualitas yang diajarkan, termasuk tata letak visual, pencahayaan foto, serta caption yang menarik dalam konten promosi produknya. Konten yang dihasilkan mencerminkan pemahaman yang baik terkait estetika visual dan strategi komunikasi digital.



Gambar 2. Konten Promosi Produk Masyarakat Sidoklumpuk

Sebagai contoh, beberapa masyarakat berhasil membuat konten promosi untuk produk sabun yang diproduksi sendiri dan mendapatkan banyak respons positif di media

sosial. Dalam konten tersebut tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga desain iklan yang menarik yang menambah daya tarik konten.

C. Pengelolaan Media Sosial untuk Pemasaran

Sebelum pelatihan, sebagian besar masyarakat belum memanfaatkan akun media sosial secara optimal untuk keperluan bisnis. Namun, setelah pelatihan, 90% masyarakat mulai menggunakan Instagram dan Facebook secara aktif untuk mempromosikan produk mereka.



Gambar 3. Konten Pemasaran Digital yang Diunggah ke Facebook

Beberapa masyarakat bahkan berhasil meningkatkan jumlah pengikut dan interaksi di akun bisnis mereka. Dalam waktu satu bulan setelah pelatihan, beberapa masyarakat melaporkan peningkatan penjualan hingga 30%, yang disebabkan oleh meningkatnya eksposur produk di media sosial.

D. Penerapan Strategi Pemasaran Digital

Setelah pelatihan, masyarakat mampu mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran digital yang dipelajari, seperti memanfaatkan fitur-fitur di Instagram (stories, reels, dan feeds) untuk meningkatkan visibilitas produk. Mereka juga mulai memahami pentingnya konsistensi dalam branding dan engagement dengan audiens,

yang berdampak positif pada peningkatan kepercayaan dan kesadaran konsumen terhadap produk lokal mereka.

Beberapa masyarakat yang bergerak di bidang usaha kecantikan, mulai aktif mempublikasikan produk mereka melalui posting rutin, dengan desain visual yang menarik dan narasi cerita di balik setiap produk yang mereka buat. Ini membantu menciptakan hubungan yang lebih personal antara penjual dan konsumen.

E. Dampak Terhadap Ekonomi Lokal

Program ini memberikan dampak positif terhadap ekonomi masyarakat Desa Sidoklumpuk. Setelah pelatihan, beberapa masyarakat yang mengelola usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melaporkan peningkatan penjualan produk mereka secara online.

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa program pengembangan keterampilan digital ini berhasil membawa manfaat positif bagi warga desa Sidoklumpuk. Keterampilan yang diperoleh para masyarakat telah membantu mereka memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan dan menjual produk lokal. Pendekatan pembelajaran berbasis proyek yang diterapkan telah efektif dalam meningkatkan partisipasi dan pemahaman masyarakat, serta relevansi materi pembelajaran dengan kebutuhan sosial yang mendukung keberhasilan proyek.

Tabel 1. Solusi dan pengabdian

| Masalah | Solusi | Luaran |
|---|---|---|
| Keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang pemasaran digital untuk produk lokal. | Memberikan pelatihan dasar pemasaran digital, termasuk strategi penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook. | Masyarakat memahami dasar-dasar pemasaran digital dan dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. |
| Rendahnya keterampilan teknis dalam membuat konten digital (foto dan video). | Pelatihan pembuatan konten dengan aplikasi sederhana seperti Canva dan Capcut. | Masyarakat mampu menghasilkan konten visual berkualitas berupa foto produk dan video promosi. |
| Minimnya jangkauan pemasaran karena hanya mengandalkan promosi offline. | Membimbing masyarakat untuk memanfaatkan platform digital agar jangkauan pemasaran lebih luas. | Masyarakat berhasil meningkatkan jangkauan pasar produk lokal melalui promosi online dan media sosial. |
| Sulitnya membangun interaksi yang efektif dengan pelanggan di media sosial. | Pelatihan mengenai engagement di media sosial, seperti cara membuat caption menarik dan balasan cepat. | Masyarakat lebih aktif berinteraksi dengan konsumen di media sosial dan meningkatkan engagement akun bisnis mereka. |

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian

| Kondisi Awal | Intervensi | Kondisi Perubahan |
|---|---|---|
| Masyarakat kurang menyadari manfaat teknologi dalam usaha mereka. | Pelatihan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya teknologi dalam pengembangan usaha. | Masyarakat menjadi lebih sadar dan antusias dalam menerapkan teknologi untuk meningkatkan usaha. |
| Masyarakat tidak memiliki pengetahuan tentang alat dan platform digital. | Workshop mengenai alat digital yang dapat digunakan untuk pemasaran dan pembuatan konten. | Masyarakat mampu mengenal dan menggunakan berbagai alat digital untuk mempromosikan produk mereka. |
| Kualitas konten yang dihasilkan masyarakat sangat rendah dan tidak menarik. | Latihan pembuatan konten visual menggunakan teknik fotografi dan desain grafis. | Kualitas konten masyarakat meningkat, dengan banyak yang mampu membuat foto dan video produk yang menarik |
| Partisipasi masyarakat dalam kegiatan pemasaran digital sangat minim. | Kegiatan praktik langsung untuk mempromosikan produk mereka di platform digital. | Masyarakat menunjukkan partisipasi aktif dalam memasarkan produk mereka secara digital. |

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup langkah-langkah pengumpulan data yang dilakukan melalui survei awal dan observasi langsung sebelum serta setelah pelatihan, serta implementasi metode pelatihan dan praktik langsung yang memfokuskan pada pemasaran digital dan pembuatan konten. Kontribusi utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan digital masyarakat. Hal ini terlihat dari peningkatan pemahaman mereka tentang pemasaran digital dan kemampuan untuk membuat konten visual menarik. Dampak positifnya adalah meningkatnya jangkauan dan penjualan produk lokal. Meskipun begitu, terdapat keterbatasan pada hasil kegiatan, yaitu masih adanya beberapa masyarakat yang belum sepenuhnya menguasai teknik pemasaran digital yang lebih kompleks.

Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan pengabdian selanjutnya melibatkan pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital dan manajemen media sosial, serta pendampingan yang lebih intensif. Cakupan pekerjaan di masa depan melibatkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau organisasi non-pemerintah untuk menciptakan program yang lebih berkelanjutan dalam meningkatkan keterampilan digital masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Penulis menyampaikan penghargaan kepada PT Otak Kanan atas kesempatan yang diberikan kepada kami untuk belajar dan menerapkan keterampilan digital di masyarakat. Keberadaan lembaga ini telah memberikan

landasan yang kuat bagi kami dalam merancang program yang bermanfaat bagi masyarakat.

Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada masyarakat Desa Sidoklumpuk yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan dan praktik. Antusiasme dan keterlibatan mereka sangat berarti dan menjadi pendorong bagi kami untuk terus berkomitmen dalam melakukan pengabdian masyarakat. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha mereka di masa depan.

Terakhir, penulis menghargai semua tim pengabdian yang telah bekerja keras dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan ini. Tanpa kerja sama dan dedikasi dari semua pihak, kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan baik. Semoga kerja sama ini dapat berlanjut dan menghasilkan program-program bermanfaat lainnya di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A., P., Nurhadi. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM, 2(4), 43-49. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.736>
- Danny, Robin. (2021). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Di Modern Furniture Tanjungpinang, 4(1), 83-90. <http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v4i1.4357>
- Djamaludin, D., Anwar, A., & Rukmana, O. (2016). Peningkatan kemampuan usaha kecil dan menengah di Wilayah Bandung Raya dalam pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran dan perluasan jangkauan pasar. Jurnal Penelitian dan Pengabdian, 4(1), 125-130. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.1866>

- Eko, P., Ika, D., Heri, P. (2023). Pelatihan Manajemen Pemasaran Digital Untuk Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kecamatan Sayegan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(10), 2341-2344. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i10.515>
- Elisa, S., (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor, 1(2), 36-50. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Muljanto, S., Pamela, M., Trinandari, P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM, 2(2), 88-100. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1001>
- Nurtrian, H., Prin, T., Nur, W. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119-124. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Saudah, S., Dodot, S., Maulid, A., & Fajar, S. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.566>
- Siti, A., Firmansyah, Meutia, L. (2023). Edukasi Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Dengan Memanfaatkan Digital Marketing Melalui Sosial Media. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 665-670. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v4i1.2572>
- Slamet, R., Muh, N., L., Andi R., P. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137-142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>