

## SEMINAR DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM DESA SOMOGEDE

Fauzi Nurul Fadilah<sup>1</sup>, Agnes Dwita Susilawati<sup>2</sup>, Catur Wahyudi<sup>3</sup>,  
Yuni Utami<sup>4</sup>, Deddy Prihadi<sup>5</sup>, Sumarno<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal  
e-mail korespondensi: [agnes\\_dwita@upstegal.ac.id](mailto:agnes_dwita@upstegal.ac.id)

### Abstrak

Pengabdian masyarakat sebagai implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal di Desa Somogede, Kecamatan Wadaslintang, dengan fokus pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital. Kegiatan ini berangkat dari masalah pemasaran konvensional, jangkauan pasar terbatas, dan desain kemasan yang kurang menarik. Program bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan memperkuat jejaring kerja sama. Pelaksanaan mencakup perencanaan, koordinasi, rekrutmen peserta, penyediaan fasilitas, seminar, pelatihan pembuatan toko online, penandaan lokasi di Google Maps, pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, serta pendampingan. Hasilnya, peserta mengalami peningkatan signifikan dalam keterampilan pemasaran digital, mulai mampu menjangkau konsumen luar daerah, dan memperbaiki desain kemasan. Program ini juga memperkuat kolaborasi UMKM, masyarakat, dan pemerintah desa. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian memberikan dampak positif bagi pengembangan kapasitas UMKM dan membuka peluang pertumbuhan ekonomi desa berbasis teknologi, dengan keberlanjutan program sebagai faktor kunci.

**Kata kunci:** pengabdian masyarakat, pemasaran digital, umkm, pemberdayaan, daya saing produk

### Abstract

*Community service, as an implementation of the Tri Dharma of Higher Education, was carried out by lecturers and students of Universitas Pancasakti Tegal in Somogede Village, Wadaslintang District, focusing on empowering MSME actors through digital marketing training and assistance. This activity was initiated due to conventional marketing practices, limited market reach, and less attractive packaging designs. The program aims to enhance MSME skills in utilizing digital technology to expand their market, improve product competitiveness, and strengthen collaborative networks. The implementation included planning, coordination, participant recruitment, facility preparation, seminars, training on creating online stores, Google Maps location tagging, social media management, promotional content creation, and mentoring. As a result, participants experienced significant improvements in digital marketing skills, became able to reach consumers outside the region, and improved their product packaging. The program also strengthened collaboration among MSMEs, the community, and the village government. Overall, this community service activity had a positive impact on MSME capacity development and opened opportunities for technology-based local economic growth, with program sustainability as a key factor.*

**Keywords:** community service, digital marketing, msme's, empowerment, product competitiveness.

### PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal (UPS) merupakan pemanfaatan secara langsung ilmu pengetahuan, baik melalui pendidikan dan pengajaran maupun penelitian ilmiah kepada masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan dengan niat tulus untuk mengabdikan dalam menunaikan misi Universitas Pancasakti Tegal serta menjadi wujud nyata dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sebagai kegiatan intrakurikuler yang wajib diikuti seluruh mahasiswa, pengabdian masyarakat tidak hanya berperan sebagai media sosialisasi dan interaksi akademis, tetapi juga menjadi

sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan serta menyebarluaskan ilmu yang telah dipelajari agar bermanfaat bagi masyarakat. Salah satu lokasi pelaksanaan kegiatan adalah Desa Somogede, Kecamatan Wadaslintang, Kabupaten Wonosobo, yang memiliki potensi ekonomi berbasis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

UMKM di desa ini memegang peranan penting dalam mendorong kemandirian ekonomi lokal. Melalui pendekatan kolaboratif, pengabdian masyarakat diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam mentransfer pengetahuan akademik kepada pelaku usaha dan masyarakat. Potensi UMKM sebagai motor pertumbuhan ekonomi desa sangat besar, namun banyak pelaku usaha yang belum mengetahui cara mengembangkan bisnis secara efektif sehingga usaha mereka cenderung stagnan. Selain tantangan internal seperti keterbatasan manajemen usaha, UMKM juga harus beradaptasi dengan tantangan eksternal berupa perubahan pasar yang semakin mengedepankan keberlanjutan lingkungan. Konsumen modern kini lebih memilih produk yang ramah lingkungan dan diproduksi secara bertanggung jawab, sehingga integrasi praktik bisnis berkelanjutan menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing sekaligus menjaga kelestarian lingkungan.

Kondisi ini mendorong perlunya kegiatan pengabdian masyarakat yang mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan akademis dengan kebutuhan praktis UMKM di lapangan. Pendekatan yang digunakan tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas usaha, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh. Dengan keterlibatan langsung mahasiswa dalam proses identifikasi masalah, penyusunan strategi, hingga implementasi solusi, diharapkan tercipta transfer ilmu dan teknologi yang berkelanjutan serta sinergi yang kuat antara akademisi, pelaku UMKM, dan masyarakat lokal.

Dalam pelaksanaannya, pengabdian ini juga menyoroti berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM, antara lain rendahnya pemahaman mengenai konsep dan strategi pemasaran digital, keterbatasan akses teknologi, tingginya anggapan biaya penggunaan platform digital, minimnya kemampuan mengelola akun bisnis daring, kurangnya kesadaran akan manfaat pemasaran digital, kesulitan dalam membuat konten menarik, persaingan yang ketat, serta hambatan dalam analisis dan pemantauan kampanye. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan bimbingan intensif agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan daya saing usaha mereka (Hasibuan & Syamsuddin, 2021).

Pengabdian masyarakat ini menjadi salah satu upaya strategis untuk mengatasi tantangan tersebut. Melalui kegiatan yang terstruktur, dosen dan mahasiswa berperan aktif dalam mentransfer keterampilan praktis yang dibutuhkan pelaku UMKM. Tidak hanya itu, kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran lapangan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari dalam situasi nyata. Dengan demikian, manfaat yang dihasilkan tidak hanya dirasakan oleh masyarakat sebagai penerima program, tetapi juga oleh mahasiswa sebagai pelaku program yang memperoleh pengalaman langsung.

Desa Somogede sendiri memiliki potensi produk yang beragam, mulai dari makanan olahan, kerajinan tangan, hingga produk pertanian. Namun, pemasaran yang masih konvensional menyebabkan jangkauan pasar terbatas dan nilai jual produk belum optimal. Perkembangan teknologi informasi sebenarnya telah membuka peluang pasar yang lebih luas melalui platform digital, namun keterbatasan literasi digital dan minimnya pelatihan membuat peluang ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, intervensi berupa pelatihan pemasaran digital menjadi sangat relevan.

Pemasaran digital terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan menjangkau konsumen di luar daerah dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional (Rahayu & Susanto, 2020). Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM dibekali kemampuan membuat akun toko online, mengelola media sosial, melakukan penandaan lokasi usaha di Google Maps, serta membuat konten promosi yang menarik. Selain itu, pelatihan desain kemasan yang informatif dan sesuai karakter produk juga diberikan untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Keberhasilan pengabdian masyarakat ini sangat bergantung pada sinergi antar pemangku kepentingan. Pemerintah desa berperan sebagai fasilitator dan penghubung antara tim pengabdian dengan masyarakat, sementara pelaku UMKM menjadi mitra aktif yang mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan baru. Dengan dukungan yang berkelanjutan dari semua pihak, ekosistem bisnis lokal dapat diperkuat, dan keberlanjutan ekonomi desa dapat terjaga.

Manfaat dari kegiatan ini mencakup tiga aspek utama. Pertama, peningkatan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kedua, pemberdayaan masyarakat melalui transfer pengetahuan dan keterampilan baru, sehingga masyarakat mampu mengelola usaha secara mandiri dan inovatif. Ketiga, pembentukan jejaring kerja sama antara pelaku UMKM, masyarakat, dan pemerintah desa yang dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi lokal.

Selain itu, pengabdian masyarakat ini juga diharapkan dapat menarik minat generasi muda untuk terlibat dalam usaha produktif di desa. Rendahnya partisipasi pemuda dalam dunia usaha lokal selama ini disebabkan oleh kecenderungan untuk merantau ke kota demi mencari pekerjaan yang dianggap lebih menjanjikan. Melalui pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan perkembangan teknologi, diharapkan pemuda desa dapat melihat potensi usaha di lingkungan mereka sendiri dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi dan strategi pemasaran di berbagai sektor, termasuk UMKM. Pemanfaatan internet, media sosial, dan platform perdagangan elektronik tidak hanya menjadi tren, tetapi sudah menjadi kebutuhan dasar bagi pelaku usaha untuk tetap kompetitif. Dalam konteks ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif menjadi faktor penentu keberhasilan usaha. Namun, tanpa pengetahuan dan keterampilan yang memadai, peluang yang ditawarkan oleh teknologi tersebut akan sulit dioptimalkan oleh pelaku UMKM, khususnya yang berada di wilayah pedesaan seperti Desa Somogede.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hambatan utama UMKM dalam menerapkan pemasaran digital meliputi kurangnya literasi teknologi, keterbatasan modal, minimnya pelatihan yang relevan, serta ketidakmampuan untuk mengikuti perubahan tren pasar yang cepat (Hasibuan & Syamsuddin, 2021; Rahayu & Susanto, 2020). Kondisi ini semakin kompleks ketika infrastruktur pendukung, seperti akses internet yang stabil, masih belum merata. Situasi tersebut juga dialami oleh sebagian besar pelaku UMKM di Desa Somogede, yang mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan langsung di lokasi usaha, sehingga potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas menjadi terbatas.

Persaingan produk lokal maupun impor menuntut UMKM untuk berinovasi dalam kualitas, kemasan, dan promosi. Konsumen kini menilai produk bukan hanya dari fungsi, tetapi juga citra merek, kemudahan akses informasi, dan daya tarik visual. Karena itu, inovasi kemasan dan pemasaran digital menjadi strategi yang saling melengkapi untuk membangun identitas merek dan memperluas pasar. Pengabdian masyarakat di Desa Somogede hadir sebagai langkah strategis untuk menjawab tantangan tersebut melalui kerja sama antara akademisi, UMKM, dan pemerintah desa. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir agar pelaku usaha lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dengan metode interaktif dan pendampingan berkelanjutan, peserta diharapkan mampu langsung menerapkan keterampilan yang diperoleh dan memicu lahirnya inisiatif usaha berbasis teknologi. Secara keseluruhan, program ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, memberdayakan masyarakat melalui pelatihan desain kemasan dan manajemen media sosial, serta membangun jejaring kolaboratif yang mendorong perkembangan ekonomi Desa Somogede secara berkelanjutan.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Somogede dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang terstruktur, mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi. Metode ini dirancang agar program dapat berjalan efektif, melibatkan seluruh pemangku kepentingan, dan memberikan hasil yang berkelanjutan. Tahapan pelaksanaan terdiri dari:

1. **Persiapan dan Perencanaan**

Tahap awal dimulai dengan perumusan konsep kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi lokal yang dimiliki Desa Somogede. Tim pengabdian melakukan observasi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM, khususnya dalam bidang pemasaran digital. Selain itu, dilakukan pengumpulan data sekunder dari sumber resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan literatur terkait pengembangan

- UMKM. Hasil identifikasi masalah ini digunakan sebagai dasar penyusunan rencana kegiatan, termasuk pemilihan materi pelatihan, metode penyampaian, dan pembagian tugas anggota tim.
2. Koordinasi dengan Pemangku Kepentingan  
Setelah rencana kegiatan disusun, tim melakukan koordinasi dengan pemerintah desa dan perangkat dusun untuk memperoleh dukungan serta memastikan keterlibatan peserta. Pertemuan koordinasi bertujuan menyampaikan tujuan, manfaat, dan jadwal kegiatan kepada kepala desa, perangkat dusun, serta tokoh masyarakat. Pemerintah desa berperan sebagai penghubung antara tim pengabdian dan pelaku UMKM, sekaligus membantu dalam penyebaran informasi ke seluruh dusun yang ada di Desa Somogede, yaitu Karangsari, Kajoran, Kalianget, dan Kaburikan.
  3. Rekrutmen dan Pemilihan Peserta  
Peserta kegiatan difokuskan pada pelaku UMKM aktif yang membutuhkan peningkatan kapasitas pemasaran produk. Proses rekrutmen dilakukan melalui penyampaian undangan kepada kepala dusun, yang kemudian meneruskan informasi kepada pelaku UMKM di wilayahnya masing-masing. Tim memastikan keterwakilan dari seluruh dusun agar kegiatan mencakup berbagai jenis usaha dan dapat memberikan dampak luas.
  4. Persiapan Sarana dan Prasarana  
Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan, seperti ruang pertemuan, proyektor, peralatan audio-visual, materi pelatihan dalam bentuk modul, bahan presentasi, serta peralatan untuk praktik langsung. Tim juga menyiapkan formulir kehadiran, kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman peserta, serta perangkat dokumentasi untuk keperluan laporan akhir.
  5. Pelaksanaan Seminar dan Pelatihan  
Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam dua bentuk utama, yaitu seminar dan pelatihan praktis. Untuk seminar berisi paparan materi mengenai konsep pemasaran digital, manfaat dan peluangnya bagi UMKM, tren perilaku konsumen digital, serta pentingnya desain kemasan yang menarik dan informatif. Sedangkan pelatihan praktisnya dilakukan melalui demonstrasi langsung dan pendampingan peserta dalam membuat akun toko online di marketplace, melakukan penandaan lokasi usaha di Google Maps, mengelola media sosial untuk promosi, membuat konten digital yang menarik, serta mengatur pembukuan usaha sederhana. Metode pembelajaran menggunakan kombinasi ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung agar peserta lebih mudah memahami materi dan mampu mengaplikasikannya.
  6. Dokumentasi dan Pelaporan  
Seluruh kegiatan didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan catatan lapangan. Dokumentasi ini digunakan untuk keperluan laporan akhir pengabdian, publikasi pada media universitas, serta sebagai bahan referensi untuk perbaikan program di masa mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Somogede berangkat dari permasalahan mendasar yang dihadapi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yaitu pemasaran produk yang masih dilakukan secara manual dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Produk yang dihasilkan cenderung dipasarkan melalui metode tradisional, seperti penjualan langsung di rumah, pasar desa, atau melalui jaringan pelanggan terdekat, sehingga jangkauan pasar menjadi sangat terbatas. Selain itu, desain kemasan yang kurang menarik dan belum sesuai standar pemasaran modern membuat produk sulit bersaing, baik di pasar lokal maupun luar daerah.

Kondisi tersebut menimbulkan tantangan signifikan bagi UMKM dalam menarik minat konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan volume penjualan. Menurut Handayani & Sutrisno (2020), pemanfaatan pemasaran digital dapat menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan pasar lokal, memperluas akses konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Berangkat dari temuan ini, program pengabdian masyarakat di Desa Somogede difokuskan pada sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital (digital marketing) yang dikombinasikan dengan pendampingan teknis secara langsung.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan diikuti oleh peserta yang sebagian besar berada pada rentang usia 27 hingga 50 tahun. Hal ini menunjukkan adanya ketertarikan dari kalangan dewasa

dan paruh baya untuk mengembangkan usaha melalui digitalisasi. Namun, temuan lapangan juga mengindikasikan rendahnya partisipasi kalangan muda (18–26 tahun) yang lebih memilih merantau ke kota untuk mencari pekerjaan dibandingkan membangun usaha di desa. Fenomena ini selaras dengan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) yang mencatat meningkatnya tren urbanisasi di Indonesia, di mana banyak pemuda desa berpindah ke kota besar karena peluang kerja yang lebih beragam dan prospek penghasilan yang lebih tinggi.

Meski demikian, pelaksanaan program tetap memberikan hasil yang signifikan bagi peserta yang hadir. Dampak positif program dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas UMKM, pemberdayaan masyarakat, dan pembentukan sinergi kolaboratif.

1. Peningkatan Kapasitas UMKM

Melalui pelatihan, peserta dibekali keterampilan dalam memanfaatkan berbagai platform digital untuk memasarkan produk. Materi yang diberikan meliputi pembuatan akun toko online di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, penggunaan media sosial untuk promosi, serta penandaan lokasi usaha di Google Maps agar konsumen lebih mudah menemukan toko mereka. Selain itu, peserta juga dilatih membuat konten promosi yang menarik, memanfaatkan fitur insight media sosial untuk menganalisis respon pasar, serta mengelola pembukuan sederhana untuk memantau arus kas usaha. Hasil evaluasi pascapelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu membuat akun toko online dan mulai mengunggah produk mereka secara mandiri.

2. Pemberdayaan Masyarakat

Program ini juga memberikan dampak terhadap pemberdayaan masyarakat secara umum. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta dapat langsung diaplikasikan pada usaha yang mereka jalankan, sehingga mendorong kemandirian dalam mengelola bisnis. Pelatihan ini tidak hanya bermanfaat bagi usaha yang sudah berjalan, tetapi juga membuka peluang bagi munculnya usaha baru yang lebih inovatif. Misalnya, beberapa peserta yang awalnya hanya menjual produk secara offline mulai mencoba menjual produk melalui media sosial, mendapatkan pesanan dari luar daerah, dan memanfaatkan layanan pengiriman daring untuk menjangkau konsumen baru.

3. Sinergi dan Kolaborasi

Pelaksanaan program berhasil membangun jejaring kerja sama antara pelaku UMKM, pemerintah desa, dan masyarakat. Kolaborasi ini diwujudkan dalam bentuk saling berbagi informasi tentang peluang pasar, kerja sama produksi, serta promosi bersama dalam kegiatan desa. Pemerintah desa mendukung dengan menyediakan fasilitas pertemuan, membantu publikasi acara, dan memfasilitasi pembentukan kelompok kerja UMKM yang berfungsi sebagai wadah koordinasi. Sinergi ini menjadi modal penting bagi keberlanjutan kegiatan pemasaran digital di desa, karena memungkinkan adanya pertukaran sumber daya, pengalaman, dan dukungan teknis yang berkelanjutan.

Selain tiga aspek utama tersebut, terdapat pula temuan penting terkait hambatan dan peluang ke depan. Hambatan yang dihadapi peserta antara lain keterbatasan perangkat digital (seperti smartphone dengan spesifikasi rendah), keterbatasan akses internet di beberapa wilayah dusun, serta kesulitan dalam memproduksi konten visual berkualitas. Untuk mengatasi hambatan ini, tim pengabdian memberikan solusi alternatif, seperti memanfaatkan aplikasi desain gratis yang ringan, menggunakan jaringan Wi-Fi publik yang disediakan pemerintah desa, serta mengadakan sesi pelatihan tambahan khusus pembuatan konten foto dan video produk.

Dari sisi peluang, pelatihan ini membuka wawasan peserta tentang potensi pasar yang lebih luas, termasuk peluang ekspor produk lokal melalui platform digital. Beberapa peserta menyatakan minat untuk mengikuti pelatihan lanjutan terkait manajemen bisnis digital, strategi harga, dan pengemasan produk ekspor. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan awal telah berhasil memicu kesadaran akan pentingnya pengembangan usaha berbasis teknologi.

Pelaksanaan pelatihan digital marketing di Desa Somogede tidak hanya memberikan pemahaman teknis kepada peserta, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dalam bisnis. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya berfokus pada proses produksi kini mulai melihat pemasaran sebagai faktor kunci keberhasilan usaha. Kesadaran ini mendorong mereka untuk mencoba strategi baru, seperti memanfaatkan fitur promosi berbayar di media sosial, mengatur jadwal unggahan

konten, dan memantau interaksi pelanggan secara rutin. Perubahan orientasi ini menjadi fondasi penting untuk meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif.

Selain manfaat langsung yang dirasakan, program ini juga membuka peluang terbentuknya komunitas bisnis berbasis digital di Desa Somogede. Dengan adanya grup komunikasi daring, pelaku UMKM dapat saling bertukar informasi mengenai tren pasar, pemasok bahan baku, dan strategi promosi yang efektif. Dinamika komunitas ini berpotensi menciptakan kolaborasi usaha, seperti penjualan paket produk gabungan atau promosi bersama dalam satu acara desa. Keberadaan jejaring ini memperkuat ekosistem UMKM lokal, yang pada gilirannya akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan.

Namun, hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital tidak merata di antara peserta. Beberapa pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan lebih intensif untuk menguasai keterampilan dasar, seperti pengoperasian aplikasi desain sederhana, pengaturan akun marketplace, atau manajemen pesanan daring. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan bertahap, di mana pelatihan lanjutan difokuskan pada kelompok yang sudah mahir, sementara kelompok pemula mendapatkan pendampingan lebih personal. Dengan strategi ini, pemerataan kemampuan di seluruh pelaku UMKM dapat tercapai secara lebih efektif.

Dari sisi keberlanjutan, penting untuk memastikan bahwa keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat terus dikembangkan dan dimanfaatkan dalam jangka panjang. Peran pemerintah desa dan lembaga pendukung menjadi krusial dalam menyediakan fasilitas, seperti ruang bersama untuk pembuatan konten, akses internet gratis, dan program promosi rutin untuk produk lokal. Dengan adanya dukungan berkelanjutan ini, manfaat program pengabdian masyarakat tidak hanya akan dirasakan sesaat setelah pelatihan, tetapi juga akan menjadi pendorong transformasi digital UMKM desa dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha. Perubahan pola pikir dari pemasaran konvensional menuju pemasaran digital menjadi capaian penting yang akan mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Dengan pendampingan berkelanjutan dan dukungan kolaboratif dari pemerintah desa serta pemangku kepentingan lainnya, Desa Somogede berpotensi menjadi sentra UMKM yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.



**Gambar 1.** Pelaku UMKM Pada Program Pengabdian

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Somogede, Kecamatan Wadaslintang, Kabupaten Wonosobo, telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pemasaran digital. Permasalahan mendasar yang sebelumnya dihadapi, seperti pemasaran produk yang masih bersifat konvensional, jangkauan pasar terbatas, dan desain kemasan kurang menarik, secara bertahap mulai teratasi melalui penerapan strategi digital marketing. Peserta memperoleh keterampilan baru dalam membuat akun toko online, menandai lokasi usaha di Google Maps, mengelola media sosial, memproduksi konten promosi, serta memahami pengelolaan pembukuan sederhana. Dampak yang dihasilkan tidak hanya berupa peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga perubahan pola pikir peserta untuk lebih terbuka terhadap inovasi dan teknologi dalam mengembangkan usaha.

Sinergi yang terbangun antara pelaku UMKM, pemerintah desa, dan masyarakat menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan program. Jejaring kerja sama yang terbentuk memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, kolaborasi dalam produksi dan promosi, serta pembentukan kelompok kerja UMKM sebagai wadah koordinasi berkelanjutan. Meskipun masih terdapat hambatan seperti keterbatasan perangkat digital, akses internet yang belum merata, dan kemampuan teknis pembuatan konten yang bervariasi, semangat peserta untuk mempraktikkan ilmu yang diperoleh menunjukkan bahwa program ini telah memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan UMKM di masa mendatang.

Berdasarkan capaian tersebut, disarankan agar kegiatan pelatihan pemasaran digital di Desa Somogede dilaksanakan secara berkelanjutan dan dikembangkan dalam bentuk program lanjutan yang lebih spesifik. Materi pelatihan selanjutnya dapat difokuskan pada strategi pemasaran berbasis data, optimasi toko online, teknik fotografi dan videografi produk, serta manajemen keuangan usaha yang lebih terstruktur. Pendampingan individual juga perlu diperkuat untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis yang bersifat personal, seperti penggunaan aplikasi desain, optimasi media sosial, dan manajemen stok produk secara daring.

Selain itu, diperlukan dukungan infrastruktur dari pemerintah desa maupun pihak terkait, seperti penyediaan akses internet yang stabil di seluruh wilayah, fasilitas ruang bersama yang dapat digunakan untuk produksi konten, dan program subsidi perangkat digital bagi pelaku UMKM yang membutuhkan. Peran aktif generasi muda desa juga sangat penting untuk keberlanjutan program ini. Oleh karena itu, strategi khusus untuk menarik minat pemuda, seperti pelatihan berbasis creative content dan peluang bisnis daring, perlu diintegrasikan dalam program pengabdian berikutnya agar desa tidak kehilangan potensi sumber daya manusia yang produktif.

Rekomendasi lebih lanjut adalah menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah, lembaga keuangan, dan platform e-commerce untuk membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk UMKM Desa Somogede. Kerja sama ini dapat mencakup promosi bersama, pameran produk secara daring, serta pembinaan dalam memenuhi standar kualitas produk untuk pasar nasional dan internasional. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan Desa Somogede dapat berkembang menjadi sentra UMKM berbasis digital yang mandiri, inovatif, dan mampu bersaing di era ekonomi modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D., & Cahyadi, S. (2020). Peran UMKM dalam penguatan ekonomi lokal melalui pendekatan kolaboratif. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 12(1), 45-53. <https://ejournal.unisnu.ac.id/jel/article/view/45>
- Handayani, T., & Sutrisno, H. (2020). Digital marketing sebagai strategi pengembangan UMKM di wilayah pedesaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(4), 130-140. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/1467>
- Hasibuan, R., & Syamsuddin, S. (2021). Tantangan dan strategi UMKM dalam menghadapi era digitalisasi. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(2), 101-110. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/jtb/article/view/101>
- Jatmoko, Bambang P. (2021). Digitalisasi UMKM Bisa Dorong Penguatan Ekonomi Indonesia. Diakses dari <https://umkm.kompas.com/read/2021/12/30/134037883/digitalisasi-umkm-bisa-dorong-penguatan-ekonomi-indonesia>.

- Khoirunnisa Jihan.(2021). Strategi Pemerintah Mendorong UMKM Go Digital & Go Global. Diakses dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5662584/strategi-pemerintah-mendorong-umkm-go-digital-go-global>.
- Rahayu, E., & Susanto, A. (2020). Pelatihan dan pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi untuk peningkatan daya saing. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 5(3), 215-226. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3489492&val=30541>
- Universitas Pancasakti Tegal. (2021). Program KKN Universitas Pancasakti Tegal. Diakses dari <https://www.upstegal.ac.id>.
- Wijaya, J. R. T., Wahyudi, C., Subroto, S., Hapsari, I. M., Mubarok, A., Firmansyah, F., ... & Friyana, D. I. (2025). Workshop Digital Marketing Kerupuk Usek di Desa Lumeneng Kecamatan Paninggaran Kabupaten Pekalongan. *SENTRA ABDIMAS: Sinergi dan Transformasi dalam Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-14.
- Wijaya, J. R. T., & Manurung, M. R. A. (2025). The Impact of Digitalization on Financial Accounting Practices: A Literature Review in the Scopus Database. *Review of Applied Accounting Research (RAAR)*, 5(1), 53-70.
- Wikipedia. (2021). Somogede, Wadaslintang, Wonosobo. Diakses dari. Diakses dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Somogede,\\_Wadaslintang,\\_Wonosobo](https://id.wikipedia.org/wiki/Somogede,_Wadaslintang,_Wonosobo)