

Pemberdayaan UMKM Pengrajin Tas Kulit di Tanggulangin Berbasis Digital Marketing

Oleh:

Mochamat Royfen Cahya Alfarizi

Isnaini Rodiyah

Progam Studi Administrasi Publik
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2026



Pendahuluan

Di era digital, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya dalam pemasaran berbasis digital. Digital marketing menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Desa Kludan, Kecamatan Tanggulangin dikenal sebagai sentra kerajinan tas kulit, namun masih menghadapi kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, serta dampak pandemi dan bencana yang menurunkan pendapatan. Oleh karena itu, pemerintah desa melakukan pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing guna meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan UMKM.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana pemberdayaan UMKM pengrajin tas kulit di Desa Kludan melalui digital marketing?
2. Bagaimana peran pemerintah desa dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM?
3. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM dalam penerapan digital marketing?
4. Bagaimana Dampak digital marketing terhadap keberlanjutan usaha UMKM?

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian di Desa Kludan, Kecamatan Tanggulangin. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil

A. Kegiatan Terencana dan Kolektif

Program pemberdayaan dilakukan melalui musyawarah desa dan melibatkan berbagai pihak seperti pemerintah desa, akademisi, dan pelaku UMKM. Pelatihan digital marketing dilaksanakan secara terstruktur pada tahun 2024 dengan materi seperti desain produk, fotografi produk, dan pemasaran online. Namun, kendala utama masih pada rendahnya kemampuan teknologi terutama pada pelaku UMKM usia lanjut. Pemerintah juga melakukan pendampingan lanjutan serta mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM.

B. Memperbaiki Kehidupan Masyarakat

Digital marketing membantu UMKM mempertahankan usaha pasca pandemi dan bencana, meskipun belum sepenuhnya memulihkan kondisi ekonomi. Pelaku UMKM mulai mampu menjangkau pasar yang lebih luas melalui penjualan online. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang beralih ke digital juga mendorong UMKM untuk beradaptasi. Pemberdayaan ini berdampak pada peningkatan pengetahuan dan perubahan pola pemasaran dari konvensional ke digital.

C. Prioritas bagi Kelompok Lemah

Program pemberdayaan memprioritaskan UMKM dengan keterbatasan, baik dari segi teknologi maupun legalitas usaha. Pemerintah desa memberikan pendampingan khusus, bantuan modal, serta fasilitas pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, bantuan peralatan produksi juga diberikan kepada UMKM yang membutuhkan. Pendekatan ini menunjukkan adanya upaya pemerataan dan keadilan dalam pemberdayaan.

D. Peningkatan Kapasitas

Pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan. Pelaku UMKM dilatih dalam pemasaran digital, pembuatan konten, hingga strategi promosi online. Pendampingan dilakukan secara terus menerus agar UMKM mampu mandiri dan tidak mengalami kesulitan dalam implementasi digital marketing. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan, kreativitas, serta kepercayaan diri pelaku UMKM.

Pembahasan

Pemberdayaan UMKM di Desa Kludan telah berjalan sesuai dengan teori Soeharto yang menekankan pada peningkatan kapasitas, kemandirian, dan akses terhadap sumber daya. Program yang dilakukan tidak hanya sebatas pelatihan, tetapi juga mencakup pendampingan berkelanjutan yang bersifat partisipatif dan inklusif. Digital marketing terbukti menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM, meskipun masih terdapat kendala pada literasi digital dan adaptasi teknologi. Kolaborasi antara pemerintah desa, akademisi, dan pelaku UMKM menjadi faktor kunci keberhasilan program ini.

Temuan Penting Penelitian

Temuan penting dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing menjadi strategi yang cukup efektif dalam membantu pelaku UMKM di Desa Kludan untuk memperluas jangkauan pasar dan mempertahankan keberlangsungan usaha, terutama setelah terdampak pandemi dan bencana. Namun, keberhasilan tersebut masih dihadapkan pada kendala utama berupa rendahnya literasi digital, khususnya pada pelaku UMKM yang berusia lanjut. Penelitian ini juga menemukan bahwa pemberdayaan yang tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan dan monitoring secara berkelanjutan, terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kemampuan dan kemandirian pelaku UMKM. Selain itu, pendekatan pemberdayaan yang memprioritaskan kelompok lemah melalui bantuan modal, kemudahan legalitas usaha, dan dukungan fasilitas produksi mampu menciptakan pemerataan peluang ekonomi. Kolaborasi antara pemerintah desa, akademisi, dan pelaku UMKM juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan program, sehingga pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir, kreativitas, dan daya saing UMKM di era digital.

Manfaat Penelitian

1. Memberikan referensi bagi pemerintah desa dalam merancang program pemberdayaan UMKM
2. Menjadi acuan strategi pengembangan UMKM berbasis digital marketing
3. Meningkatkan kesadaran pentingnya literasi digital bagi pelaku usaha
4. Mendukung penguatan ekonomi lokal berbasis potensi daerah
Memberikan kontribusi akademis dalam kajian pemberdayaan masyarakat

Referensi

- [1] H. Sukmana, I. Rodiyah, and L. Mursyidah, "Implementation of Micro, Small and Medium Enterprises Policy during the Covid-19 Pandemic in Sidoarjo," JKMP (Jurnal Kebijak. dan Manaj. Publik), vol. 10, no. 1, pp. 34–41, 2022, doi: 10.21070/jkmp.v10i1.1684.
- [2] J. Missy et al., "Transformasi Digital Pengrajin Tas Tanggulangan : E-Business di Era Pasar Global," vol. 5, no. November, 2024.
- [3] K. Sedyastuti, "Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global," INOBIS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones., vol. 2, no. 1, pp. 117–127, 2018, doi: 10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65.
- [4] N. Fauza et al., "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Digital Marketing di Masa New Normal," J. Community Engagem. Res. Sustain., vol. 2, no. 3, pp. 115–122, 2022, doi: 10.31258/cers.2.3.115-122.
- [5] F. Keguruan, P. Fkip, and U. Tangerang, "Abdi Pandawa- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) PENGENALAN TEKNOLOGI E-MARKET Abdi Pandawa-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)," vol. 4, no. 1, pp. 14–21, 2024.
- [6] R. Fahlevie et al., "Strategi Pemberdayaan Branding Dan Digital Marketing Bagi Umkm Menuju Ekonomi Digital Di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan," Community Dev. J., vol. 5, no. 4, pp. 7846–7853, 2024.
- [7] R. Ariana, "Pengertian Pemberdayaan Masyarakat," p. 4, 2016.
- [8] M. Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan, vol. 53, no. 9. 2019. <http://repository.iainponorogo.ac.id>
- [9] D. S. Charismana, H. Retnawati, and H. N. S. Dhewantoro, "Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta," Bhineka Tunggal Ika Kaji. Teor. dan Prakt. Pendidik. PKn, vol. 9, no. 2, pp. 99–113, 2022, doi: 10.36706/jbti.v9i2.18333.
- [10] W. I. Ischak, B. Y. Badjuka, and Zulfiayu, "Modul Riset Keperawatan," vol. 12, pp. 99–119, 2019.
- [11] K. N. P. E. S. K. Anak, "Eksplorasi Seksual Komersial Anak di Indonesia," Medan, Restu Print. Indones. hal.57, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2008, doi: 10.21831/hum.v21i1.
- [12] Afriansyah, Pengertian dan Konsep Pemberdayaan Masyarakat. 2023.
- [13] Aguswan and Abdul Mirad, "Pemberdayaan Masyarakat Desa Kuapan Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar," J. Adm. Polit. dan Sos., vol. 2, no. 2, pp. 90–98, 2021, doi: 10.46730/japs.v2i2.67.
- [14] S. Mariam and A. H. Ramli, "Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran Umkm Di Kota Jakarta Barat," Indones. Collaboration J. Community Serv., vol. 3, no. 4, pp. 379–390, 2023.
- [15] A. Suherman, F. Firdiyani, U. Islam, and S. Yusuf, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Pembuatan Tempe di RT 03 RW 02 Kelurahan Koang Jaya Kecamatan Karawaci Kota Tangerang 02 Kelurahan Koang Jaya Kecamatan Karawaci Kota Tangerang," no. 2, 2024.
- [16] S. Kasnelly and H. A. Luthfi, "Sri Kasnelly, SE., M.M., CIQaR 1 , H. Ahmad Luthfi, S.Ag., ME.I 2," 2021.
- [17] D. H. Sumarta and M. Maemunah, "Efektivitas Kinerja Pemerintah Kalurahan Sendangadi dalam Peningkatan Pemberdayaan UMKM di Kalurahan Sendangadi," JISI POL (Jurnal Ilmu Sos. Dan Ilmu Polit., vol. 8, no. 1, pp. 72–87, 2024, <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/jisipol/article/view/1374>
- [18] Chairul Fajar Tafriyanto, Septi Dariyatul Aini, Moh. Zayyadi, Fetty Nuritasari, and Nurul Fajaria Putri, "Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha dalam Rangka Pengembangan UMKM," J. Pengabd. Masy. Sains dan Teknol., vol. 2, no. 2, pp. 147–153, 2023, doi: 10.58169/jpmsaintek.v2i2.159.
- [19] D. I. Margayaningsih, "Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat di Desa," J. Publiciana, vol. 11, no. 1, pp. 72–88, 2018.
- [20] T. R. Alfiana and I. U. Choiriyah, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program Puspaga Dikelurahan Sidodadi Kecamatan Simokerto Surabaya," J. Publicuho, vol. 7, no. 3, pp. 1272–1287, 2024, doi: 10.35817/publicuho.v7i3.490.
- [21] Pemda Provinsi Riau, "Kabupaten Kuantan Singingi," Pemerintah Drh. Provinsi Riau, vol. 13, no. April, pp. 36–43, 2013.

