

Pelatihan Teknologi Digital Sebagai Penunjang *Sociopreneurship* Umkm Industri Kreatif Kerajinan Fossil Kayu Di Tulungagung

¹⁾Abdul Haris Indarkusuma, ²⁾Nurna Listya Purnamasari

¹⁾Pendidikan Teknik Informatika, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia
²⁾ Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Bhinneka PGRI, Tulungagung, Indonesia
Email Corresponding: nurnalistya@gmail.com*

| INFORMASI ARTIKEL | ABSTRAK |
|---|---|
| Kata Kunci: Teknologi Digital <i>Sociopreneurship</i> Industri Kreatif Batu Fossil Kerajinan batu | Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pemuda Desa Karang Taruna Pelem melalui pelatihan, sarana produksi, pemasaran, dan pendampingan untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi pengangguran di desa. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui lima tahap yaitu: (1) Sosialisasi, pemberian informasi dan penyusunan program; (2) Pelatihan, peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan motivasi berwirausaha dan pemasaran digital; (3) Penerapan Teknologi, pemberian pendampingan pemasaran digital, pendaftaran e-commerce, dan pemanfaatan media sosial; (4) Pendampingan dan Evaluasi, pemberian dukungan usaha dan evaluasi kemajuan; (5) Keberlanjutan program, pemberian dukungan berkelanjutan dan evaluasi berkala. Hasil dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan antusiasme peserta terhadap pemasaran digital dan sociopreneurship. Tahap pelatihan memberikan keterampilan dasar, namun terdapat kendala terkait kemampuan teknologi peserta. Tahap pelaksanaan mendorong peserta untuk mengelola pemasaran digital secara mandiri. Tahap pendampingan dilakukan untuk memantau perkembangan peserta dan mengatasi kendala. Tahap keberlanjutan program dirancang untuk memastikan dampak jangka panjang. |
| Keywords: Digital Technology Sociopreneurship Creative Industry Fossil Stone Stone Craft | ABSTRACT <p>This community service activity aims to empower the youth of Karang Taruna Pelem Village through training, production facilities, marketing, and mentoring to increase productivity and reduce unemployment in the village. The method of community service activities is carried out in five stages: (1) Socialization, providing information and program preparation; (2) Training, increasing knowledge and skills through entrepreneurial motivation training and digital marketing; (3) Technology Application, providing digital marketing assistance, e-commerce registration, and utilization of social media; (4) Mentoring and Evaluation, providing business support and evaluating progress; (5) Program sustainability, providing ongoing support and periodic evaluation. The results of the Community Service Program show the enthusiasm of participants towards digital marketing and sociopreneurship. The training stage provides basic skills, but there are obstacles related to participants' technological capabilities. The implementation stage encourages participants to manage digital marketing independently. The mentoring stage is carried out to monitor participant development and overcome obstacles. The sustainability stage of the program is designed to ensure long-term impact.</p> <p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p>  |

I. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam metode dan tren bisnis, di mana setiap era memiliki ciri khasnya sendiri (Rizky Putra Riyan Miranda & Inayati Nuraini Dwiputri, 2021). Dalam konteks ini, sektor industri kecil menengah (IKM) menjadi salah satu pilihan utama dalam membangun ekonomi masyarakat (Prasnowo, 2017). IKM berperan penting dalam menyediakan

lapangan pekerjaan, yang pada gilirannya dapat meratakan distribusi pendapatan dan mengurangi tingkat kemiskinan. Menurut Heryanto (2017), industri kecil menengah memiliki kapasitas untuk menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang relatif besar.

Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia, pemerintah membuat kebijakan salah satunya dengan cara mengedepankan sektor industri (Aisyah Nurul Fitriana et al., 2014). Oleh karena itu salah satu Industri dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat adalah kerajinan marmer. Kerajinan marmer merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian di berbagai negara. Di Indonesia, industri ini berkembang pesat, terutama di daerah-daerah yang memiliki sumber daya alam melimpah dan pengrajin yang terampil. Industri kerajinan merupakan bagian proses industrialisasi yang memiliki kontribusi penting dalam pengembangan ekonomi daerah (Febriyanti Nur Izzati et al., 2020). Berdasarkan kesepakatan yang ditetapkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan, setiap Kabupaten/Kota diharuskan untuk memiliki kompetensi inti yang sesuai dengan karakteristik daerah mereka. Hal ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi masing-masing wilayah guna mendukung pengembangan daerah tersebut (Kurniawan, 2018).

Desa Pelem terletak di Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur. Desa ini berbatasan dengan Desa Pojok di utara dan timur, wilayah Perhutani di selatan, serta Desa Campurdarat dan Desa Wates di barat. Desa Pelem mempunyai lima Dusun: Dusun Sumberjo terdiri dari 2 RW dan 10 RT; Dusun Pelem terdiri dari 2 RW dan 9 RT; Dusun Tambak terdiri dari 2 RW dan 8 RT; Dusun Jambu terdiri dari 2 RW dan 8 RT; Dusun Bangak terdiri dari 2 RW dan 10 RT. Desa Pelem memiliki akses yang baik ke pusat pemerintahan kecamatan yang berjarak 3 km dan ke pusat pemerintahan kabupaten yang berjarak 11 km. Luas wilayah Desa Pelem adalah 6,96 km² atau 735.690 ha dan 17,48% dari luas Kecamatan yang wilayahnya paling luas dibanding Desa-Desa yang ada di Kecamatan Campurdarat (BPS Kabupaten Tulungagung, 2019).

Mayoritas penduduk Desa Pelem bekerja sebagai petani. Selain sektor pertanian, Desa Pelem juga dikenal sebagai wilayah industri dengan industri kecil dan menengah yang dominan. Potensi sumber daya alam dan adanya produk lokal kerajinan marmer dan kayu fosil memberikan peluang untuk pengembangan lebih lanjut, sementara kreativitas masyarakat dalam bidang kerajinan juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan penduduk (Bappenas, 2015).

Potensi yang dimiliki Desa Pelem memang sangat besar, namun masyarakat masih menghadapi berbagai kendala dan permasalahan, terutama di kalangan remaja. Tingkat pengangguran meningkat karena banyak lulusan SMA/Sederajat yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, menyebabkan tingginya angka pengangguran di usia produktif, beberapa pemuda memilih meninggalkan desa untuk bekerja di luar negeri atau luar daerah, termasuk Ketua Karang Taruna di Desa Pelem juga merantau untuk mencari pekerjaan, sehingga terjadi reorganisasi kepengurusan.

Persoalan yang terjadi akibat dampak dari sulitnya pengembangan industri kecil dan menengah di Desa Pelem yang menghadapi permasalahan daya saing pemasaran, yang mengakibatkan pendapatan rendah, dan Sumber daya manusia yang dimiliki masih terbatas, namun sulit untuk menambah tenaga kerja atau karyawan, terutama jika harus merekrut tenaga ahli profesional (Maulidi, 2013). Di perkotaan besar mesin industri menggantikan peran manusia, namun tenaga kerja masih diperlukan dalam proses produksi (Novitri, 2015). Oleh karena itu, *Sociopreneurship* diperlukan untuk membantu mitra sasaran yang mengalami masalah ekonomi dan belum bekerja, sehingga tenaga kerja menjadi lebih profesional.

Pemberian pendampingan berupa pelatihan saja tidak cukup bagi kelompok Karangtaruna Desa Pelem, mereka membutuhkan fasilitas sebagai modal awal mereka yang selanjutnya dapat mereka manfaatkan untuk produksi skala mikro, kecil, hingga menengah (UMKM) Industri Kreatif. Pada kegiatan pengabdian ini memfasilitasi mitra dengan beberapa alat produksi dan bahan baku. Hasil identifikasi lain dari tim pelaksana tentang permasalahan yang timbul pasca produksi, sehingga dalam kegiatan PKM ini memberi pendampingan tentang pemasaran melalui pendaftaran *e-commerce* atau *digital marketing*.

Kegiatan PkM ini bertujuan untuk memberdayakan pemuda Karang Taruna dengan fokus pengabdian mengatasi masalah rendahnya produktivitas pemuda Karang Taruna Desa Pelem dan minimnya hasil diversifikasi komoditas unggul kerajinan marmer dan kayu fosil melalui penyuluhan, pelatihan, pemberian fasilitas untuk produksi, pemasaran, dan pendampingan menjadi anggota struktural konsultan bisnis. Kami berharap dengan adanya kegiatan pengabdian ini produktivitas mitra sasaran dapat meningkat dan selanjutnya dapat menjadi agen yang dapat membantu anggota Karang Taruna baru dalam menyebarkan

pengetahuan tentang pemasaran sehingga mampu mengaplikasikannya, yang pada akhirnya dapat mewujudkan UMKM industri kreatif berbasis *sociopreneurship* untuk meningkatkan taraf perekonomian dan mengurangi angka pengangguran.

II. MASALAH

Menjelaskan dan menggambarkan masalah yang ada pada lokasi pengabdian masyarakat, pada bagian ini diminta *menyertakan foto lokasi PkM*



Gambar 1. Lokasi dan Kegiatan PkM

III. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode melalui lima tahapan, yaitu:

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi melakukan penyuluhan ke mitra sasaran, observasi, pengambilan dokumentasi dan wawancara, serta melaksanakan persiapan untuk kesuksesan program yang melibatkan: penyusunan materi program pelatihan, penyediaan logistik, penyediaan fasilitas produksi.

2. Pelatihan

Tahap pelatihan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan pengalaman mitra, yaitu: memberikan motivasi kewirausahaan, memberikan pengetahuan pengaruh teknologi digital terhadap inovasi pemasaran, praktek produksi kayu fosil yang didampingi oleh tenaga ahli.

3. Penerapan Teknologi

Pendampingan penerapan teknologi digital yaitu dengan digital marketing, mendaftarkan diri ke *e-commerce*, dan pemanfaatan media sosial.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pada tahap ini pengembangan bisnis lebih lanjut diperlukan pendampingan dan konsultan bisnis yang diharapkan dapat membantu mencari solusi bagi permasalahan yang dihadapi. Untuk mengukur peningkatan pemahaman, perlu dilakukan evaluasi proses internalisasi dan adopsi digital marketing untuk langkah perbaikan.

5. Keberlanjutan Program

Pada tahap ini dilakukan pendampingan dan evaluasi berkala.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan dilaksanakan pada tanggal 19 Oktober 2024 di balai desa, dihadiri oleh sekitar 15 anggota Karang Taruna “Tunas Muda Lestari”, perwakilan desa, dan tokoh masyarakat.

1. Tahap Sosialisasi

Pada tahap sosialisasi, kegiatan ini dimulai dengan memperkenalkan pentingnya teknologi digital dalam mendukung bisnis UMKM serta konsep *sociopreneurship*. Sosialisasi ini bertujuan untuk membangun pemahaman dasar para pelaku UMKM kerajinan fosil kayu mengenai peluang yang dapat diraih melalui pemasaran digital dan *e-commerce*, serta bagaimana bisnis mereka dapat membawa dampak sosial bagi komunitas. Peserta menunjukkan antusiasme terhadap konsep pemasaran digital dan nilai tambah dari pendekatan *sociopreneurship*. Diskusi interaktif juga menghasilkan pemetaan kebutuhan dan harapan

peserta, yang di antaranya adalah panduan penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* yang lebih efektif.

Sosialisasi ini membantu UMKM untuk memahami bahwa teknologi digital tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga memperluas pasar. Kesadaran mengenai dampak sosial dari bisnis juga menjadi wawasan baru bagi sebagian besar peserta.

2. Tahap Pelatihan

Tahap ini melibatkan pelatihan teknis mengenai teknologi digital dan konsep pemasaran berbasis *sociopreneurship*. Materi yang diberikan meliputi: pengenalan platform media sosial dan *e-commerce*, strategi pemasaran digital dasar seperti branding, pengelolaan konten, dan interaksi dengan pelanggan, langkah-langkah praktis dalam membuat foto dan deskripsi produk yang menarik serta teknik penggunaan tagar dan promosi berbayar. Setelah pelatihan, peserta mampu memahami dasar-dasar pemasaran digital dan mulai memiliki akun di beberapa platform media sosial dan *e-commerce*. Beberapa peserta bahkan berhasil mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik dan foto yang sesuai.

Pelatihan memberikan keterampilan dasar yang diperlukan, namun terdapat kendala terkait dengan kemampuan teknologi yang berbeda-beda di kalangan peserta. Oleh karena itu, materi pelatihan disederhanakan agar mudah diakses semua peserta, termasuk mereka yang masih awam dengan teknologi.

3. Tahap Penerapan Teknologi

Pada tahap penerapan, peserta didorong untuk mengaplikasikan keterampilan yang telah dipelajari dengan mengelola pemasaran digital mereka secara mandiri. Peserta diminta untuk membuat konten produk, mempromosikan produk mereka di media sosial, dan berinteraksi dengan calon pembeli. Sebagian besar peserta berhasil menjalankan akun media sosial dan *e-commerce* mereka secara mandiri. UMKM mulai memperluas jangkauan pasar mereka, tidak hanya di wilayah lokal tetapi juga menjangkau calon pelanggan di luar Tulungagung.

Tahap ini menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam pemasaran digital, tetapi masih terdapat tantangan dalam hal konsistensi konten dan strategi pemasaran. Bimbingan lebih lanjut masih diperlukan, terutama untuk membantu peserta menghadapi masalah dalam berinteraksi dengan pelanggan secara online.

4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan secara bertahap untuk memantau perkembangan peserta dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi. Evaluasi dilakukan melalui feedback dari peserta mengenai kendala dan kemajuan mereka. Pendampingan membantu peserta memperbaiki kekurangan dalam manajemen media sosial dan strategi pemasaran. Beberapa UMKM mengalami peningkatan interaksi dengan calon pembeli dan terjadi kenaikan penjualan produk dalam kurun waktu tertentu.

Pendampingan memungkinkan peserta untuk mendapat bantuan langsung dalam menyelesaikan permasalahan teknis dan mengasah kemampuan mereka secara berkelanjutan. Evaluasi menunjukkan bahwa pendampingan yang berkelanjutan sangat efektif dalam membangun kepercayaan diri peserta dan mengatasi kendala operasional yang mungkin muncul.

5. Tahap Keberlanjutan Program

Tahap ini dirancang untuk memastikan bahwa program pelatihan memiliki dampak jangka panjang. Dalam tahap ini, dibuatlah rencana tindak lanjut berupa kelompok belajar antar-UMKM, jaringan komunitas, serta jadwal sesi pelatihan lanjutan secara berkala. Terbentuknya jaringan komunitas UMKM yang terdiri dari para peserta program untuk saling berbagi informasi dan pengalaman dalam pemasaran digital. Beberapa peserta juga berhasil membangun kolaborasi dengan pelaku usaha lain dalam bentuk program joint marketing untuk meningkatkan visibilitas produk.

Keberlanjutan program sangat penting untuk memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh tidak hilang begitu saja, dan peserta terus didukung dalam menghadapi tantangan baru. Jaringan komunitas dan kolaborasi antar-UMKM memberikan dukungan berkelanjutan bagi peserta serta memfasilitasi pertumbuhan bersama di antara pelaku usaha lokal.

Program PkM ini memiliki beberapa perbedaan signifikan dibandingkan dengan program PkM terdahulu yang juga menargetkan peningkatan kapasitas UMKM di sektor kreatif, namun tanpa fokus khusus pada teknologi digital dan *sociopreneurship*. Berikut adalah beberapa perbandingan utama:

1. Fokus pada Teknologi Digital

Program sebelumnya biasanya berfokus pada keterampilan teknis produk atau manajemen usaha secara umum, seperti desain produk atau teknik produksi. Program Saat Ini menekankan pada adopsi teknologi digital khususnya dalam pemasaran dan e-commerce, yang memberikan keterampilan langsung untuk meningkatkan akses pasar melalui teknologi. Sehingga program saat ini lebih relevan dengan kebutuhan pasar modern yang bergeser ke arah digital, sehingga UMKM memiliki akses yang lebih luas dan mudah dijangkau.

2. Pendekatan *Sociopreneurship*

Program sebelumnya berfokus pada peningkatan aspek ekonomi tanpa penekanan pada dampak sosial. Program saat ini menggabungkan nilai-nilai sosial dalam bisnis dengan pendekatan *sociopreneurship*, yang membantu peserta memahami bahwa usaha mereka tidak hanya berkontribusi pada ekonomi tetapi juga memberikan dampak positif bagi komunitas. Konsep ini memberikan perspektif yang lebih luas bagi UMKM dan membantu mereka membangun reputasi yang berkelanjutan serta berdaya saing, terutama di pasar yang menghargai nilai sosial dan lingkungan.

3. Evaluasi dan Adaptasi Program

Program sebelumnya evaluasi dilakukan terbatas pada penilaian akhir tanpa adanya penyesuaian berdasarkan umpan balik yang signifikan. Program saat ini evaluasi dilakukan secara berkala sehingga pelatihan dapat disesuaikan sesuai kebutuhan dan kendala yang dihadapi peserta. Evaluasi yang terus menerus memungkinkan pelatihan lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan peserta, sehingga keterampilan yang diberikan lebih relevan dan tepat sasaran.

4. Pendampingan Berkelanjutan dan Jaringan Komunitas

Program sebelumnya biasanya tidak menyediakan pendampingan berkelanjutan, sehingga keterampilan yang diperoleh peserta tidak selalu terimplementasi dengan baik dalam jangka panjang. Program saat ini menyediakan pendampingan jangka panjang dan membentuk jaringan UMKM agar peserta dapat saling belajar, berbagi praktik terbaik, dan mendapatkan dukungan berkelanjutan. Pendekatan ini memberikan dampak yang lebih stabil dan meningkatkan keberlanjutan program, karena peserta tidak hanya mengandalkan pelatihan formal tetapi juga memiliki jaringan dukungan yang mendorong inovasi bersama.

V. KESIMPULAN

Program Pelatihan Teknologi Digital sebagai Penunjang *Sociopreneurship* untuk UMKM kerajinan fosil kayu di Tulungagung memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan digital dan menumbuhkan nilai sosial dalam bisnis mereka. Dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan berfokus pada teknologi digital, program ini berhasil memberikan dampak yang lebih relevan dan berkelanjutan dibandingkan dengan program terdahulu. Adanya komunitas UMKM yang dibentuk sebagai tindak lanjut memperkuat keberlanjutan program ini dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Nurul Fitriana, Irwan Noor, & Ainul Hayat. (2014). *Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu* (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). Jurnal Administrasi Publik (JAP), 2 (2), 281–286.
- Bappenas. (2015). *Analisis Pembangunan wilayah Provinsi Jawa Timur*.
- BPS Kabupaten Tulungagung. (2019). *Kecamatan Campurdarat dalam Angka*. Tulungagung: CV. Azka Putra Pratama.
- Febriyanti Nur Izzati, Hetika Hetika, & Fitri Amaliyah. (2020). *Analisis Pemetaan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Sebagai Strategi Pengembangan Ekonomi Kabupaten Pematang*. Jurnal Riset Terapan Akuntansi , 4 (2), 175–181.
- Kurniawan, M. A. (2017). *Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Di Industri Kecil Konveksi* (Studi Kasus di Kelompok Usaha Bersama Konveksi Kabupaten Tulungagung). (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Maulidi, A. (2013). *Pengaruh Tenaga Kerja, Bahan Baku dan Teknologi Terhadap Hasil Produksi Marmer di PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung*. 22, 1–7.
- Novitri, I. A. (2015). *Pengaruh Tenaga Kerja dan Bahan Baku Terhadap Peningkatan Hasil Produksi pada Industri Tempe* (Studi Kasus di Desa Bojongsari, Indramayu) (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Prasnowo, M. A., Khomaruddin, A., & Hidayat, K. (2017). *Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Produksi Krupuk*. Teknik: Engineering and Sains Journal, 1(1), 17. <https://doi.org/10.51804/tesj.v1i1.64.17-24>.
- Rizky Putra Riyan Miranda, & Inayati nuraini dwiputri. (2021). *Problematika usaha dan kondisi permintaan penawaran industri kecil menengah batu marmer di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung*. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan, 1 (11), 1110–1124.

Yanto Heryanto, & Sri Nur Jumiatingrum. (2017). *Koordinasi Bidang Industri Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Cirebon Dalam Pembinaan Industri Kecil Menengah (Ikm) Makanan Olahan Di Kabupaten Cirebon*. Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia, 2 (5), 166–175.