

Implementasi *Participatory Action Research* dalam Pemberdayaan UMKM Desa Plemahan melalui *Digital Marketing*

Siti Sufaidah¹, Moh. Anshori Aris Widya², Septian Ragil Anandita^{3*}, M. Fikri Masyhari⁴, Ubaidillah⁵, Sabekti Siwi Danan Joyo⁶, Ahmad Syafi'udin⁷

¹Sistem Informasi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

²Informatika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

^{*3}Manajemen, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁴Informatika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁵Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁶Sistem Informasi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁷Informatika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: ragil@unwaha.ac.id

*Nomor handphone aktif: 085755556378

ABSTRACT

The rapid development of information technology offers significant opportunities for micro-enterprises to increase competitiveness through digital marketing, yet limited digital literacy remains a major challenge in rural communities. This community service program was carried out in Plemahan Village, Sumobito District, Jombang Regency, focusing on empowering women of the PKK community and micro-enterprise owners. The program aimed to enhance community skills in utilizing social media and online marketplaces for product marketing, to foster digital literacy awareness, and to encourage the establishment of a technology-based learning community. The method applied was Participatory Action Research, involving participants in every stage from planning, training, mentoring, to evaluation. The results indicated a significant improvement in participants' understanding of digital marketing concepts, technical skills in creating business accounts, and the quality of promotional content. In addition, the program led to social changes such as the formation of a digital marketing learning group and the emergence of local leaders supporting program sustainability. This initiative demonstrates that a participatory technology-based approach can serve as an effective strategy to strengthen rural community economies in the digital era.

Keywords: Digital literacy; Digital marketing; Micro-enterprises; Community empowerment; PKK

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi membuka peluang besar bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan daya saing melalui digital marketing, namun keterbatasan literasi digital masih menjadi kendala utama di masyarakat pedesaan. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Plemahan, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang dengan fokus pada pemberdayaan ibu-ibu PKK dan pelaku UMKM. Tujuan program adalah meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk pemasaran produk, membangun kesadaran literasi digital, serta mendorong lahirnya komunitas belajar berbasis teknologi. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research dengan melibatkan peserta sejak tahap perencanaan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap konsep digital marketing, keterampilan teknis dalam pembuatan akun bisnis, serta peningkatan kualitas konten promosi. Selain itu, kegiatan ini memunculkan perubahan sosial berupa terbentuknya kelompok belajar digital marketing dan tumbuhnya pemimpin lokal yang mendukung keberlanjutan program. Program ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif berbasis teknologi dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat ekonomi masyarakat desa di era digital.

Kata Kunci: Literasi digital; Digital marketing; UMKM; PKK; Pemberdayaan masyarakat

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan perdagangan. Pemanfaatan *digital marketing* terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan memperkuat identitas merek produk lokal. Namun, keterbatasan literasi digital masih menjadi hambatan utama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta kelompok masyarakat desa, khususnya ibu-ibu PKK yang berperan dalam mendukung ekonomi keluarga.

Kondisi tersebut juga dialami oleh masyarakat Desa Plemahan, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang. Hasil observasi menunjukkan sebagian besar pelaku UMKM dan anggota PKK masih mengandalkan strategi pemasaran tradisional, seperti menjual produk secara langsung di lingkungan sekitar tanpa memanfaatkan media sosial atau *marketplace* secara optimal. Padahal, potensi produk lokal desa memiliki nilai jual yang cukup tinggi jika dipasarkan melalui kanal digital.

Data wawancara menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil pelaku UMKM yang memiliki akun media sosial untuk usaha mereka, itupun belum dikelola secara profesional. Konten promosi yang dibuat masih sederhana, belum memperhatikan kualitas foto, deskripsi produk, maupun strategi branding yang efektif. Kondisi ini selaras dengan temuan studi empiris yang menegaskan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi penghambat utama penetrasi pasar digital bagi UMKM pedesaan.

B. Isu dan Fokus Pengabdian

Isu utama yang diangkat dalam pengabdian ini adalah rendahnya pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan *digital marketing* untuk mendukung pemasaran produk lokal. Fokus program diarahkan pada pemberdayaan ibu-ibu PKK produktif dan pelaku UMKM melalui pelatihan praktis *digital marketing* yang meliputi pembuatan akun bisnis media sosial, pengelolaan toko online di *marketplace*, teknik fotografi produk sederhana, strategi branding, serta pemanfaatan aplikasi pendukung desain konten.

C. Alasan Memilih Subyek Pengabdian

Pemilihan Desa Plemahan sebagai lokasi pengabdian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, desa ini memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar dengan berbagai produk UMKM dan hasil karya PKK yang layak dipasarkan lebih luas. Kedua, terdapat kesenjangan signifikan antara potensi produk dan keterampilan digital masyarakat dalam memasarkan produk tersebut. Ketiga, adanya dukungan perangkat desa dan antusiasme masyarakat untuk mengikuti pelatihan *digital marketing* menjadikan desa ini tepat sebagai mitra program.

D. Tujuan dan Perubahan Sosial yang Diharapkan

Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya ibu PKK dan pelaku UMKM, agar mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Tujuan spesifik kegiatan meliputi:

1. Memberikan pemahaman tentang pentingnya *digital marketing* dalam pengembangan usaha.
2. Melatih keterampilan peserta dalam membuat dan mengelola akun bisnis media sosial serta *marketplace*.
3. Membantu peserta mengembangkan strategi branding produk untuk memperkuat identitas usaha.
4. Memperkenalkan aplikasi pendukung desain konten dan analisis performa pemasaran.

Perubahan sosial yang diharapkan dari program ini adalah tumbuhnya budaya literasi digital di kalangan masyarakat desa, meningkatnya pendapatan pelaku UMKM melalui pemasaran online, serta terbentuknya komunitas digital lokal yang saling mendukung dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak berkelanjutan bagi pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat pedesaan di era digital.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Plemahan, Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang dengan subyek utama ibu-ibu PKK dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemilihan subyek tersebut didasarkan pada peran strategis mereka dalam menggerakkan ekonomi rumah tangga sekaligus tingginya kebutuhan akan keterampilan pemasaran berbasis teknologi. Lokasi pengabdian dipilih karena memiliki potensi produk lokal yang cukup besar namun belum dikelola

dengan strategi *digital marketing* yang memadai.

Proses perencanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif bersama komunitas dampingan. Tim pengabdian terlebih dahulu melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan perangkat desa serta pengurus PKK untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Hasil analisis situasi tersebut kemudian dibawa ke forum musyawarah desa untuk mendiskusikan program pelatihan yang paling relevan. Dengan cara ini, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif dalam perencanaan dan pengorganisasian kegiatan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yang menekankan keterlibatan langsung masyarakat dalam setiap tahapan program. Strategi ini dipilih karena memungkinkan terjadinya proses pembelajaran kolektif, pemberdayaan, dan keberlanjutan program setelah kegiatan selesai. Tahapan pelaksanaan program meliputi persiapan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan penyusunan modul pelatihan *digital marketing* yang meliputi pembuatan akun media sosial bisnis, pengelolaan *marketplace*, teknik fotografi produk sederhana, serta penggunaan aplikasi desain konten. Selanjutnya, pada tahap pelatihan peserta mendapatkan materi teori dan praktik secara langsung dengan bimbingan fasilitator.

Tahap pendampingan dilakukan dengan memberikan asistensi personal kepada peserta dalam mengelola akun digital mereka, termasuk strategi branding, konsistensi unggahan, serta interaksi dengan konsumen. Evaluasi program dilaksanakan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman, wawancara mendalam mengenai manfaat yang dirasakan peserta, serta pemantauan aktivitas akun digital yang telah dibuat.

Pemeriksaan keabsahan data dalam kegiatan ini dilakukan dengan beberapa cara;

- Uji kredibilitas dilakukan melalui keterlibatan langsung peserta dalam setiap sesi dan validasi hasil dengan pengurus PKK serta perangkat desa.
- Uji transferabilitas dilaksanakan dengan membandingkan temuan kegiatan ini dengan pengalaman serupa di wilayah lain.
- Uji dependabilitas diterapkan dengan pendokumentasian sistematis setiap tahapan kegiatan.
- Uji obyektivitas dicapai dengan menjaga keterlibatan tim pengabdian dan mitra secara proporsional dalam proses refleksi hasil.

Dengan metode ini, diharapkan program tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan digital masyarakat, tetapi juga menciptakan model pengabdian yang dapat direplikasi di desa lain dengan permasalahan serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Plemahan berjalan sesuai rencana dengan melibatkan ibu-ibu PKK dan pelaku UMKM sebagai peserta utama. Kegiatan diawali dengan sesi pelatihan dasar digital marketing yang mencakup pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam pemasaran produk, cara membuat akun bisnis, dan strategi mengelola konten digital. Selama pelatihan, peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terlihat dari jumlah kehadiran yang konsisten serta keterlibatan aktif dalam sesi diskusi dan praktik langsung.

Pada tahap implementasi, peserta dilatih membuat akun bisnis di *platform* populer seperti *Facebook* dan *Instagram* serta membuka toko *online* di *marketplace*. Tim pengabdian mendampingi secara intensif mulai dari tahap pembuatan profil, pengunggahan foto produk, hingga penulisan deskripsi yang menarik. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa 80% peserta berhasil mengunggah produk pertama mereka dengan kualitas foto yang lebih baik dibanding sebelum pelatihan. Peserta juga mulai memahami pentingnya konsistensi dalam mengunggah konten dan interaksi dengan konsumen secara digital.

Selain keterampilan teknis, terjadi perubahan perilaku sosial dalam komunitas. Beberapa peserta yang awalnya kurang percaya diri dalam menggunakan teknologi digital mulai menunjukkan keberanian untuk memasarkan produknya secara online. Bahkan, muncul pemimpin lokal di kalangan ibu PKK yang secara sukarela membantu teman-temannya dalam mengoperasikan aplikasi. Hal ini menciptakan iklim saling mendukung antar anggota komunitas, sehingga terbentuk kelompok belajar *digital marketing* yang

berfungsi sebagai wadah diskusi dan berbagi pengalaman.



Gambar 1.

Suasana Workshop *Digital Marketing* untuk Ibu PKK Produktif dan UMKM Desa Plemahan



Gambar 2.

Praktik penggunaan media sosial dan *marketplace* dalam Workshop Digital Marketing

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar rata-rata 65% terkait konsep *digital marketing*. Selain itu, wawancara pasca kegiatan mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk secara *digital*. Beberapa peserta juga melaporkan adanya peningkatan jumlah pemesanan produk setelah mereka mulai aktif memanfaatkan media sosial.

B. Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini memperlihatkan bahwa literasi *digital* masyarakat desa dapat ditingkatkan secara signifikan melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung. Keberhasilan peserta dalam membuat akun bisnis, mengunggah produk, serta meningkatkan kualitas konten menegaskan bahwa keterampilan digital bukanlah sesuatu yang sulit dipelajari, asalkan disampaikan dengan metode yang sederhana dan kontekstual.

Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menegaskan pentingnya penguasaan *digital marketing* dalam memperluas jangkauan pasar UMKM. Strategi pemasaran konvensional yang sebelumnya hanya terbatas pada lingkup lokal kini dapat diperluas melalui media sosial dan *marketplace*. Dengan demikian, keterlibatan peserta dalam pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membuka peluang ekonomi yang lebih besar.

Perubahan sosial yang terjadi, seperti munculnya pemimpin lokal dan terbentuknya kelompok belajar *digital marketing*, menjadi indikator bahwa program ini berhasil mendorong transformasi komunitas. Kesadaran baru tentang pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga menunjukkan adanya pergeseran pola pikir dari pemasaran tradisional menuju pemasaran modern berbasis teknologi.

Secara teoretis, kegiatan ini menguatkan konsep pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi, di mana partisipasi aktif komunitas merupakan faktor kunci keberhasilan. Melalui keterlibatan sejak tahap perencanaan, peserta merasa memiliki tanggung jawab terhadap keberlanjutan program. Selain itu, pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) terbukti efektif dalam menciptakan suasana kolaboratif antara fasilitator dan masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan digital individu, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dalam komunitas. Ke depan, program ini dapat direplikasi di desa lain yang memiliki karakteristik serupa dengan modifikasi sesuai kebutuhan lokal, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi berbasis digital di tingkat pedesaan.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat bidang informatika di Desa Plemahan, Kecamatan Sumobito, Jombang berhasil meningkatkan literasi digital ibu-ibu PKK dan pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan *digital marketing*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman konsep *digital marketing*, keterampilan teknis dalam membuat akun bisnis di media sosial dan *marketplace*, serta kemampuan mengelola konten promosi produk. Selain itu, terjadi perubahan sosial berupa meningkatnya kepercayaan diri peserta, munculnya pemimpin lokal yang membantu sesama, dan terbentuknya kelompok belajar *digital marketing* yang berfungsi sebagai wadah kolaborasi komunitas.

Dari sisi teoritis, kegiatan ini membuktikan efektivitas pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat, di mana keterlibatan aktif peserta sejak tahap perencanaan hingga evaluasi mendorong terciptanya rasa kepemilikan terhadap program. Secara praktis, pengabdian ini berkontribusi pada peningkatan daya saing produk lokal dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas berbasis teknologi digital. Oleh karena itu, model kegiatan ini berpotensi direplikasi di desa lain dengan kondisi serupa, dengan adaptasi sesuai kebutuhan masing-masing komunitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Fandatiar, G., & Nugraha, F. (2015). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI KULIAH KERJA NYATA (KKN) PADA UNIVERSITAS MURIA KUDUS. *Jurnal SIMETRIS*, 6.
- Paryanta, P., Sutariyani, S., & Susilowati, D. (2017). Sistem informasi administrasi kependudukan berbasis web desa Sawahan. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(2), 490755.
- Hidayatulloh, S., & Mulyadi, C. (2015). SISTEM PELAYANAN ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DESA CANDIGATAK BERBASIS WEB. *Sistem Pelayanan Administrasi Kependudukan Desa Candigatak Berbasis Web Jurnal IT CIDA*, 1(1), 42.
- Syardiansah. (2019). PERANAN KULIAH KERJA NYATA SEBAGAI BAGIAN DARI PENGEMBANGAN KOMPETENSI MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017). *JIM UPB*, 7(1).