



Sosialisasi Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat RW 008, RW 017 dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang – Tangerang Selatan

Socialization Of Digital-Based Entrepreneurship Empowerment To Improve The Economic Welfare Of The Community Of RW 008, RW 017 and Rw 018 Housing Benda Baru, Pamulang – Tangerang Selatan

**Erwan Syafri^{1*}, Rusdi Kurniawan², Haqiqi Lina Layyin³, Siti Khoiriah⁴,
Anwar Sanusi⁵**

¹⁻⁵ Program Studi Magister Manajemen Fakultas Pasca Sarjana Universitas
Pamulang, Indonesia

erwan.syafri25.es@gmail.com^{1*}, rusdikurniawan91@gmail.com², haqiqilinaaa29@gmail.com³,
stkhoiriah23@gmail.com⁴, sanusianwar04@gmail.com⁵

Korespondensi Penulis: erwan.syafri25.es@gmail.com*

Article History:

Received: Januari 17, 2025;

Revised: Januari 31, 2025;

Accepted: Februari 08, 2025;

Online Available: Februari 10, 2025;

Keywords: Digital Marketing,
Digital Advertising, MSMEs,
Marketing Strategy

Abstract. *The Community Service Program titled “Digital-Based Entrepreneurship Empowerment Socialization to Improve the Economic Welfare of the Community in RW 008, RW 017, and RW 018, Benda Baru Housing Complex, Pamulang – South Tangerang” aims to enhance digital literacy and technology-based entrepreneurial skills among local communities, particularly Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This program includes socialization, training, and practical mentoring related to the utilization of social media, e-commerce, Search Engine Optimization (SEO)/Search Engine Marketing (SEM), and digital advertising strategies as tools for business development. The method employed is participatory, actively involving the community in every stage of the program. The results indicate an improvement in community understanding of digital technology and their ability to leverage digital platforms to support their businesses. This program has also successfully created a sustainable digital entrepreneurship ecosystem, which is expected to enhance the economic welfare of the targeted communities. Given its success, this initiative is anticipated to serve as a model for digital-based community empowerment that can be implemented in other regions.*

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Sosialisasi Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat RW 008, RW 017, dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang – Tangerang Selatan” bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi di kalangan masyarakat lokal, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini mencakup sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktis terkait pemanfaatan media sosial, e-commerce, SEO/SEM, serta strategi periklanan digital sebagai sarana pengembangan usaha. Metode yang digunakan bersifat partisipatif, melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang teknologi digital dan kemampuan menggunakan platform digital untuk mendukung usaha mereka. Program ini juga berhasil menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis digital yang berkelanjutan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah sasaran. Dengan keberhasilan ini, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis digital yang dapat diterapkan di wilayah lain.

Kata kunci: Digital Marketing, Pemasaran digital, UMKM, Strategi Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat merupakan salah satu tujuan utama dalam pembangunan nasional yang berkelanjutan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mewujudkan tujuan tersebut dengan menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai wilayah, termasuk di daerah perkotaan dan perdesaan. Namun, dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, banyak pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Kurangnya literasi digital serta pemahaman tentang pemasaran berbasis digital menjadi tantangan utama bagi pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

Teknologi digital, khususnya dalam bidang pemasaran digital (digital marketing), telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jaringan bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, serta menjangkau konsumen yang lebih luas. Platform digital seperti media sosial, e-commerce, serta teknik optimasi mesin pencari (SEO/SEM) dapat dimanfaatkan sebagai alat strategis dalam meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan usaha. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di RW 008, RW 017, dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan, belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan potensi teknologi digital ini secara optimal.

Berdasarkan hasil observasi di wilayah tersebut, mayoritas pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Selain itu, minimnya akses terhadap informasi dan keterampilan digital menjadi faktor penghambat utama dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi. Oleh karena itu, diperlukan program edukasi dan pemberdayaan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan masyarakat dalam menggunakan strategi pemasaran digital.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, program sosialisasi dan pelatihan digital marketing dirancang sebagai upaya memberdayakan pelaku UMKM agar dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren pasar. Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, memberikan pelatihan teknis terkait pemasaran digital, serta mendampingi masyarakat dalam mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis digital secara efektif. Dengan adanya program ini, diharapkan ekosistem kewirausahaan berbasis digital dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah sasaran.

Fokus Pengabdian kepada Masyarakat

Fokus utama dari program ini adalah meningkatkan pemahaman serta keterampilan digital bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital. Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan, peserta akan diberikan wawasan mengenai penggunaan media sosial, e-commerce, SEO, SEM, serta strategi pemasaran digital lainnya guna memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka.

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan literasi digital masyarakat RW 008, RW 017, dan RW 018 di Perumahan Benda Baru dalam mendukung aktivitas usaha mereka.
2. Menyediakan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pemasaran produk atau jasa mereka.
3. Mengembangkan ekosistem kewirausahaan berbasis digital yang berkelanjutan sebagai bagian dari strategi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Manfaat Pengabdian kepada Masyarakat

Program ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Peningkatan Literasi Digital – Peserta memperoleh wawasan mengenai kewirausahaan digital serta cara memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha mereka.
2. Kemampuan Adaptasi Teknologi – Masyarakat diajarkan cara menggunakan platform digital seperti e-commerce dan media sosial guna meningkatkan daya saing usaha.
3. Pengembangan Potensi Lokal – Memfasilitasi pemasaran produk atau jasa lokal agar lebih dikenal dan diterima oleh pasar yang lebih luas.
4. Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi – Dengan meningkatnya skala usaha dan akses pasar yang lebih luas, diharapkan kesejahteraan masyarakat akan semakin meningkat.

Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

a. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Ekonomi Digital

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan inklusi ekonomi. Menurut Astuti dan Matondang (2020), UMKM merupakan unit usaha yang dikelola oleh individu atau kelompok dengan modal terbatas, namun memiliki

potensi besar dalam menopang ekonomi daerah. Di Indonesia, sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sebagian besar tenaga kerja di sektor informal.

Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis data. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital adalah rendahnya literasi digital serta keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan (Febriyantoro, 2018). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang sistematis dalam memberdayakan UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

b. Manajemen Pemasaran Berbasis Digital untuk UMKM

Dalam era industri 4.0, strategi pemasaran digital (digital marketing) menjadi elemen penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saingnya. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan pemasaran digital sebagai serangkaian aktivitas pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk menjangkau, melibatkan, dan mempengaruhi pelanggan. Strategi ini mencakup berbagai kanal digital seperti media sosial, e-commerce, optimasi mesin pencari (SEO/SEM), serta periklanan digital.

c. Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Kewirausahaan

Kewirausahaan digital merupakan konsep yang menggabungkan prinsip-prinsip kewirausahaan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam operasional bisnis. Menurut Yusiana et al. (2022), kewirausahaan digital mencakup penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi bisnis, memperluas pasar, serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Salah satu aspek utama dalam kewirausahaan digital adalah pemasaran berbasis digital, yang memungkinkan pelaku usaha untuk mengakses peluang pasar yang lebih luas dengan strategi yang lebih terukur.

Beberapa platform yang umum digunakan dalam kewirausahaan digital meliputi:

1. **E-Commerce** - Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka secara daring dengan biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan toko fisik.

2. **Media Sosial** - Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi alat pemasaran yang efektif untuk membangun merek dan menjangkau pelanggan dengan pendekatan yang lebih personal.
3. **Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM)** - Teknik ini membantu bisnis untuk meningkatkan visibilitas mereka di mesin pencari seperti Google, sehingga lebih mudah ditemukan oleh pelanggan potensial.
4. **Periklanan Digital** - Google Ads dan Facebook Ads memungkinkan UMKM untuk menargetkan pelanggan potensial secara lebih spesifik berdasarkan demografi dan minat mereka.

d. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, penelitian ini berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing sebagai strategi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Dengan pendekatan yang partisipatif, program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital serta membangun ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

Materi dan Metodologi Pelaksanaan

a. Kerangka Pemecahan Masalah

Sebagai upaya dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, langkah-langkah strategis telah dirancang untuk mencapai tujuan dan sasaran dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Salah satu pendekatan utama yang digunakan adalah membangun keterlibatan aktif masyarakat Perumahan Benda Baru, khususnya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), melalui program sosialisasi dan pelatihan kewirausahaan berbasis digital.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini berlangsung di wilayah Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan, pada bulan Januari 2025. Kegiatan ini dipimpin oleh dosen dari Universitas Pamulang dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk remaja masjid, pelaku UMKM, serta masyarakat setempat yang turut memberikan dukungan terhadap program ini.

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan ini mengacu pada pendekatan partisipatif, di mana seluruh elemen masyarakat terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Selain itu, kegiatan ini juga menghadirkan

akademisi di bidang pemasaran digital guna memberikan materi serta pendampingan intensif agar program ini dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Dengan mempertimbangkan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat di RW 008, RW 017, dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang, langkah-langkah yang diimplementasikan meliputi sosialisasi, workshop, serta pelatihan terkait pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai sarana pemasaran digital. Program PKM ini didukung oleh tim pelaksana dari Universitas Pamulang yang turut memberikan bimbingan dalam setiap tahapan kegiatan.

Metode Pelatihan

Program pelatihan ini dirancang untuk meningkatkan kompetensi pemasaran digital melalui serangkaian kegiatan yang mencakup:

1. Pengenalan konsep digital marketing
2. Pengelolaan media sosial untuk bisnis
3. Optimalisasi e-commerce dan marketplace
4. Penerapan Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM)
5. Strategi periklanan digital berbasis data

Untuk memastikan efektivitas pelatihan, metode yang digunakan mencakup survei, wawancara, serta diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion) dengan pelaku usaha dan masyarakat di wilayah sasaran. Pelatihan ini melibatkan warga RW 008, RW 017, dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang.

Metode pelatihan yang diterapkan mencakup:

- Hari ke-1: Sosialisasi dan pelatihan kewirausahaan berbasis digital, yang mencakup materi pemasaran digital bagi UMKM di Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan.

Tahapan Kegiatan

Program Rangkaian kegiatan dalam program PKM ini meliputi:

1. Tahap Persiapan

- Penyediaan sarana dan bahan pendukung program
- Kajian literatur terkait kewirausahaan digital
- Koordinasi dengan instansi terkait dan masyarakat
- Survei lokasi kegiatan di Serambi Masjid Nurul Iman Perumahan Benda Baru

- Observasi dan identifikasi peserta sasaran
- Rapat koordinasi tim pelaksana

2. Tahap Pelaksanaan

- Sosialisasi program kepada pelaku UMKM
- Pelatihan dan pendampingan strategi kewirausahaan berbasis digital

3. Tahap Evaluasi

- Pengukuran efektivitas pelatihan
- Pengumpulan umpan balik dari peserta
- Rekomendasi untuk pengembangan program lanjutan

Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Masyarakat di RW 008, RW 017, dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang menunjukkan antusiasme serta keterlibatan yang tinggi dalam kegiatan ini. Partisipasi mereka meliputi penyediaan informasi dan data yang dibutuhkan, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan.

Realisasi Pemecahan Masalah

Sebagai solusi dalam meningkatkan daya saing bisnis berbasis digital, program ini mengimplementasikan pelatihan kewirausahaan digital yang meliputi:

1. Pengenalan strategi digital marketing
2. Pengelolaan media sosial untuk pemasaran
3. Pemanfaatan e-commerce dan marketplace
4. Teknik optimasi SEO dan SEM
5. Strategi periklanan digital berbasis data
6. Analisis dan evaluasi performa pemasaran digital

Pelatihan ini juga mencakup optimalisasi media sosial, pembuatan konten kreatif, strategi pemasaran berbasis analitik, serta penggunaan platform e-commerce secara efektif. Selain itu, peserta akan mendapatkan akses ke pelatihan lanjutan secara daring serta pendampingan praktis dalam implementasi strategi digital marketing.

Khalayak Sasaran

Program ini ditujukan bagi pelaku UMKM di Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan, yang membutuhkan peningkatan keterampilan dalam strategi kewirausahaan digital. Selain itu, masyarakat umum juga menjadi bagian dari sasaran program ini agar mereka dapat memahami dan menerapkan pemasaran digital dalam kehidupan sehari-hari.

Realisasi Anggaran

Efisiensi dalam pengelolaan anggaran merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan program ini. Berikut adalah rincian realisasi anggaran:

Realisasi Anggaran Pengabdian Kepada Masyarakat Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang Tahun 2024

1. Judul Pengabdian

SOSIALISASI PEMBERDAYAAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI MASYARAKAT RW 008, RW 017 DAN RW 018 PERUMAHAN BENDA BARU, PAMULANG – TANGERANG SELATAN

2. Identitas Pengusul

Nama	Nim	Program Studi	Peran
Erwan Syafri	241015200214	Manajemen S2	Ketua
Rusdi Kurniawan	241015200215	Manajemen S2	Wakil Ketua
Haqiqi Lina Layyin	241015200205	Manajemen S2	Anggota 1
Siti Khoiriah	241015200198	Manajemen S2	Anggota 2
Anwar Sanusi	241015200184	Manajemen S2	Anggota 3

3. Luaran dan Target Capaian

Luaran Wajib	Luaran Tambahan
Jurnal Nasional PKM	Media Publikasi Online

4. Anggaran

Total RAB : Rp7.200.000,-

Item	Jumlah	Harga Satuan	Total
Sertifikat mahasiswa	24 Pcs	Rp3500,-	Rp84.000,-
Sertifikat Dosen	12 Pcs	Rp3500,-	Rp42.000,-
Plakat + Box	1 Pcs	Rp120.000,-	Rp120.000,-
Banner	1 Pcs	Rp100.000	Rp.100.000,-
Banner Kelompok	5 Pcs	Rp30.000,-	Rp150.000,-
Air Mineral	4 Dus	Rp25.000,-	Rp100.000,-
Snack, Kebersihan & Peralatan	1 Set	Rp.2000.000	Rp.2000.000
Makan Siang	100 Pcs	Rp200.000,-	Rp2.000.000,-
Souvenir	10 Pcs	Rp200.000,-	Rp.2.000.000,-
Lain-lain			Rp. 604.000,-
Total			Rp. 7.200.000,-

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Aula Masjid Nurul Iman, Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Program ini melibatkan berbagai tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi akhir guna memastikan keberlanjutan dampak yang dihasilkan.

Sosialisasi Pemasaran Digital

Sosialisasi pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 19 Januari 2025 dan dihadiri oleh 50 pelaku UMKM dari beberapa RT di Perumahan Benda Baru. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Materi yang disampaikan dalam sesi sosialisasi meliputi:

- Pengenalan program PKM dan tujuan pelaksanaan
- Urgensi pemasaran digital dalam meningkatkan brand awareness dan pertumbuhan UMKM
- Rangkaian tahapan pelatihan dan pendampingan yang akan dilakukan

Para peserta memberikan respons positif terhadap kegiatan ini dan mulai memahami pentingnya transformasi digital dalam usaha mereka.

Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dan pendampingan diberikan dengan pendekatan praktis guna memastikan peserta dapat langsung mengimplementasikan materi yang diberikan. Beberapa topik utama yang dibahas meliputi:

1. Pengenalan Digital Marketing

- Konsep dasar pemasaran digital dan perbedaannya dengan pemasaran konvensional
- Manfaat digital marketing bagi UMKM

2. Strategi Pengelolaan Media Sosial

- Pemanfaatan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk membangun brand
- Teknik pembuatan konten yang menarik dan interaktif

3. Optimalisasi E-Commerce dan Marketplace

- Cara mendaftar dan mengelola toko online di marketplace
- Strategi meningkatkan penjualan melalui platform e-commerce

4. Penggunaan Periklanan Digital

- Pemanfaatan Google Ads dan Facebook Ads untuk menjangkau audiens lebih luas
- Teknik targeting iklan yang efektif

5. Analisis dan Pengukuran Kinerja Digital Marketing

- Pemanfaatan Google Analytics dan insight media sosial untuk mengevaluasi efektivitas pemasaran
- Strategi optimalisasi konten berdasarkan analisis data

Pembahasan

Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek usaha peserta. Beberapa hasil utama yang dicapai antara lain:

Peningkatan Literasi Digital

Melalui sesi pelatihan dan pendampingan, peserta memperoleh pemahaman mendalam tentang pemasaran digital. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan keterampilan dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung usaha mereka.

Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan

Para pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih baik terkait strategi pengelolaan usaha berbasis digital, termasuk branding, manajemen pemasaran, dan penggunaan alat analitik. Hasil wawancara dengan beberapa peserta menunjukkan bahwa mereka lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara online.

Peningkatan Produktivitas UMKM

Implementasi strategi digital marketing berdampak pada peningkatan penjualan bagi sebagian pelaku UMKM. Sebagai contoh, seorang peserta yang memiliki usaha ayam bakar mengalami peningkatan pesanan setelah mulai memanfaatkan media sosial dan platform pemesanan online.

Kolaborasi Antar UMKM

Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif, di mana para pelaku UMKM saling berbagi pengalaman dan sumber daya. Beberapa peserta mulai menjalin kerja sama dalam pemasaran dan distribusi produk mereka.

Implikasi dan Keberlanjutan Program

Hasil dari kegiatan ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Program ini tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menciptakan efek jangka panjang dalam bentuk ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

Untuk memastikan keberlanjutan program, beberapa langkah yang direkomendasikan meliputi:

- Penguatan komunitas UMKM berbasis digital
- Pelatihan lanjutan dalam bidang pemasaran digital yang lebih spesifik
- Kemitraan dengan pihak eksternal seperti pemerintah dan perusahaan teknologi guna mendukung transformasi digital UMKM

Dengan pendekatan yang partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal, program ini berpotensi menjadi model bagi upaya serupa dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

3. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan kewirausahaan berbasis digital di wilayah RW 008, RW 017, dan RW 018 Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan, memberikan dampak positif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini diwujudkan melalui serangkaian pelatihan digital marketing yang terstruktur dan komprehensif guna meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pelaku usaha dalam menerapkan strategi pemasaran digital.

Pelatihan yang diberikan mencakup berbagai aspek penting dalam pemasaran digital, seperti pengelolaan media sosial, pemanfaatan platform e-commerce, optimasi SEO/SEM, strategi periklanan online, serta analisis data pemasaran. Dengan metode pendekatan bertahap, mulai dari konsep dasar hingga strategi tingkat lanjut, peserta pelatihan memperoleh

pemahaman yang lebih baik dalam mengembangkan bisnis mereka secara efektif dan kompetitif di ranah digital.

Hasil evaluasi dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan pada peserta. Peserta mampu mengaplikasikan berbagai teknik pemasaran digital yang telah dipelajari, sehingga berdampak pada peningkatan visibilitas bisnis, penjualan produk, serta jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital yang lebih mandiri dan berkelanjutan di lingkungan sasaran.

Lebih lanjut, program ini juga membantu pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan tren pasar digital. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM berbasis digital dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat secara berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi acuan untuk peningkatan efektivitas program ini kedepannya. Beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Pelatihan digital marketing perlu dilakukan secara berkala agar peserta terus mengembangkan keterampilan dan mengikuti perkembangan teknologi terbaru dengan dibentuk komunitas atau forum UMKM berbasis digital agar peserta dapat berbagi pengalaman dan saling mendukung dalam pengelolaan UMKM.
2. Pelaku UMKM diharapkan lebih aktif dalam menggunakan media sosial, e-commerce, dan marketplace untuk meningkatkan daya saing usaha.
3. Diperlukan akses internet yang lebih stabil dan fasilitas teknologi yang memadai agar pelaku UMKM dapat lebih mudah dalam menjalankan pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A., & Purwantoro, G. (2022). Digital marketing untuk UMKM. Narotama University Press.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). Manajemen pemasaran: UMKM dan digital sosial media. DEEPUBLISH.
- Febriyantoro, A. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2), 1-12.

- Gorahe, L. V., Waani, F., & Tasik, F. (2021). Dampak pandemi Covid-19 terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Dalako Bembanehe Kecamatan Tatoareng Kabupaten Kepulauan Sangihe. *EKSEKUTIF*, 1-9.
- Nurmansyah, A. S. (2023). Optimalisasi manajemen usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis digital. *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 45–56.
- Soetomo. (2014). Kesejahteraan dan upaya mewujudkannya dalam perspektif masyarakat lokal. Pustaka Pelajar.
- Yusiana, R., Lutarlean, B. S., Saragih, R., Setyorini, R., Wardhani, M., Karo Karo, I. M., ... Peranginangin, Y. (2022). Peningkatan digital marketing dan penguatan merek di media digital pada komunitas sentra kreasi. *Charity-Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 62–71.