

Rivisi Semhas Mochamat Royfen ACC Bismillah.docx

by Akun Cek

Submission date: 13-Apr-2026 11:18PM (UTC+0800)

Submission ID: 2924808509

File name: Rivisi_Semhas_Mochamat_Royfen_ACC_Bismillah.docx (356.43K)

Word count: 6903

Character count: 46189



4 PEMBERDAYAAN UMKM Pengerajin Tas Kulit di Tanggulangin Berbasis Digital Marketing

Mochamat Royfen Cahya Alfarizi¹, Isnaini Rodiyah*²

¹Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: isnainirodiyah@umsida.ac.id

Abstract. The research goals to analyze and describe the empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) leather bag craftsmen in Kludan Village through the use of digital marketing. The research methodology is descriptive and qualitative. Interviews, observations, documentation were utilized to assemble data, which were then examined using Miles and Huberman's interactive model. This outcomes are: (1.) The empowerment of MSMEs in Kludan Village has been implemented in a planned manner through village deliberations and realized in a digital marketing training program in 2024 involving the village government, academics, and MSME actors, although there are still obstacles in low digital literacy. (2.) The use of digital marketing helps MSME actors in expanding market reach and maintaining businesses after the pandemic and disasters, although it has not been fully able to restore economic conditions to the previous state. (3.) The empowerment program has prioritized MSME actors who have limitations, both in terms of digital literacy and access to business legality, through mentoring, ease of NIB processing, and the provision of capital and production equipment assistance. (4.) Empowerment is carried out through training, mentoring and continuous monitoring which improves the digital skills of MSME actors, especially in online marketing, product packaging and digital media-based promotions.

Keywords - Empowerment, MSMEs, Digital Marketing, Training, E-commerce

Abstrak. Penelitian bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pengerajin tas kulit di Desa Kludan melalui pemanfaatan digital marketing. Metode penelitian yang dipergunakan berupa kualitatif pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan dilakukan analisis memanfaatkan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian yaitu: (1.) Pemberdayaan UMKM di Desa Kludan telah dilaksanakan secara terencana melalui musyawarah desa dan divujukan dalam program pelatihan digital marketing tahun 2024 yang melibatkan pemerintah desa, akademisi, dan pelaku UMKM, meskipun masih terdapat kendala pada rendahnya literasi digital. (2.) Pemanfaatan digital marketing membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan mempertahankan usaha pasca pandemi dan bencana, walaupun belum sepenuhnya mampu mengembalikan kondisi ekonomi seperti sebelumnya. (3.) Program pemberdayaan telah memprioritaskan pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan, baik dari segi literasi digital maupun akses legalitas usaha, melalui pendampingan, kemudahan pengurusan NIB, serta pemberian bantuan modal dan peralatan produksi. (4.) Pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan yang meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM, khususnya dalam pemasaran online, pengemasan produk, dan promosi berbasis media digital.

Kata Kunci – Pemberdayaan, UMKM, Digital Marketing, Pelatihan, E-commerce

How to cite: Nama Penulis Pertama, Nama Penulis Kedua (2018) Instructions for Writing and Submit Journal Articles at Muhammadiyah University Sidoarjo 16pt Bold (Petunjuk Penulisan dan Kirim Artikel Jurnal di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 16pt Bold-Title Case). *IJCCD* 1 (1). doi: 10.21070/ijccd.v4i1.843

I. PENDAHULUAN

Di era modern seperti saat ini, digitalisasi mempunyai peran yang sangat penting terutama bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Sesuai dengan Undang-Undang no 20 tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM memiliki kontribusi serta potensi yang sangat penting dalam perekonomian. Banyak pelaku UMKM memanfaatkan digital marketing dalam melakukan pemasaran serta menambah penjualan produk mereka, karena memiliki jangkauan pasar yang sangat luas. Pada saat ini para pelaku UMKM dipaksa untuk bisa menguasai teknologi guna bisa mengembangkan usahanya. UMKM terus dinilai mempunyai serta memberi peran baik untuk semua masyarakat yang akan memulai usaha guna kelangsungan hidup, hal yang pastinya memengaruhi perekonomian di Indonesia secara luas[1]. Pertumbuhan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan dinamika pasar[2]. UMKM menjalani banyak masalah, yakni keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia rendah, kurang cakupannya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi[3]. Di era digital keberhasilan UMKM terletak pada bagaimana mereka menggunakan teknologi sebagai alat pemasaran ataupun penjualan dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

<http://doi.org/10.21070/ijccd.v4i1.843>

Digital Marketing sendiri memiliki arti sebagai alat pemasaran dan penjualan produk secara online atau memanfaatkan teknologi melalui e-commerce. Di zaman sekarang, penjualan melalui digital marketing sangat penting, terutama bagi UMKM. Ini adalah satu dari jenis strategi pemasaran yang digunakan dalam mempromosikan produk ke konsumen dengan cepat serta tepat waktu. Tidak banyak UMKM di Indonesia yang menggunakan digital marketing sebagai metode pemasaran mereka saat ini. [4].

Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin termasuk wilayah di Kabupaten Sidoarjo yang terkenal dengan kerajinan kulitnya. Hingga sekarang, daerah tersebut masih bergantung pada produknya sekitar 60% dari penjualan tas wanita serta kebutuhan tambahan seperti tas bepergian, ikat pinggang, dompet, sepatu kulit[5]. Kerajinan kulit yang diproduksi oleh para UMKM di Kecamatan Tanggulangin ini memiliki nilai yang sangat tinggi karena membutuhkan keterampilan serta keuletan para pengerajinnya, terutama kerajinan yang berbahan dasar kulit hewan asli. Hingga saat ini kerajinan yang dihasilkan oleh para UMKM di Kecamatan Tanggulangin ini masih tetap eksis, apalagi para UMKM sekarang sudah bisa memasarkan ataupun menjualkan produknya secara digital atau online. Tetapi ada juga para UMKM yang bisa dikatakan belum secara sempurna memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya.

Pemerintah Desa Kludan telah memberikan pemberdayaan kepada pelaku UMKM melalui berbagai program yang berfokus pada penguatan kapasitas digital. Bentuk pemberdayaan tersebut meliputi sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing dalam mengembangkan usaha di era modern. Selain itu, pemerintah desa juga memfasilitasi pembuatan toko online agar pelaku UMKM dapat memasarkan produknya secara lebih luas. Pemerintah Desa Kludan juga telah memberikan pelatihan desain produk tentang bagaimana foto dan memberikan deskripsi yang menarik untuk sebuah produk. Pelatihan digital marketing turut diberikan untuk meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Tidak hanya itu, pemerintah desa juga melakukan monitoring secara berkala guna memastikan keberlanjutan implementasi program tersebut. Pemberdayaan ini dilakukan sebagai upaya agar UMKM tetap mampu bertahan dan berkembang, mengingat usaha tas kulit di Desa Kludan merupakan ciri khas daerah yang telah dikenal luas.

Pemerintah Kabupaten Sidoarjo turut memberikan pemberdayaan kepada pelaku UMKM melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan promosi. Salah satu bentuk pemberdayaan tersebut adalah dengan mengadakan pameran UMKM yang melibatkan para pengrajin kulit di Kecamatan Tanggulangin. Kegiatan ini diwujudkan melalui acara Tanggulangin Fair yang menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk menampilkan produk unggulannya. Dalam kegiatan tersebut, para pelaku UMKM diberikan kesempatan guna menampilkan serta mempromosikan produk secara langsung ke masyarakat. Pemerintah kabupaten melaksanakan promosi dengan media sosial terkait pelaksanaan pameran tersebut. Informasi yang disebarluaskan melalui media sosial mampu menarik perhatian masyarakat dari berbagai wilayah untuk datang dan mengunjungi pameran. Dengan adanya kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh peluang yang lebih besar untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Dari diagram melihatkan 75% para pelaku UMKM di Desa Kludan sudah bisa memanfaatkan Digital Marketing untuk meneruskan usahanya. Tetapi masih terdapat 25% UMKM yang belum bisa memanfaatkan adanya Digital Marketing. Pemerintah desa terus berupaya untuk memberikan pelatihan bagi para UMKM yang belum ataupun sudah menggunakan Digital Marketing seperti, pembuatan toko online, mendeskripsikan produk, dan juga cara mengambil foto produk yang menarik. Pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan Marketing digital juga memerlukan kemampuan untuk mengkomunikasikan produk secara luas melalui penggunaan digital marketing serta penggunaan media sosial dalam mengakses pelanggan langsung serta menurunkan biaya promosi[4]. Karenanya penelitian ini utama guna mencoba melaksanakan pemanfaatan digital marketing sebagai alat pemasaran dan juga penjualan produk terutama bagi para UMKM di Desa Kludan Kecamatan tanggulangin.

Tabel 1. Data Kredit Usaha Rakyat Desa Kludan

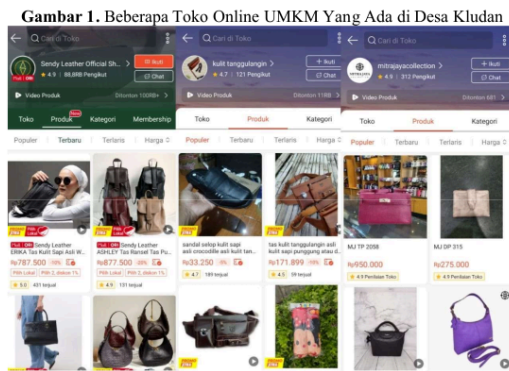
Nama Bank	Jenis Pinjaman	Nominal Pinjaman
Bank Rakyat Indonesia (BRI)	KUR Nasional	≤ Rp. 10.000.000
Bank Mandiri	KUR Nasional	≤Rp. 10.000.000
Bank Tabungan Negara (BTN)	KUR Nasional	≤Rp. 10.000.000
BPR Delta Artha	KURDA (Daerah)	≤Rp. 50.000.000

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2026

Berdasarkan data pinjaman kredit usaha rakyat di Desa Kludan, perbankan juga memiliki peran penting dalam pemberdayaan UMKM di Desa Kludan melalui penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang dipergunakan mendukung kebutuhan modal usaha. Program KUR ini memberikan kemudahan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM dengan bunga yang relatif rendah sehingga dapat membantu keberlangsungan usaha mereka. Terlihat bahwa beberapa lembaga perbankan telah menyalurkan KUR dengan nominal yang bervariasi sesuai dengan kebijakan

masing-masing bank. Meskipun demikian, realisasi pinjaman yang diambil oleh pelaku UMKM di Desa Kludan cenderung berada pada nominal yang relatif kecil. Hal yang dikarenakan skala usaha yang masih tergolong mikro, ketidakstabilan pendapatan, serta adanya kekhawatiran terhadap risiko cicilan yang harus ditanggung. Selain itu, keterbatasan dalam aspek administrasi serta rendahnya literasi keuangan juga menjadi faktor yang membatasi kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses pinjaman bertotal lebih besar. Karenanya, meskipun plafon KUR yang ditawarkan oleh perbankan cukup tinggi, sebagian besar pelaku UMKM tetap memilih untuk mengambil pinjaman dalam jumlah kecil sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan usahanya.

Sebanyak 75% para pelaku UMKM di Desa Kludan sudah bisa memanfaatkan Digital Marketing untuk meneruskan usahanya. Tetapi masih terdapat 25% UMKM yang belum bisa memanfaatkan adanya Digital Marketing. Pemerintah desa terus berupaya untuk memberikan pelatihan bagi para UMKM yang belum ataupun sudah menggunakan Digital Marketing seperti, pembuatan toko online, mendeskripsikan produk, dan juga cara mengambil foto produk yang menarik. Pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan Marketing digital juga memerlukan kemampuan untuk mengkomunikasikan produk secara efektif melalui penggunaan digital marketing serta penggunaan media sosial dalam mengakses pelanggan langsung serta menurunkan biaya promosi[4]. Karenanya, penelitian ini utama guna mencoba melaksanakan pemanfaatan digital marketing sebagai alat pemasaran dan juga penjualan produk terutama bagi para UMKM di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin.



Sumber: Hasil Tangkap Layar Toko Online UMKM, 2026

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa beberapa UMKM yang ada di Desa Kludan sudah berhasil melakukan DigitalMarketing untuk meningkatkan penjualannya. Pemerintah Desa Kludan terus berupaya untuk memberdayakan para UMKM yang masih bertahan untuk bisa melakukan penjualan secara online tidak hanya mengandalkan offline store. Pemberdayaan bagi para UMKM ini sangat penting karena, berpengaruh bagi kemajuan dan perkembangan UMKM yang ada di Kecamatan Tanggulangin. Dalam konteks ini, pemberdayaan UMKM dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti pemanfaatan media sosial, pengembangan usaha berbasis digital, digitalisasi teknologi dan integrasi akses permodalan, serta pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan toko online[6]. Dalam strategi pemberdayaan ini dibutuhkan SDM yang unggul dan juga memiliki kemajuan terhadap penguasaan teknologi. Pemberdayaan UMKM melalui digital marketing ini mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kinerja, berdaya saing yang tinggi, dan keberlanjutan UMKM di era digital seperti saat ini. Kemandirian masyarakat mampu dipenuhi tentu membutuhkan tahapan belajar[4]. Dengan proses pembelajaran yang baik, masyarakat akan secara bertahap memperoleh kemampuan, kekuatan, atau keterampilan lain yang akan membantu mereka membuat keputusan sendiri. Dengan demikian, proses pemberdayaan masyarakat dapat mencapai keberdayaan masyarakat yang ditandai dengan kemandirian[2].

Penelitian yang akan dilakukan terkait pemberdayaan UMKM pengerajin tas di Kecamatan Tanggulangin ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu: pertama, pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Euro Ivani dan Isa Anshori pada tahun (2024) dengan judul "Transformasi Digital Pengrajin Tas Tanggulangin: E-Business di Era Pasar Global". Penelitian memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif dan dilaksanakan di era globalisasi di mana perusahaan kecil dan menengah (UMKM) harus segera beradaptasi untuk tetap kompetitif di pasar global. Namun, UMKM kesulitan menjalankan bisnis karena kurangnya pengetahuan tentang kemajuan teknologi informasi.

Banyak pengrajin tas atau UMKM di Kecamatan Tanggulangin masih belum menggunakan teknologi secara maksimal. Namun, beberapa telah mencoba menggunakan internet sebagai cara untuk menghasilkan uang dan memasarkan barang mereka di media sosial.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Stephanny, Kartini Dwi, Yuliana, dan Raden Adi yang dilakukan pada tahun (2022) dengan judul "Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM". Penelitian ini menggunakan metode partisipatif dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat. Penelitian ini menyatakan bahwa kurangnya pengetahuan dan penggunaan digital marketing yang tepat pada para UMKM, area pemasaran yang masih terbatas. Pemerintah Kota Bekasi melakukan pelatihan Strategi Digital Marketing untuk UMKM, untuk mempercepat lajunya transformasi digital.

Ketiga, penelitian yang dilaksanakan Sukmana, Rodyyah, dan Mursyidah tahun 2022 dengan judul "Implementasi Kebijakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19 di Sidoarjo" melihat 25 penelitian sebelumnya tentang penerapan kebijakan penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah sepanjang pandemi COVID-19. Penelitian ini menemukan bahwa selama pandemi COVID-19, seluruh usaha mikro, kecil, dan menengah mengalami dampak signifikan. Satu dari pengaruh dirasa para UMKM yakni pengurangan penghasilan pada penjualannya karena pada saat itu masyarakat lebih memilih belanja melalui e-commerce. Para UMKM dituntut untuk belajar mengenai penggunaan platform digital, akan tetapi banyak pelaku UMKM yang masih belum mampu beradaptasi dengan teknologi digital. Keterbatasan pengetahuan tentang teknologi juga menjadi faktor penurunan pendapatan sehingga tidak memberikan pengaruh terhadap usahanya.

Persamaan riset sebelumnya pada riset yang dilaksanakan berada difokus utama dalam pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya digital marketing. Ketiga penelitian sama-sama mengkaji bagaimana digitalisasi dapat menjadi solusi strategis bagi pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) guna menambah daya saing di zaman modern. Permasalahan yang dihadapi juga serupa, yakni minimnya pengetahuan serta keterampilan pelaku UMKM guna menggunakan teknologi informasi secara optimal, serta keterbatasan akses terhadap pelatihan digital marketing. Kemudian, perbedaannya yakni, penelitian yang dilaksanakan Muhammad Euro Ivani dan Isa Anshori dalam artikel berjudul "Transformasi Digital Pengrajin Tas Tanggulangin: E-Business di Era Pasar Global", menitikberatkan pada analisis transformasi digital secara umum bagi pengrajin tas di Tanggulangin tanpa membahas strategi spesifik pemberdayaan berbasis digital marketing. Penelitian yang dilakukan oleh Stephanny, Kartini Dwi, Yuliana, dan Raden Adi berjudul "Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM", menggunakan pendekatan partisipatif dengan memberikan pelatihan secara langsung tentang digital marketing kepada UMKM di Kota Bekasi. Sementara itu, penelitian oleh Sukmana, Rodyyah, dan Mursyidah dalam artikel "Implementasi Kebijakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19 di Sidoarjo", lebih berfokus pada kebijakan pemerintah dalam melindungi UMKM selama pandemi, bukan pada aspek strategi pemberdayaan spesifik seperti digital marketing.

Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, yang menyebabkan kurangnya pemahaman mengenai cara optimal dalam memanfaatkan teknologi pemasaran berbasis digital. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing juga menjadi faktor penghambat dalam pengembangan usaha berbasis digital. Kendala lainnya adalah persaingan dengan produk-produk industri besar serta perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja melalui platform e-commerce yang sudah mapan, sehingga UMKM lokal kesulitan menarik perhatian pasar yang lebih luas. Oleh sebab itu diperlukan strategi pemberdayaan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan melalui pelatihan digital marketing dan pendampingan yang intensif.

Dalam konteks penelitian ini, teori pemberdayaan yang digunakan adalah teori dari Soeharto (2011 : 50). Merujuk Soeharto (2011:50), pemberdayaan bermakna memberi dorongan, motivasi, bimbingan, dukungan dalam menambah kemandirian individu atau masyarakat[7]. Sedangkan indikator dari teori ini setidaknya mempunyai 4 hal yakni: 1. Aktivitas terencana serta kolektif, 2. Membenahi kehidupan masyarakat, 3. Prioritas kelompok lemah atau kurang beruntung, 4. Dilaksanakan dengan program penambahan kapasitas. Merujuk paparan yang dilakukan penelitian terdahulu tersebut, sehingga mampu disusun rumusan masalah tentang "Bagaimana pemberdayaan UMKM di Desa Kludan, Kecamatan Tanggulangin dalam mengoptimalkan pemasaran berbasis digital, serta meningkatkan kesadaran dan juga pemahaman masyarakat tentang teknologi digital".

II. METODE

Penelitian memanfaatkan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif, merujuk Denzin dan Lincoln, yakni jenis penelitian yang mencoba memahami fenomena yang berlangsung dengan memakai latar belakang alamiah. Penelitian dilaksanakan memanfaatkan beragam pendekatan penelitian kualitatif yang sudah dipergunakan sebelumnya. Pemanfaatan dokumen, wawancara, pengamatan yakni teknik yang umum dipergunakan[8]. Penelitian kualitatif berupa teknik penelitian yang memanfaatkan narasi atau kata-kata guna menjabarkan serta menguraikan makna tiap

fenomena, gejala, situasi sosial tertentu. Peneliti yakni alat utama dalam memaknai serta menginterpretasikan tiap fenomena, gejala, situasi sosial tertentu[9]. Metode kualitatif ini dipilih agar peneliti dapat menggali informasi secara mendalam terkait permasalahan digital marketing yang dialami oleh para pelaku UMKM. Lokasi terletak di Desa Kludan, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Lokasi ditetapkan sebab sebagian masyarakatnya memiliki usaha yang bergerak dalam bidang kerajinan tas kulit. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pemberdayaan yang ada di Kecamatan Tanggulangin terhadap para UMKM mengenai digital marketing. Penelitian memanfaatkan teknik *purposive sampling* guna menetapkan informasinya dari kepala desa setempat dan juga beberapa pelaku UMKM yang ada. Beberapa data dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi. Beberapa teknik pengumpulan data yang umum dipergunakan metode penelitian kualitatif termasuk observasi, dokumentasi, dan wawancara[10]. Tahap analisis data dibagi menjadi 3, yakni 1) Reduksi data dengan cara menyederhanakan, menekankan, memilih data yang selaras pada tujuan. 2) Penyajian data secara menyusun serta memaparkan hasil dengan sistematis supaya mudah dimengerti mencakup table, grafik, atau narasi. 3) Penarikan simpulan dengan membuat narasi deskriptif yang menggambarkan analisis data dengan detail serta logis pada hasil observasi, wawancara, dokumentasi[11].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Suharto mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat mampu didefinisikan sebagai proses serangkaian tindakan yang bertujuan membantu kelompok yang lemah dimasyarakat, mencakup segi hidup dalam kemiskinan. Dan sebagai tujuan, pemberdayaan mengacu ke keadaan yang akan dipenuhi dari perubahan sosial, yaitu satu masyarakat yang berdaya, mempunyai kekuatan atau pengetahuan serta kemampuan mencukupi kebutuhan fisik, ekonomi, dan sosial berupa kepercayaan diri, menginformasikan aspirasi, mendapat mata pencaharian, ikutserta kegiatan sosial, mandiri guna mencapai kewajiban kehidupannya[12] dengan indikator sebagai berikut:

A. Kegiatan yang Terencana dan Kolektif

Program pemberdayaan yang dibuat bergantung pada pemberdayaan yang berhubungan dengan kegiatan yang direncanakan dan dilakukan secara kolektif. Penyelenggaraan program pemberdayaan berawal pada rencana matang yang diangkat pada musyawarah rencana pembangunan desa (musrenbang-desa) dan musyawarah desa. Peran LPM Desa, Kepala Desa, Tokoh masyarakat, dan anggota masyarakat lainnya terlibat dalam pembuatan rencana secara kolektif. Dalam hal ini, jelas membutuhkan partisipasi masyarakat desa[13] Indikator pemberdayaan masyarakat desa menunjukkan bahwa kegiatan musrenbang desa mendukung kegiatan perencanaan, yang menghasilkan penetapan prioritas pembangunan di desa.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan Bapak Moch. H. Imam Jainudin selaku Kepala Desa Kludan "Program pelatihan digital marketing bagi UMKM di Desa Kludan sudah direncanakan melalui musyawarah desa. Kami bekerja sama dengan pihak akademisi untuk memberikan pelatihan tentang pemasaran digital, desain produk, dan cara mempromosikan produk melalui media sosial agar para pelaku UMKM bisa mengikuti perkembangan teknologi."

Dan juga menurut Moch Chasib selaku UMKM "Kami pernah mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah desa tentang digital marketing. Dalam pelatihan itu kami diajari cara memfoto produk, membuat deskripsi produk, dan memasarkan tas melalui media sosial sehingga kami bisa mencoba menjual produk secara online, tetapi juga masih ada aja kendalanya."

Digital marketing menjadi sebuah tantangan bagi para UMKM di Desa Kludan untuk bisa mengembangkan ataupun meneruskan usahanya agar tidak tertinggal oleh zaman. Menurut informasi dari hasil wawancara dengan kepala desa kludan pernah dilakukan pelatihan bagi para UMKM di tahun 2024. Pelatihan yang diberikan bagi para UMKM yang pertama yaitu memberitahu tentang desain grafis dan yang kedua tentang digital marketing. Dalam hal ini pemerintah desa kludan bekerja sama dengan salah satu dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Para pelaku UMKM diberi pelatihan tentang bagaimana cara mengemas produk dan memasarkannya melalui digital marketing. Dalam pelatihan yang diberikan oleh pemerintah desa kludan ini tidak hanya bagi UMKM tas kulit saja. Semua para pelaku yang ada didesa kludan juga terlibat dalam pelatihan ini seperti, pengerajin busana, sepatu, dompet, bahkan juga pengerajin koper. Tetapi para UMKM juga masih mengalami kendala karena belum mahirnya menggunakan digital marketing.

Gambar 2. Bupati Sidoarjo Saat Menghadiri Acara "Tanggulangin Fair"



Sumber: Website Resmi Tanggulangin Fair

Dari gambar diatas pemerintah kabupaten Sidoarjo juga memberikan fasilitas kepada para UMKM. Salah satunya yang baru dilaksanakan pada awal tahun 2024 yaitu "Tanggulangin Fair". Tanggulangin fair merupakan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah kabupaten berupa pameran yang terlaksana di ruko Pasar wisata Kecamatan Tanggulangin. Dalam kegiatan ini yang menjadi peserta utamanya adalah UMKM yang terletak di Desa Kludan dan Kedensari. Yang dimana pada kedua desa tersebut paling banyak UMKM yang bergerak pada bidang kerajinan kulit. Upaya ini dilakukan pemerintah kabupaten untuk membangkitkan kembali ekonomi para UMKM dan juga untuk memasarkan produk mereka.

Kendala utama yang dihadapi oleh para UMKM dalam pemasaran digital yakni sulitnya dalam penggunaan teknologi. Mengingat rata-rata pelaku UMKM nya yang usia tidak muda lagi. Para UMKM di Desa Kludan juga kesulitan dalam memahami dan mengoperasikan digital marketing, mengelola inventaris online, mengoptimalkan gambar produk, atau melakukan kegiatan pemasaran digital. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan ini dapat menjadi hambatan bagi pemberdayaan UMKM tas di Desa Kludan[5]. Oleh sebab itu setelah adanya pelatihan pemerintah desa kludan juga memberikan pendampingan atau pengawasan. Untuk mengatasi kendala tersebut, pemerintah desa juga menerapkan kolaborasi antar pelaku UMKM dalam mengembangkan pemasaran digital. Para pelaku UMKM sudah banyak yang berekerja sama untuk memasarkan produknya.

Berdasarkan hasil analisis, Pemberdayaan UMKM di Desa Kludan dilakukan secara terencana dan kolektif melalui musyawarah desa serta pelatihan digital marketing dan desain grafis yang dilaksanakan pada tahun 2024. Pemerintah desa bekerja sama dengan akademisi untuk membekali pelaku UMKM—seperti pengrajin tas, sepatu, busana, dan koper dengan keterampilan pemasaran digital. Namun, tantangan utama masih muncul dari rendahnya literasi digital, terutama di kalangan pelaku usaha usia lanjut. Untuk mengatasinya, pemerintah desa memberikan pendampingan serta mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM. Selain itu, dukungan dari pemerintah kabupaten Sidoarjo melalui kegiatan seperti pameran kerajinan kulit turut membuka akses promosi yang lebih luas. Upaya ini mencerminkan pemberdayaan yang berbasis partisipasi dan adaptasi terhadap perkembangan zaman.

Jika dikaitkan dengan teori pemberdayaan Soeharto, dalam kerangka teori tersebut, pemberdayaan tidak hanya dilihat sebagai pemberian bantuan, tetapi lebih sebagai proses meningkatkan kapasitas masyarakat agar mampu mandiri dan berdaya saing. Hal ini tampak dari adanya pelatihan digital marketing yang diberikan kepada pelaku UMKM, yang secara nyata bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengakses pasar secara lebih luas melalui media digital. Pemerintah Desa Kludan tidak hanya meningkatkan kapasitas UMKM, tetapi juga memberi pendampingan, terutama bagi pelaku usia lanjut. Ini sejalan dengan teori Soeharto yang menekankan pemberdayaan secara psikologis dan sosial. Kolaborasi antar UMKM dan dukungan pemerintah melalui pameran menunjukkan ekosistem usaha yang partisipatif. Secara keseluruhan, pemberdayaan ini tidak hanya fokus ekonomi, tapi juga membangun kemandirian dan keberlanjutan sosial, serta berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM di era digital.

Hal yang selaras pada penelitian sebelumnya yang melihat dengan pelatihan dan pendampingan, Diharapkan UMKM dapat mengatasi tantangan teknologi dan kekurangan pengetahuan dalam menciptakan dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Diharapkan penguasaan keterampilan ini akan membuka peluang baru dan meningkatkan akses ke pasar, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal[14]. Pemberdayaan yang bersifat partisipatif dan melibatkan elemen lokal, seperti pelaku UMKM, tokoh masyarakat, dan pemerintah desa, mampu menambah daya saing produk lokal di pasar digital. Keikutsertaan aktif pemerintah desa dalam membangun literasi digital dan memberikan pendampingan teknis mampu meningkatkan keberdayaan pelaku usaha mikro di wilayah pedesaan.

B. Memperbaiki Kehidupan Masyarakat

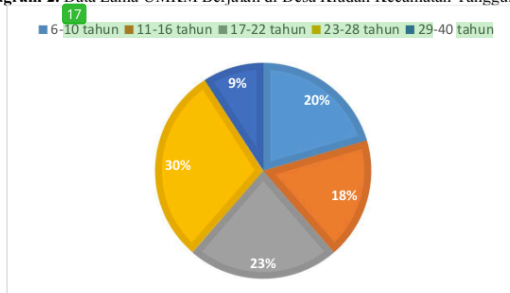
Pendampingan yang berkelanjutan diperlukan untuk memperbaiki kehidupan masyarakat, yang dapat meningkatkan perilaku masyarakat. Pelatihan dan pendidikan adalah contoh pemberdayaan masyarakat yang dapat diberikan kepada individu atau kelompok masyarakat. Bantuan atau bimbingan untuk meningkatkan kemandirian seseorang atau masyarakat. Ini adalah langkah pemberdayaan untuk mengubah kebiasaan, meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup[15]. Pemberdayaan berarti mendorong, mendorong, atau membantu seseorang atau komunitas untuk menjadi lebih mampu sendiri.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan Bapak Moch. H. Imam Jainudin selaku Kepala Desa Kludan “*Digital marketing cukup membantu para pelaku UMKM di Desa Kludan, terutama setelah masa pandemi Covid-19. Saat itu penjualan menurun, sehingga kami mendorong para pelaku usaha untuk mulai memasarkan produknya secara online agar tetap bisa bertahan.*”

Dan juga menurut Choirul Anam selaku UMKM “*Dengan adanya pemasaran online kami jadi bisa menjangkau pembeli dari luar daerah. Walaupun penjualannya belum kembali seperti dulu, tetapi digital marketing cukup membantu kami untuk tetap menjalankan usaha tas kulit yang sudah lama kami tekuni.*”

Adanya digital marketing juga sangat membantu untuk memulihkan ekonomi bagi para UMKM yang ada di Desa Kludan walaupun masih jauh dari harapan. Menurut kepala Desa Kludan adanya digital marketing ini sangat membantu para UMKM khususnya masa pandemi Covid-19. Dimasa pandemi kemarin penjualan barang sangat sedikit sehingga banyak pelaku UMKM yang mencoba memasarkan produknya secara digital. Pemerintah Desa maupun pemerintah Kabupaten juga memberikan petunjuk atau arahan kepada para UMKM untuk menggunakan digital marketing dalam menjalankan usahanya. Meskipun sedikit membantu bagi para UMKM untuk memperbaiki ekonominya tetapi untuk kembali seperti dulu lagi itu sangat sulit, ujar Kepala Desa Kludan.

Diagram 2. Data Lama UMKM Berjalan di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin



Sumber Hasil Olah Peneliti, 2025

Pada data melihat UMKM tas kulit di Desa Kludan ini Bisa menjadi penghasilan utama bagi para warga yang memiliki usaha dalam bidang tas kulit. Rata-rata pemilik usaha ini menjalankan usahanya selama bertahun-tahun. Walaupun untuk saata ini UMKM yang masih beroperasi sudah tidak sebanyak dulu, tetapi kerajinan tas kulit di Kecamatan Tanggulangin khususnya di Desa Kludan masih tetap populer dikalangan masyarakat. Penyebab dari berkurangnya UMKM tas kulit ini ialah salah satunya adalah karena adanya bencana alam. Lumpur lapindo yang ada di Kabupaten Sidoarjo menjadi penyebab penghasilan para UMKM menurun sehingga banyak UMKM yang tidak bisa meneruskan usahanya, selain itu pandemi Covid-19 juga menjadi penyebab UMKM menjadi sepi dan akhirnya gulung tikar. Selain disebabkan bencana alam, kurangnya minat daya beli masyarakat juga menyebabkab UMKM kesulitan dalam melakukan penjualan sehingga banyak para UMKM yang menjualkan produknya secara digital marketing mengakses pasar lebih luas.

Digital marketing sudah memberikan banyak manfaat kepada para UMKM untuk menjalankan usahanya. Karena dengan adanya pelatihan digital marketing para UMKM jadi lebih mengerti tentang penjualan secara online. Mengingat untuk sekarang masyarakat banyak lebih menentukan membeli barang lewat online, karena mungkin dirasa lebih hemat waktu sebab tidak harus lagi datang ke toko offline. Penjualan secara online ini bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan juga dapat mengenalkan kepada masyarakat yang belum mengerti tentang produk tas kulit ini. Dengan adanya digital marketing ini para masyarakat mengerti bahwa UMKM tas kulit di Kecamatan Tanggulangin khususnya Desa Kludan ini masih tetap berjalan dan eksis.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, pemberdayaan UMKM di Desa Kludan melalui pendidikan dan pelatihan digital marketing menjadi langkah strategis yang diambil oleh pemerintah desa, untuk meningkatkan kemandirian para pelaku UMKM, khususnya di sektor kerajinan tas kulit. Pendampingan yang diberikan oleh pemerintah Desa maupun Kabupaten berperan penting dalam mengubah pola perilaku masyarakat dari metode pemasaran konvensional menuju digital. Pelatihan digital marketing telah menyokong para pelaku UMKM mendalami cara memasarkan produk dengan online, mengakses pasar lebih luas, serta menyesuaikan tren belanja masyarakat kini lebih memilih platform digital. Meskipun belum sepenuhnya pulih dari dampak bencana lumpur Lapindo dan pandemi Covid-19, upaya digitalisasi ini memberi harapan baru bagi keberlangsungan UMKM tas kulit yang menjadi ikon ekonomi lokal Desa Kludan. Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan yang berbasis pelatihan dan pendampingan berkelanjutan mampu menjaga keberlanjutan usaha lokal dan menjadi langkah awal menuju pemulihan ekonomi desa yang lebih inklusif dan adaptif di era digital.

Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan menurut Soeharto, yakni sebagai proses peningkatan kapasitas individu atau kelompok agar mampu memperbaiki kualitas hidupnya secara mandiri. Sebagaimana dijelaskan oleh Soeharto (2011:50), yaitu sebagai upaya untuk memungkinkan individu atau masyarakat memperoleh kekuatan, akses terhadap sumber daya, serta kemampuan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesehatannya secara mandiri. Proses ini mencerminkan prinsip empowering dalam teori Soeharto, yaitu meningkatkan kapasitas dan kekuatan masyarakat agar dapat mengendalikan kehidupannya sendiri. Terbentuknya kolaborasi antar pelaku UMKM dan kemampuan mereka mengakses pasar lebih luas dengan digital marketing juga sebagai indikator pemberdayaan berjalan bukan sekadar secara perorang, namun kolektif. Maka, pelaksanaan pemberdayaan di Desa Kludan telah berjalan sejalan pada prinsip pemberdayaan Soeharto yang memfokuskan penambahan akses, kontrol, partisipasi, kemandirian masyarakat secara berkelanjutan.

Temuan dari ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu guna mengakses pasar luas pastinya UMKM harus berkreasi serta berinovasi atas produk-produknya. Pemerintah berusaha menyiapkan fasilitas mencakup pelatihan pelaku UMKM supaya memperoleh ilmu lebih serta dapat mengimplementasikan ke usahanya pribadi[16]. Dalam pelatihan dan fasilitas menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan UMKM lokal di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat. Tidak hanya itu, pemberdayaan yang berbasis kolaboratif dan partisipatif dapat membentuk ekosistem UMKM yang adaptif dan inovatif di era digital. Oleh karena itu, pemberdayaan di Desa Kludan bukan sekadar menambah keterampilan teknis, namun memperkuat kemandirian serta partisipasi aktif masyarakat pada pembangunan ekonomi berbasis lokal.

14 C. Prioritas Bagi Kelompok Lemah dan Kurang Beruntung

Program pemberdayaan menyokong atau memberdayakan kelompok yang lemah atau kurang beruntung[17]. Pemberdayaan masyarakat memprioritaskan kelompok lemah atau kurang beruntung. Sasaran pemberdayaan diperuntukkan ke individu atau kelompok masyarakat yang masih lemah atau kurang berdaya dalam hal kondisi ekonomi, pendidikan, dan kesehatan[13]. Dilaksanakan guna menurunkan kesenjangan sosial dan memastikan setiap anggota masyarakat mempunyai peluang serupa dalam berkembang.

Dengan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Moch. H. Imam Jainudin selaku Kepala Desa Kludan "*Dalam pelatihan digital marketing kami tidak hanya mengundang UMKM yang sudah maju, tetapi juga pelaku usaha kecil yang masih memiliki keterbatasan pengetahuan teknologi. Pemerintah desa juga membantu mereka dalam pengurusan Nomor Induk Berusaha agar usahanya memiliki legalitas.*"

Dan juga melalui wawancara dengan Bashori selaku pelaku UMKM "*Sebagian pelaku UMKM di sini memang masih kesulitan menggunakan teknologi, terutama yang sudah berusia tua. Tetapi pemerintah desa tetap membantu kami dengan memberikan pendampingan sampai kami bisa memahami cara memasarkan produk secara online.*"

Menurut Kepala Desa Kludan untuk akses pelatihan Digital Marketing ini para UMKM harus menggunakan laptop, ataupun paling tidak memiliki handphone android. Kepala Desa Kludan juga menyampaikan kalau pada masa sekarang sangat minim orang yang tidak memiliki handphone. Dengan adanya pelatihan tentang digital marketing yang dilakukan oleh pemerintah Desa Kludan ini juga sudah membantu UMKM yang memiliki keterbatasan akses teknologi. Untuk UMKM yang memiliki keterbatasan akses dalam penggunaan teknologi juga dibantu sampai bisa dan mendapatkan pendampingan dari Pemerintah desa. Pemerintah Desa juga memberikan pelatihan berupa keterampilan, seperti memberikan contoh produk yang digemari oleh masyarakat atau anak-anak muda pada saat ini.

Selain itu, UMKM menghadapi masalah dengan perizinan produk mereka, terutama bagi UMKM kecil. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) yang memanfaatkan sistem pemasaran digital menghadapi masalah dengan Nomor Induk Berusaha (NIB). Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 Pasal 25 ayat (1) menetapkan Nomor Induk Berusaha (NIB) adalah nomor identitas berusaha yang dipergunakan pelaku usaha dalam memperoleh izin usaha dan izin komersial atau operasional[18]. Namun, pemerintah desa juga membantu UMKM dengan membuatnya lebih mudah untuk mengelola NIB.

Sebagian UMKM juga pernah mendapatkan bantuan melalui Dinas Koperasi. Bantuan tersebut berupa dana sebesar Rp. 1.500.000,- dipergunakan menjadi modal usaha. Sebagian UMKM pernah mendapatkan bantuan berupa

peralatan produksi, seperti mesin jahit. Bantuan tersebut ditujukan kepada UMKM yang benar-benar membutuhkan, yang sudah diseleksi oleh pemerintah desa. Bantuan-bantuan tersebut tentunya digunakan untuk mensejahterakan para UMKM yang lemah dan kurang beruntung.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM di Desa Kludan telah dijalankan dengan pendekatan yang inklusif dan berkeadilan sosial. Hal ini tercermin dari prioritas yang diberikan kepada kelompok masyarakat yang lemah atau kurang beruntung, baik dari aspek ekonomi, keterbatasan akses teknologi, maupun perizinan usaha. Interpretasi ini menguatkan bahwa pemberdayaan di Desa Kludan bukan sekadar pelatihan umum, melainkan diarahkan untuk mengatasi hambatan nyata yang dihadapi pelaku UMKM kecil agar mereka mampu berkembang secara mandiri. Selain pelatihan, pemerintah desa juga memberikan solusi terhadap kendala administratif seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), sebagai syarat legalitas utama dalam pelaku usaha digital. Upaya ini mencerminkan pemberdayaan dalam bentuk pendampingan kelembagaan dan administratif yang sangat dibutuhkan oleh UMKM kecil. Hal ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan menurut Soeharto (2011), yaitu memberikan kesempatan dan akses yang setara kepada kelompok yang termarginalkan agar mereka dapat mandiri dan berdaya secara sosial maupun ekonomi. Pemerintah Desa Kludan telah menginisiasi pelatihan digital marketing sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM, dengan tidak hanya menasar mereka yang telah memiliki akses teknologi, tetapi juga mendampingi pelaku usaha kecil yang memiliki keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital.

Di sisi lain, bentuk intervensi lain seperti pemberian bantuan dana dan peralatan produksi dari Dinas Koperasi juga menjadi bagian dari strategi afirmatif untuk memperkuat kelompok usaha yang paling rentan. Bantuan modal sebesar Rp 1.500.000 serta alat produksi seperti mesin jahit diberikan secara selektif kepada UMKM yang dianggap benar-benar membutuhkan, dengan tujuan untuk mendorong produktivitas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Hal yang bukan sekadar mempersempit kesenjangan sosial, namun membuka ruang pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih merata dan inklusif. Pemerintah desa berkontribusi aktif bukan sekadar menjadi fasilitator, namun menjadi pendamping yang memastikan bahwa setiap UMKM, terutama yang lemah secara akses dan ekonomi, tetap memiliki peluang untuk tumbuh dan bersaing di tengah tantangan digitalisasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu mengenai Pemberdayaan tidak sekadar memberikan kekuasaan ke pihak yang lemah. Sebaliknya, pemberdayaan adalah tahapan menaikkan individu, kelompok, atau masyarakat maka mampu berdaya, berkompetisi, dan mandiri[19]. Selain itu, peran aktif pemerintah desa dalam memfasilitasi akses terhadap teknologi dan informasi turut mendorong terciptanya kemandirian ekonomi pelaku UMKM di tingkat lokal. Hal ini tampak dalam konteks Desa Kludan, di mana pemerintah desa tidak hanya menyediakan pelatihan, tetapi juga membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan perangkat digital agar tetap bisa mengikuti pelatihan secara maksimal dan pendekatan pemberdayaan yang berbasis kolaboratif dan responsif terhadap kebutuhan kelompok rentan mampu menciptakan ekosistem usaha mikro yang tangguh dan adaptif.

D. Dilakukan Melalui Program Peningkatan Kapasitas

Sebab pemberdayaan masyarakat membutuhkan pendampingan atau sosialisasi kepada masyarakat, program peningkatan kapasitas harus dikombinasikan pemberdayaan masyarakat[20]. Proses pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan, keterampilan, pengetahuan, sikap, serta akses masyarakat terhadap berbagai sumber daya, agar mereka memiliki kapasitas yang cukup untuk mandiri, mengambil keputusan, dan memperbaiki kehidupannya sendiri. Dalam situasi seperti ini, orang yang melakukan pemberdayaan harus memiliki kemampuan untuk menggerakkan serta membentuk individu dan masyarakat mengubah perilaku menuju kemandirian (berdaya). Pemberdayaan ini harus dilakukan secara bertahap, konsisten, dan terus menerus untuk meningkatkan kapasitas individu dan masyarakat. Oleh karena itu, pemberdayaan membutuhkan pelaku atau agen pemberdaya yang sabar dan telaten membimbing atau memfasilitasi perubahan kehidupan masyarakat ke arah yang lebih baik[13].

Menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Moch. H. Imam Jainudin selaku Kepala Desa Kludan "Setelah pelatihan dilakukan, pemerintah desa tidak langsung berhenti begitu saja. Kami tetap melakukan pendampingan dan monitoring kepada para pelaku UMKM agar mereka bisa terus mengembangkan pemasaran digital dan tidak kesulitan dalam menjalankannya."

Dan juga menurut Moch Chasib selaku pelaku UMKM "Dari pelatihan yang diberikan saya jadi lebih memahami cara menjual produk secara online, mulai dari membuat foto produk yang menarik sampai mempromosikan tas melalui media sosial. Hal ini membantu kami untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas."

Untuk meningkatkan keterampilan tentang Digital Marketing, para UMKM juga diberikan pelatihan khusus oleh Pemerintah Desa Kludan. Para UMKM dipaksa harus tau tentang kegemaran masyarakat pada saat ini khususnya anak muda. Selain itu para UMKM juga diberitahu tentang bagaimana menjual barang di online dengan menarik, sehingga bisa menarik perhatian para konsumen. Para UMKM juga diajari untuk membuat iklan tentang produknya supaya bisa

dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dilakukan oleh pemerintah desa untuk tetap mempertahankan ataupun bisa mendongkrak ekonomi bagi para UMKM.

Para UMKM diberi pelatihan mengenai bagaimana cara memproduksi barang yang menarik sehingga memikat hati para konsumen untuk membelinya. Kemudian para UMKM juga diajari tentang bagaimana cara menjual barang secara online, sehingga bisa memudahkan konsumen untuk tidak datang langsung ke toko offline. Setelah dilakukan pelatihan, pemerintah desa juga memberikan pendampingan dan terus memonitoring para UMKM supaya tidak kesulitan dalam Digital Marketing ini. Pemerintah desa sangat setuju dengan adanya Digital Marketing ini, karena bisa memperbaiki kehidupan para pelaku UMKM yang sempat hampir gulung tikar karena minimnya pembeli.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, bahwa Pemerintah Desa Kludan memberikan pelatihan digital marketing kepada para UMKM yang mencerminkan bentuk nyata dari proses pemberdayaan masyarakat yang diarahkan pada peningkatan kapasitas individu atau kelompok secara berkelanjutan. Pemerintah desa berperan sebagai agen pemberdaya yang bukan sekadar memberi materi pelatihan, namun melaksanakan pendampingan dengan intensif pasca-pelatihan. UMKM dilatih untuk mengemas produk secara menarik, memasarkan melalui platform digital, hingga membuat iklan sederhana yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Pendampingan yang berkelanjutan setelah pelatihan menunjukkan bahwa pemberdayaan dipandang sebagai proses jangka panjang yang memerlukan komitmen, kesabaran, dan kehadiran aktif dari agen pemberdaya. Pelaku UMKM yang semula kesulitan menghadapi penurunan penjualan kini mulai memahami strategi digital untuk mempertahankan bahkan meningkatkan keberlangsungan usahanya. Program bukan sekadar berdampak ke penambahan pendapatan, namun berkontribusi pada transformasi perilaku pelaku UMKM dari pasif menjadi lebih aktif, kreatif, dan tangguh dalam menghadapi dinamika pasar.

Dalam aspek teori pemberdayaan menurut Soeharto (2011), menekankan pentingnya mengembangkan potensi dan kapasitas individu maupun kelompok melalui peningkatan keterampilan, pengetahuan dan akses terhadap informasi. Soeharto juga menekankan bahwa pemberdayaan harus dilakukan secara sadar, terencana, dan berkelanjutan. Hal ini tercermin dalam pendekatan pemerintah desa yang tidak berhenti pada pelatihan, tetapi juga memberikan pendampingan dan monitoring secara terusmenerus kepada pelaku UMKM. Proses ini bertujuan agar masyarakat benar-benar mampu mandiri, berani mengambil keputusan sendiri, serta menjalankan usaha dengan percaya diri serta mempunyai daya saing lebih tinggi.

Selain itu, hasil ini selaras pada penelitian terdahulu yang melihat pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas masyarakat yang direncanakan dapat menghasilkan kesejahteraan bagi masyarakat itu sendiri. Diharapkan buku RPJM Desa dapat membantu pemerintah desa menerapkan Pemberdayaan Masyarakat [21]. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan bukan sekadar menambah keterampilan teknis pada pemasaran digital, namun mendorong perubahan sikap dan pola pikir pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan pasar. Dalam hal ini, keberhasilan pemberdayaan sangat bergantung pada pelatihan yang terintegrasi dengan pendampingan aktif, peran serta pemerintah desa dalam memfasilitasi, serta pendekatan partisipatif yang mendorong masyarakat untuk terlibat secara langsung.

VII. KESIMPULAN

Pemberdayaan Digital Marketing ini telah menjadi solusi bagi para UMKM untuk menjalankan usahanya, selain menghemat waktu untuk konsumen tidak datang langsung ke tempatnya juga bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Pemerintah Desa Kludan telah memberikan pelatihan juga pendampingan terkait Digital Marketing bagi para UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing akan menjadi langkah strategis menambah kapasitas, daya saing, serta keberlanjutan usaha lokal. Akan tetapi dalam pelaksanaan Digital Marketing ini masih terdapat beberapa kendala seperti adanya para UMKM yang belum mahir dalam penggunaan teknologi digital. Adapun kendala lain yaitu tentang kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB). Untuk mengatasi masalah tersebut Pemerintah Desa Kludan mengambil langkah dengan cara melakukan pelatihan, pendampingan, dan juga monitoring kepada para UMKM, Pemerintah Desa Kludan juga mempermudah dalam pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB).

Program pemberdayaan ini juga berjalan selaras dengan teori Soeharto yang menekankan pada peningkatan kemandirian, akses terhadap sumber daya, dan penguatan kapasitas individu maupun kelompok. Pendekatan inklusif yang memprioritaskan kelompok lemah serta pendampingan yang berkelanjutan menjadi kunci keberhasilan upaya pemberdayaan ini. Dengan demikian, pemberdayaan berbasis digital marketing di Desa Kludan tidak hanya berhasil membantu UMKM bertahan di tengah tantangan zaman, tetapi juga membuka peluang pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan di zaman digital.

12 UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas seluruh rahmat, nikmat, karunia-Nya maka penelitian mampu dituntaskan secara baik. Tanpa pertolongan-Nya, penulis menyadari tahapan penyusunan studi tidak akan berjalan lancar. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya pada keluarga tercinta terus memberi doa, dukungan, semangat tanpa henti dalam setiap tahapan yang dilalui. Kehadiran keluarga menjadi sumber kekuatan penting untuk penulis menuntaskan penelitian. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada Kepala Desa Kludan dan para pelaku UMKM yang sudah siap menjadi informan. Partisipasi dan keterbukaan dalam memberikan informasi sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih pada Vira Amelia yang sudah memberi sokongan, motivasi, menemani dalam berbagai tahapan penyusunan penelitian, maka penulis mampu menyelesaikan penelitian secara baik. Kehadirannya menjadi sumber semangat dan inspirasi, serta bagian penting dalam perjalanan yang bukan sekadar dilalui sekarang, namun masa mendatang. Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi kepada The Joblogs yang melalui karya dan lirik lagunya mampu memberikan semangat tersendiri bagi penulis, khususnya melalui penggalan lirik *"mungkin kita sampai mungkin saja tidak, tugas kita hanyalah berjalan"* yang menjadi pengingat untuk terus berproses dan tidak menyerah. Akhir kata, penulis menyadari penelitian tetap mempunyai kekurangan, maka kritik dan saran membangun sangat diharapkan dalam pembenahan kedepannya. Semoga penelitian mampu memberi manfaat untuk berbagai pihak.

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 Kebijakan 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 Tanggulangin : 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," *INOBIJ. 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," *Communnity 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," *JISIPOL (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.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Article History:

Received: 26 June 2018 | Accepted: 08 August 2018 | Published: 30 August 2018

Rivisi Semhas Mochamat Royfen ACC Bismillah.docx

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	10%
2	archive.umsida.ac.id Internet Source	2%
3	Fadhilatunisa Dwi Salsabila, Fachrur Razi Amir. "Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Produk UMKM di Desa Cipicung Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor", ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2024 Publication	<1%
4	ejournalwiraraja.com Internet Source	<1%
5	www.researchgate.net Internet Source	<1%
6	jkmp.umsida.ac.id Internet Source	<1%
7	jurnal2.untagsmg.ac.id Internet Source	<1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
9	www.coursehero.com Internet Source	<1%
10	pt.scribd.com Internet Source	<1%

11	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Semarang Student Paper	<1 %
12	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	<1 %
14	Yohana De Chantal Kanarubun, Damianus Fofid, Ancelina Vavu. "Upaya Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Perempuan di Dusun Lairkamor Desa Ohoitel Kota Tual", Jurnal Ilmiah Multidisipin, 2025 Publication	<1 %
15	journal.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.uinpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
17	Nurul Bariyah, Elly Trisnawati, Linda Suwarni. "ANALISIS KECELAKAAN KERJA PADA BAGIAN PENGOLAHAN MAKANAN DI INSTALASI GIZI RSUD DR. SOEDARSO PONTIANAK", Jurnal Kesmas (Kesehatan Masyarakat) Khatulistiwa, 2018 Publication	<1 %
18	pophariini.com Internet Source	<1 %
19	Hery Suprayitno, Ratnawan Lukito, Nurul Farida. "REKONSTRUKSI DAMPAK EKONOMI UMKM KABUPATEN BLITAR DI TENGAH COVID-19", JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura), 2021 Publication	<1 %

20	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
21	Erlinda Yuniarti Kasim, Cynthia Riyanti Martana. "Improving the Implementation of Accounting, Tax, Online-based Marketing and Sustainability in Savouree Cheesestick Company", Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2025 Publication	<1 %
22	locus.rivierapublishing.id Internet Source	<1 %
23	Ananda Choirinisa Eka Putri, Muhammad Rizky Wahyudi, Alvin Yusro Al Hijri, Yardi Andromeda et al. "Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Pendampingan Pembuatan NIB dan Sertifikat Halal di Desa Gadingan", Prosiding Webinar Pengabdian Masyarakat, 2024 Publication	<1 %
24	Marsada Khoirotun Nisak, Riska Amelia Putri, Ratu Pasha Anayya Wijaya, Ika Lusiana Pratiwi et al. "Bahasa Indonesia dalam Komunikasi Bisnis: Studi Kasus UMKM di Gunung Anyar, Surabaya", TSAQOFAH, 2024 Publication	<1 %
25	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On