

PKM - Keberlanjutan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial di Era Digital Pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masyarakat Tapanuli Tengah

Safran Matondang¹, Nova Zulfani Panggabean², Lukman Hakim Hutagalung³, Danu Irwan Zelani⁴
Alfan Suri Tanjung⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Bisnis Dan Teknologi Alwashliyah Sibolga, SUMUT, Tapanuli Tengah, Indonesia.

Email : safranmatondang30@gmail.com, novazulfani@gmail.com,
lukmanhakimhutagalung@gmail.com, dizelani@gmail.com, alfansuritanjung85@gmail.com.

Katakunci:

*Ekonomi Digital,
Kesejahteraan
Sosial, UMKM,
Digital Marketing.*

Abstrak.

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola ekonomi dan kehidupan sosial masyarakat, termasuk pada wilayah Tapanuli Tengah. Namun, sebagian besar masyarakat pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan sosial. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan digital marketing, media sosial, dan platform digital guna mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan partisipatif berupa pelatihan, pendampingan, diskusi interaktif, dan praktik langsung penggunaan media digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi usaha, serta pengelolaan usaha berbasis teknologi informasi. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti kegiatan dan mulai menerapkan strategi digital dalam aktivitas usaha mereka. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam menghadapi tantangan ekonomi digital serta mendorong kesejahteraan sosial masyarakat Tapanuli Tengah secara berkelanjutan.



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution
4.0 International License*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang ekonomi dan sosial (Nasrullah, 2017). Era digital menghadirkan peluang besar bagi masyarakat untuk meningkatkan produktivitas ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas usaha dan pelayanan masyarakat (Turban et al., 2018). Digitalisasi tidak hanya menjadi kebutuhan perusahaan besar, tetapi juga menjadi kebutuhan utama masyarakat dan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan ekonomi yang semakin kompetitif (Narto & HM, 2020).

Masyarakat Tapanuli Tengah memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama pada sektor perdagangan, kuliner, perikanan, dan usaha rumahan. Akan tetapi, sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan sistem pemasaran secara konvensional sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Rendahnya literasi digital masyarakat menyebabkan pemanfaatan media sosial dan platform digital belum dilakukan secara optimal untuk mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat (Pradiani, 2018).

Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing usaha lokal di tengah perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat. Selain itu, keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai strategi pemasaran digital juga menyebabkan produk lokal sulit berkembang pada pasar yang lebih luas (Purwana et al., 2017). Padahal, penggunaan teknologi digital dapat membantu masyarakat meningkatkan promosi produk, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga (Hendrawan et al., 2019).

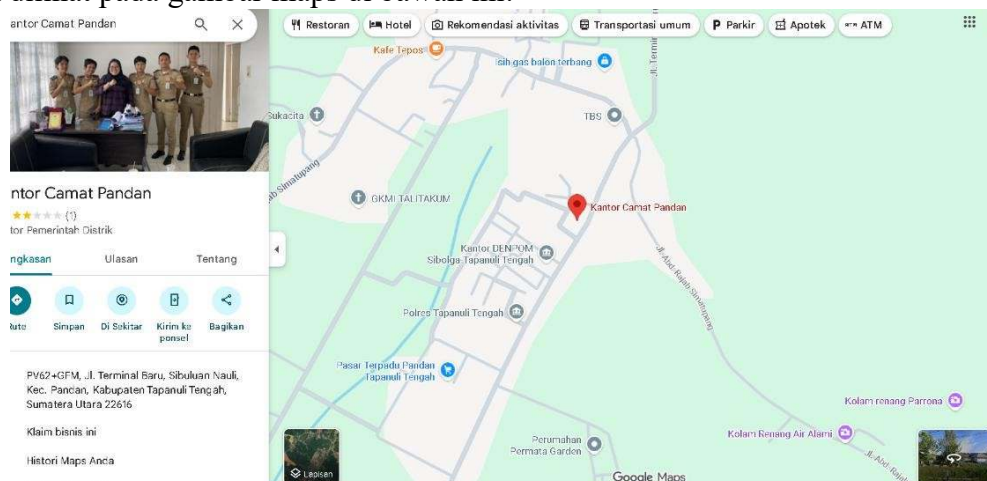
Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini difokuskan pada pemberian pelatihan dan pendampingan digital marketing kepada masyarakat dan pelaku UMKM di Tapanuli Tengah agar mampu memanfaatkan teknologi secara produktif dan berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kabupaten Tapanuli Tengah dengan melibatkan masyarakat umum dan pelaku UMKM sebagai peserta utama. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Lokasi

Pengabdian dilakukan di lingkungan Kantor Kecamatan Tapanuli Tengah, detail Lokasi penelitian dilihat pada gambar maps di bawah ini:



Gambar 1. Lokasi Pengabdian

b. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara bertahap dengan kombinasi metode ceramah interaktif, demonstrasi, tutorial, dan praktik langsung. Rincian kegiatan sebagai berikut.

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tim pelaksana melakukan observasi awal untuk mengetahui kondisi masyarakat terkait pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi. Tahapan ini dilakukan melalui wawancara dan diskusi bersama masyarakat dan pelaku usaha lokal.

2. Persiapan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan peserta yang meliputi:

- Pengantar ekonomi digital
- Dasar digital marketing
- Pemanfaatan media sosial untuk usaha
- Strategi promosi produk secara online

- e. Pembuatan konten digital sederhana
- f. Penggunaan marketplace dan platform digital

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara langsung melalui metode:

- a. Ceramah
- b. Diskusi interaktif
- c. Demonstrasi
- d. Praktik langsung penggunaan media digital

Peserta diberikan kesempatan untuk mencoba membuat akun media sosial usaha, mengunggah produk,

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari peserta. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama mengikuti pelatihan dan aktif dalam sesi diskusi maupun praktik penggunaan media digital. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta hanya menggunakan media sosial untuk kebutuhan pribadi dan belum memahami strategi pemasaran digital. Setelah pelatihan dilakukan, peserta mulai memahami pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi usaha dan komunikasi dengan konsumen.

Pelatihan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan peserta mengenai:

- 1. Pemanfaatan Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business sebagai media promosi
- 2. Teknik membuat konten promosi yang menarik
- 3. Strategi pemasaran digital yang efektif
- 4. Pentingnya branding produk lokal
- 5. Pemanfaatan marketplace dalam meningkatkan penjualan

Selain meningkatkan kemampuan teknologi digital masyarakat, kegiatan ini juga memberikan dampak sosial berupa meningkatnya motivasi masyarakat untuk mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Masyarakat mulai memahami bahwa transformasi digital dapat menjadi sarana meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan memperluas peluang usaha. Keberhasilan kegiatan terlihat dari meningkatnya keterampilan peserta dalam menggunakan platform digital untuk mendukung aktivitas ekonomi mereka. Beberapa peserta mulai memasarkan produk secara online dan melakukan promosi digital secara mandiri setelah mengikuti pelatihan.

Hasil dari kegiatan yang dilakukan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:





Gambar 2. Nara Sumber Menjelaskan Materi Keberlanjutan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial di Era Digital

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat Tapanuli Tengah. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing mampu meningkatkan pemahaman masyarakat dan pelaku UMKM mengenai pentingnya penggunaan media digital sebagai sarana promosi, komunikasi, dan pengembangan usaha. Masyarakat mulai memahami bahwa transformasi digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk lokal, serta membuka peluang ekonomi baru yang lebih produktif dan berkelanjutan.

Selain memberikan peningkatan literasi digital, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya motivasi masyarakat untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital. Antusiasme peserta selama kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki keinginan besar untuk berkembang dan memanfaatkan teknologi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian seperti ini perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan masyarakat agar tercipta ekosistem ekonomi digital yang mampu meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat secara merata di Kabupaten Tapanuli Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap. *Jurnal Administrasi dan Kesekretariatan*, 4(1), 50–61.
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J., Liang, T., & Turban, D. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.