

Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Kewarganegaraan bagi Pelaku Usaha Marning Jagung di Kampung Dompilan Sukoharjo

MH. Sri Rahayu^{1*}, Toni Harsan², Ika Murtiningsih³, Ainnur Febriyanti⁴, Nariswari Salsabelia Aining⁵

Program Studi PPKn Universitas Veteran Bangun Nusantara, Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia^{1,2,3,4,5}

mariahsr782@gmail.com^{*1}, toniharsanpkn@gmail.com², ika.murtyy@gmail.com³
ainnurfebri@gmail.com⁴, nariwarissalsabelia@gmail.com⁵

*Corresponding Author

Submit: 19 Juni 2025; revisi: 30 Desember 2025, diterima: 31 Desember 2025

ABSTRAK

Tujuan dari PMKBI ini adalah sebagai berikut mensosialisasikan media sosial dalam hal pemasaran bagi pengusaha marning jagung di kampung Dompilan. Memberdayakan kemampuan para pengusaha marning jagung jagung di kampung Dompilan melalui promosi yang menarik di sosial media. Menciptakan para pengusaha marning jagung di kampung Dompilan yang terampil dalam pemasaran melalui media sosial di era digital. Dari kegiatan ini luaran yang diharapkan adalah sebagai berikut Dengan adanya sosialisasi ini pengusaha marning jagung di kampung Dompilan dapat lebih tanggap akan pentingnya pemasaran produk melalui sosial media, dengan adanya pemberdayaan ini pengusaha marning jagung di kampung Dompilan dapat dengan mudah mempromosikan serta menarik konsumen yang lebih luas terhadap produk marning jagung, Metode pelaksanaan: sosialisasi terhadap pengusaha marning jagung di kampung Dompilan: survei dan mendata jumlah pengusaha marning jagung di kampung Dompilan melalui ketua RT setempat, Mengumpulkan mereka disatu tempat yang dirasa bisa mendukung jalannya sosialisasi dengan lancar, Memberikan penyuluhan dan pelatihan promosi melalui sosial media, Memberikan arahan, tata cara dan juga contoh konten digital agar mempunyai referensi dan bisa mengembangkan inovasi serta kreativitas dalam mempromosikan produk marning jagung. Dari program ini diharapkan dapat memberikan pengembangan minat dan keterampilan dalam hal pemasaran bagi pengusaha marning jagung di kampung Dompilan.

Kata Kunci: Era digital, Pelaku usaha marning jagung, Pelatihan pemasaran

ABSTRACT

The purpose of this PMKBI is as follows to socialize social media in terms of marketing for corn marning entrepreneurs in Dompilan village. Empowering the abilities of corn marning entrepreneurs in Dompilan village through attractive promotions on social media. Creating corn marning entrepreneurs in Dompilan village who are skilled in marketing through social media in the digital era. From this activity, the expected outputs are as follows With this socialization, corn marning entrepreneurs in Dompilan village can be more responsive to the importance of product marketing through social media, With this empowerment, corn marning entrepreneurs in Dompilan village can easily promote and attract wider consumers to corn marning products, From this program it is hoped that it can provide development of interest and skills in terms of marketing for corn marning entrepreneurs in Dompilan village.

Keywords: Digital era, Corn marning business actors, Marketing training



Copyright © 2025 The Author(s)

This is an open access article under the CC BY-SA license.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, pemasaran digital menjadi salah satu kunci sukses bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Namun banyak pelaku usaha, terutama UMKM, masih kurang memiliki keterampilan pemasaran digital yang memadai. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan keterampilan kewarganegaraan dan membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing mereka di pasar digital

Zaman semakin maju dan berkembang, pengaruh teknologi 4.0 semakin menguasai jajaran manusia dimuka bumi ini pada tiap generasi. Ada kalanya hal itu memberikan hal positif tapi bisa juga hal negative. Dengan adanya teknologi yang serba canggih ini, semua persoalan dibuat menjadi serba mudah, seperti mudahnya mengakses berita/info terkini, mencari hiburan berupa film/buku online, dll. Bahkan mencari penghasilan pun bisa hanya dengan bermodalkan handphone dan kuota internet saja, tidak perlu lelah melamar kesana kemari. Namun, dibalik itu semua pasti menyimpan sejuta sisi negative yang merugikan bagi diri sendiri maupun orang lain.

Pemasaran digital adalah pendekatan pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk menjangkau dan melibatkan pelanggan. Hasibuan et al. (2021) menyebutkan bahwa pemasaran digital memberikan banyak keunggulan dibandingkan metode pemasaran tradisional, termasuk efisiensi biaya, jangkauan pasar yang lebih luas, dan interaksi yang lebih dekat dengan konsumen. Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran telah diterapkan oleh berbagai perusahaan dan unit bisnis. Pemasaran digital memiliki banyak manfaat yang salah satunya adalah paling aman (untuk masa pandemi), efektif dan hemat. UMKM sebagai aktor pelaku usaha mayoritas di Indonesia harus didukung dalam hal pemasaran produk supaya dapat dikenal lebih luas dan meningkatkan penjualannya. Pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan pemasaran digital ditujukan untuk mendukung para pelaku UMKM dalam hal pemasaran supaya memiliki keterampilan menggunakan media sosial guna meningkatkan penjualan. Pelatihan berjalan lancar sesuai rencana dan para peserta cukup antusias dan memberikan apresiasi terhadap pelaksanaan pelatihan tersebut dan mengharapkan pelatihan serupa diadakan kembali di waktu yang akan datang.

Khususnya di Indonesia saat ini, tak sedikit orang yang paham akan keuntungan bermain media sosial untuk mencari penghasilan. Seperti pada aplikasi Tik Tok, Instagram, Youtube, dan lain-lain. Kreativitas, ketekunan dan keahlian juga sangat diperlukan untuk bisa menciptakan karya yang apik dan bisa memikat orang banyak di luar sana, karena tentunya akan banyak bersaing mutu dan kualitasnya dengan yang lain. Tak terhalang usia, gender, suku maupun agama, semua bisa terjun kedalamnya. Bahkan tak sedikit dari mereka yang sukses hanya dengan menggelutibidang tersebut.

Seperti halnya dengan para pengusaha makanan di era digital ini, di zaman yang serba digital saat ini tentunya banyak diuntungkan dalam hal pemasaran. Tak jarang ditemui banyak pengusaha di bidang makanan mendapat sebagian besar penghasilan melalui pemanfaatan media sosial yang mudah serta praktis untuk diakses. Sehingga para pengusaha diharapkan mampu mengikuti perkembangan teknologi di era digital agar dapat semakin mengembangkan usahanya.

Salah satu pengusaha marning jagung di kabupaten Sukoharjo khususnya kampung Dompilan, dalam hal pemasaran cenderung masih konvensional dan hanya mengandalkan beberapa distributor saja. Penulis merasa perlunya pelatihan dalam hal pemasaran agar hasil marning jagung yang telah diolah dapat terdistribusi dengan baik dan memperlancar usaha dari pemilik tersebut. Sebagai salah satu civitas akademika yang memiliki tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi terpanggil untuk turut berkontribusi bersama dalam membangkitkan keaktifan dan kreativitas para pengusaha, dengan melihat situasi usaha marning di kampung Dompilan,

Kel. Jombor, Kec. Bendosari, Kabupaten Sukoharjo maka penulis akan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya di kalangan pengusaha marning jagung dalam bentuk Pengabdian Masyarakat.

METODE

Metode pelaksanaan sosialisasi terhadap pengusaha marning jagung di kampung Dompilan:

1. Survei dan mendata jumlah pengusaha marning jagung di kampung Dompilan melalui ketua RT setempat.
2. Mengumpulkan mereka disatu tempat yang dirasa bisa mendukung jalannya sosialisasi dengan lancar.
3. Memberikan penyuluhan dan pelatihan promosi melalui sosial media
4. Memberikan arahan, tata cara dan juga contoh konten digital agar mempunyai referensi dan bisa mengembangkan inovasi serta kreativitas dalam mempromosikan produk marning jagung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berikut adalah contoh hasil pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan keterampilan kewarganegaraan pada pelaku usaha marning jagung di Kampung Dompilan:

1. Peningkatan keterampilan pemasaran digital: Pelaku usaha marning jagung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka.
2. Peningkatan kesadaran kewarganegaraan: Pelaku usaha memiliki kesadaran yang lebih tinggi tentang pentingnya berkontribusi pada masyarakat dan negara melalui kegiatan usaha yang bertanggung jawab.
3. Peningkatan penjualan: Pelaku usaha marning jagung mengalami peningkatan penjualan produk mereka melalui pemasaran digital.
4. Peningkatan kepercayaan diri: Pelaku usaha memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam memasarkan produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan.
5. Peningkatan keterampilan kewirausahaan: Pelaku usaha memiliki keterampilan kewirausahaan yang lebih baik dalam mengembangkan usaha mereka melalui pemasaran digital.

Dengan demikian, pelatihan pemasaran digital dapat meningkatkan keterampilan kewarganegaraan dan kewirausahaan pelaku usaha marning jagung di Kampung Dompilan, serta meningkatkan penjualan dan kepercayaan diri mereka.



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran Digital

Pembahasan

Keberlanjutan “Pelatihan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Keterampilan

Kewarganegaraan Bagi Pelaku Usaha Marning Jagung Di Kampung Dompilan, Sukoharjo” juga mampu mendukung beberapa aspek kehidupan, meliputi:

1. Aspek Sosial

Dengan pelatihan pemasaran di era digital melalui media sosial pada pelaku usaha marning jagung di kampung dompilan yang berjalan dengan baik dan lancar diharapkan program tersebut dapat menginspirasi bahkan memunculkan perintis usaha serupa yang dalam pemasarannya dapat memanfaatkan media digital secara masif.

2. Aspek Ekonomi

Pelatihan pemasaran di era digital melalui media sosial pada pelaku usaha marning jagung di kampung dompilan yang berjalan dengan baik dan lancar diharapkan program tersebut dapat memberikan keuntungan kepada pihak mitra, distributor, maupun seluruh pihak yang terlibat selama proses pembuatan marning hingga pada pihak produsen jagung itu sendiri.

Dengan adanya sosialisasi ini media digital terhadap pengusaha marning jagung sebagai berikut : adanya sosialisasi ini pengusaha marning jagung di kampung Dompilan dapat lebih tanggap akan pentingnya pemasaran produk melalui sosial media, dengan adanya pemberdayaan ini pengusaha marning jagung di kampung Dompilan dapat dengan mudah mempromosikan serta menarik konsumen yang lebih luas terhadap produk marning jagung. Dan dari program ini diharapkan dapat memberikan pengembangan minat dan keterampilan dalam hal pemasaran bagi pengusaha marning jagung di kampung Dompilan. Menciptakan pengusaha marning di kampung Dompilan yang aktif, kreatif, inovatif dan mampu memanfaatkan teknologi dengan baik. Menumbuhkan kesadaran pengusaha marning jagung di kampung Dompilan bahwa hanya dengan gadget bisa membantu meningkatkan promosi produk kepada konsumen yang lebih luas. Mengembangkan produk serta promosi marning jagung sehingga tidak bergantung kepada beberapa distributor tertentu. Meningkatkan penghasilan dari hasil promosi produk melalui sosial media sehingga dapat mengembangkan usaha serta menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar kelak

SIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital berhasil meningkatkan keterampilan kewarganegaraan pelaku usaha, terutama dalam hal penggunaan teknologi digital dan strategi pemasaran online. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Pelatihan ini juga telah membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital berinovasi dalam pemasaran, sehingga dapat meningkatkan kesuksesan usaha mereka. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan keterampilan kewarganegaraan dan memajukan perekonomian lokal.

DAFTAR REFERENSI

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pemasaran digital. (2019). *Jurnal Ekonomi Bisnis*.

Dellarosa, R., Maulana, R. A., Rahman, J., & Bila, K. S. (2021). Sosialisasi pembuatan konten kreatif digital guna meningkatkan kreativitas dan menciptakan inovasi baru bagi generasi muda di masa pandemi. *Jurnal PADMA Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3). <https://doi.org/10.32493/jpdm.v1i3.11433>.

Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). (2020). *Strategi pengembangan ekonomi digital indonesia*.

Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). *Marketing management* 14/e.

Rahayu et al. (2025). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Kewarganegaraan bagi Pelaku Usaha Marning Jagung di Kampung Dompilan Sukoharjo. *Educate: Journal of Community Service in Education*, Vol.5, No.2 (2025)

pearson.

Kussanti, D. P., Wardhani, D. M., Napitupulu, R. L., & Yulianto, A. (2022). Sosialisasi content creator pemula bagi remaja karang taruna kelurahan perwira Bekasi Utara sebagai pendorong industri kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 161-172.

Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31-43.

Siwi, D.A. 2021. Menumbuhkan budaya literasi siswa sekolah dasar melalui pembuatan perpustakaan sains. *Educate: Journal of Community Service in Education*, 1(1), 1-8. doi: <https://doi.org/10.32585/educate.v1i1.1796>.

Sudarmayasa, I. K. A., Aruperes, K. A., & Nurrahman, A. (2024). Pemanfaatan aplikasi e-office desa bagi aparaturnya Desa Cipasang Kecamatan Cibugel Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 3(1), 106-120.

Pengaruh pemasaran digital terhadap kinerja usaha. (2020). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*.

Purwati.S. et. al. 2022. Penyuluhan strategi pemasaran untuk pengembangan UMKM konveksi. *Educate: Journal of Community Service in Education*, vol 2, no 2, <https://doi.org/10.32585/educate.v2i2.2760>.