

**Pelatihan Peningkatan Akses Digital Pemasaran Syall di Desa Pusakanagara,  
Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis**

***Training to Improve Digital Access to Syall Marketing in Pusakanagara Village, Baregbeg  
District, Ciamis District***

**Yoga Wijaya Dipura\*, Arie Budiawan, Ismi Islaminati, Salsabila Dwi Nafisha,  
Kurnia Fitriani**

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Galuh, Ciamis, Jawa Barat, Indonesia

\*Email: yoga\_wijaya02@student.unigal.ac.id

(Diterima 25-07-2024; Disetujui 02-09-2024)

**ABSTRAK**

Dalam era digital, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi krusial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan akses *digital marketing* bagi pelaku UMKM di Desa Pusakanagara, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis. Desa ini memiliki potensi besar dalam produksi syall, namun pemasaran digitalnya masih minim. Melalui pelatihan yang melibatkan penggunaan *platform* seperti Shopee dan Facebook, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan digital mereka. Metode yang digunakan meliputi survei lapangan, penyusunan program, persiapan pelaksanaan, pelatihan, dan evaluasi. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan jangkauan pemasaran UMKM di Desa Pusakanagara, serta memberikan dampak positif dalam peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

Kata kunci: Pelatihan, Peningkatan Akses Digital, Pemasaran Digital, Usaha Mikro Kecil Menengah

**ABSTRACT**

*In the digital era, the use of information and communication technology (ICT) is crucial for expanding market reach and increasing product competitiveness. This service aims to increase access to digital marketing for MSMEs in Pusakanagara Village, Baregbeg District, Ciamis Regency. This village has great potential in shall production, but digital marketing is still minimal. Through training that involves the use of platforms such as Shopee and Facebook, it is hoped that MSME players can improve their digital skills. The methods used include field surveys, program preparation, implementation preparation, training and evaluation. It is hoped that this training can increase the competitiveness and marketing reach of MSMEs in Pusakanagara Village, as well as have a positive impact in increasing the income of the local community.*

*Keywords: Training, increasing digital access, Digital Marketing, Micro, Small and Medium Enterprises*

**PENDAHULUAN**

Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran memberikan harapan dan semangat baru bagi UMKM untuk berkembang sebagai kekuatan dan peningkatan ekonomi. Media sosial adalah salah satu alat digital marketing yang paling mudah digunakan untuk mengembangkan UMKM di era ekonomi digital. Media sosial membuka peluang bagi UMKM untuk berkomunikasi dengan jutaan orang tentang produk mereka dan menciptakan strategi pemasaran baru. Media sosial, yang berbasis transmisi sinyal digital secara real-time, memfasilitasi komunikasi antarpribadi dan informasi massa. Media sosial sering digunakan oleh pelaku UMKM untuk pemasaran online, sebagai langkah awal transformasi digital karena aksesnya yang mudah dan sederhana.

Jumlah UMKM di Kabupaten Ciamis mengalami peningkatan signifikan, dari 177.642 unit pada tahun 2021 menjadi 188.633 unit, sebagaimana data dari (<https://opendata.jabarprov.go.id>, *n.d.*). Pertumbuhan ini mencerminkan semangat berwirausaha yang kuat di kalangan masyarakat Ciamis. Untuk itu, strategi pemasaran digital sangat penting guna meningkatkan omzet usaha mereka.

Pelaku UMKM di kabupaten ini telah memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara online, melakukan transaksi melalui sistem perbankan digital, dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) telah dilakukan untuk memberikan wawasan dan pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM di Kabupaten Ciamis, guna membantu mereka meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis dengan lebih baik. UMKM di Ciamis harus mempersiapkan diri untuk masa depan dengan berinvestasi dalam pengembangan keahlian digital serta responsif terhadap perkembangan industri, bisnis, dan teknologi. Tantangan utama dalam digitalisasi UMKM di Ciamis adalah rendahnya tingkat literasi digital, literasi keuangan, dan literasi keuangan digital. Meskipun hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK 2022 menunjukkan adanya peningkatan, literasi keuangan masyarakat Kabupaten Ciamis masih berada pada angka 45,68 persen. Literasi di wilayah pedesaan Ciamis juga masih tertinggal dibandingkan perkotaan, dengan angka 44,43% dibandingkan 46,52% di perkotaan Ciamis.

Desa Pusakanagara berada di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat. Desa pusakanagara memiliki luas wilayah 289,82 Ha dengan jumlah penduduk 3106 jiwa, terdiri atas jumlah laki-laki 1.579 jiwa dan perempuan 1.527 jiwa (Data tahun 2024). Berdasarkan survey lapangan, diketahui sebagian besar warga masyarakat desa pusakanagara menjadi pelaku UMKM baik di bidang jasa maupun produksi. Beberapa UMKM juga telah berhasil melakukan pemasaran hingga keluar daerah. Hasil penjajagan awal dan observasi menunjukan bahwa dalam UMKM yang dilakukan oleh beberapa pelaku di desa Pusakanagara belum memanfaatkan teknologi secara maksimal.

Pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran, merupakan aspek krusial dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Teknologi digital dapat memberikan berbagai keuntungan bagi UMKM, seperti peningkatan efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, serta kemampuan agar bisa bersaing di pasar yang lebih luas. Karena itu, diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan yang komprehensif bagi pelaku UMKM di Desa Pusakanagara agar mereka mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pemasaran produk dan jasa mereka.

Dalam konteks ini, pelatihan peningkatan akses digital menjadi sangat penting. Salah satu produk yang memiliki potensi besar di desa Pusakanagara namun belum maksimal dalam pemasaran digital adalah Syall. Syal adalah sebuah kain panjang yang diikat di kepala atau di leher.



Gambar 1. Foto Produk Syall

Syal merupakan aksesoris fashion yang tidak pernah hilang keeksistensiannya dari dunia fashion. Syall, sebagai produk fashion yang memiliki nilai estetika tinggi, memerlukan pendekatan pemasaran yang kreatif dan efektif agar dapat dikenal luas oleh konsumen. Melalui pelatihan yang tepat, para pelaku UMKM di bidang ini dapat meningkatkan keterampilan digital mereka, memahami cara memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce* secara optimal, serta mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif untuk meningkatkan penjualan syall mereka. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan akses digital bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih kompetitif di pasar global.

Selain itu, pelatihan peningkatan akses digital di desa Pusakanagara juga dapat mencakup pengenalan teknologi terbaru yang relevan dengan pemasaran dan penjualan produk fashion seperti syal. Misalnya, para pelaku UMKM dapat diajarkan tentang penggunaan alat analitik untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara lebih tepat sasaran. Selain media sosial dan *platform e-commerce*, pelatihan juga dapat mencakup pembuatan konten yang menarik seperti fotografi produk, videografi, dan penulisan deskripsi produk yang menarik dan informatif. Pemanfaatan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari juga merupakan aspek penting yang dapat diajarkan dalam pelatihan ini.

Tak kalah penting, pelatihan ini juga bisa mencakup aspek keamanan digital untuk memastikan bahwa transaksi online dilakukan dengan aman dan data pelanggan terlindungi.

Dengan pemahaman yang baik tentang keamanan digital, para pelaku UMKM dapat membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, pelatihan juga dapat membahas tentang bagaimana menjalin kemitraan dengan *influencer* atau *fashion blogger* untuk mempromosikan syal mereka, serta bagaimana mengikuti tren fashion global untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen.

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis apa saja yang dibutuhkan dalam pelatihan, mengonsep program pelatihan yang sesuai, dan mengukur efektivitas pelatihan dalam meningkatkan akses digital pelaku UMKM di Desa Pusakanagara. Dengan adanya pelatihan yang komprehensif ini, diharapkan para pelaku UMKM di desa Pusakanagara tidak hanya mampu meningkatkan penjualan syal mereka secara signifikan, tetapi juga dapat berkembang menjadi pelaku bisnis yang lebih mandiri dan inovatif, siap bersaing di pasar digital yang terus berkembang pesat.

Diharapkan melalui pengabdian ini, para pelaku UMKM di desa Pusakanagara dapat lebih kompetitif dan mampu memperluas jangkauan pemasaran mereka melalui pemanfaatan teknologi digital.

## **BAHAN DAN METODE**

Pelatihan peningkatan akses *digital marketing* dilakukan melalui kegiatan pelatihan langsung di tempat produksi syall untuk meningkatkan pemasaran. Pelatihan ini fokus pada penggunaan *platform* Shopee dan Facebook. Sebelum pelatihan, dilakukan observasi terhadap masyarakat Pusakanagara untuk mengidentifikasi potensi yang bisa dikembangkan serta keluhan yang ada. Dari observasi tersebut, ditemukan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, dengan yang paling signifikan adalah proses pemasaran produk syal.

Berikut merupakan alur kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian.

### 1. Persiapan

#### a. Identifikasi Kebutuhan

- Melakukan survei ke masyarakat untuk mengidentifikasi minat dan kebutuhan akan produk syal lokal.
- Berdiskusi dengan tokoh masyarakat dan kelompok kerajinan setempat.

#### b. Pembentukan Tim

- Membentuk tim yang terdiri atas mahasiswa, dan anggota masyarakat.
- Membagi tugas kepada anggota tim

- c. Penyusunan Rencana Kerja
  - Penyusunan rencana kerja ini terdiri atas penyusunan jadwal, anggaran, dan metode pelaksanaan kegiatan.
  - Menyiapkan bahan dan peralatan yang dibutuhkan untuk pembuatan syal.
2. Pelatihan dan *Workshop*
  - a. Pembukaan
    - Mengadakan acara pembukaan dengan sambutan dari pihak Mahasiswa.
    - Memperkenalkan tujuan dan manfaat dari kegiatan ini.
  - b. Pelatihan peningkatan akses digital dan Pembuatan Syal
    - Memberikan pemahaman tentang pembuatan platform digital
    - Mengajarkan teknik-teknik dasar dalam pembuatan syal, seperti pemilihan bahan, teknik rajut, dan desain.
  - c. *Workshop* Desain Kreatif
    - Mengadakan workshop untuk mengembangkan kreativitas dalam mendesain syal.
    - Memberikan contoh-contoh desain syal yang menarik dan memiliki nilai jual tinggi.
3. Produksi dan Pengembangan
  - a. Pembuatan Syal
    - Melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan syal dengan bimbingan dari tim.
    - Memonitor kualitas produk yang dihasilkan.
  - b. Inovasi Produk
    - Mendorong masyarakat untuk mengembangkan variasi desain dan model syal.
    - Menyediakan bahan baku berkualitas dan alat bantu untuk meningkatkan produksi.
4. Pemasaran dan Promosi
  - a. Strategi Pemasaran
    - Mengajarkan teknik pemasaran modern, yakni pemasaran digital melalui media sosial.
  - b. Kerjasama dan Jaringan
    - Membangun kerjasama dengan toko-toko lokal dan platform e-commerce.
5. Evaluasi dan Tindak Lanjut
  - a. Evaluasi Kegiatan
    - Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dan hasil yang dicapai.
    - Mengumpulkan umpan balik dari peserta.

b. Tindak Lanjut

- Menyusun rencana tindak lanjut untuk keberlanjutan program pengembangan produk syal.
- Memberikan dukungan terus-menerus dalam bentuk pelatihan tambahan dan akses ke pasar.

c. Laporan Akhir

- Menyusun laporan akhir kegiatan pengabdian masyarakat.
- Menyampaikan hasil laporan kepada pihak universitas dan pihak terkait lainnya.

Dengan alur kegiatan ini, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan keterampilan, menghasilkan produk yang bernilai ekonomi, dan memperkuat perekonomian lokal melalui pengembangan produk syal

Lokasi pelaksanaan pengabdian pada masyarakat di Desa Pusakanagara Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu metode pelatihan, dimana mahasiswa pengabdian menyampikan pelatihan kepada pelaku UMKM secara lisan menjelaskan manfaat dan kegunaan Media Digital terhadap pengembangan Produk Lokal yang dibuat. Dalam pelaksanaan ini mahasiswa dibantu menggunakan gadget/ Hp dalam melakukan palatial kepada pelaku UMKM tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran digital adalah gabungan dari berbagai strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada audiens target. Pemasaran digital tidak hanya tentang menjalankan iklan online atau mengirim pesan kepada calon pelanggan, tetapi merupakan pendekatan mendalam yang memanfaatkan kekuatan dunia digital untuk mencapai tujuan bisnis. Dalam pemasaran digital, para pemasar menggunakan beragam strategi dan alat untuk memahami perilaku konsumen online, berinteraksi dengan mereka, dan membangun kehadiran merek yang kuat di dunia digital. Aspek utama dari pemasaran digital adalah penggunaan internet sebagai alat utama, yang mencakup website, media sosial, *e-commerce*, email, dan berbagai *platform* online lainnya.

*Digital marketing* mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam dunia usaha. Melalui *digital marketing* dengan memanfaatkan media sosial, masyarakat dapat lebih cepat dalam menerima informasi. Maka dari itu kami melakukan kegiatan pelatihan *platform* media online

untuk pemasaran kepada pihak pembuatan Syall yang dilaksanakan pada hari Kamis, 27 Juni 2024 di lokasi perusahaan.



Jl. Lawong Raya

**Gambar 2. Lokasi Perusahaan**

Pengembangan industri kerajinan produksi syal, Lokasinya ada di tempat terpencil dari pusat ekonomi besar. Hal ini membuat tantangan tersendiri dalam mengakses pasar yang lebih luas. Namun, banyak produsen masih menghadapi tantangan dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka. Mayoritas produsen terbiasa dengan metode tradisional dalam menjual produk mereka, dan kurang eksposur terhadap internet membuat mereka kurang percaya diri atau tidak yakin untuk beralih ke *platform* digital.



**Gambar 3. Pelatihan Peningkatan Akses Digital**

Produsen syal yang kurang memahami dengan konsep dan manfaat internet dalam konteks pemasaran menyebutkan tidak tahu bagaimana memanfaatkan *platform* online untuk mempromosikan produk mereka, seperti membuat halaman produk yang menarik di situs *e-commerce* atau memanfaatkan media sosial untuk membangun merek mereka. Ada rasa takut atau ketidakpastian terhadap penggunaan teknologi digital. Produsen mungkin merasa bahwa

mereka kebingungan bagaimana cara agar berhasil dalam pemasaran online, dan ini dapat menjadi hambatan psikologis yang signifikan.

Maka perlunya pelatihan peningkatan akses digital menjadi sangat penting dalam mengatasi tantangan tersebut. Pelatihan harus dirancang untuk mengatasi ketidaktahuan dan ketakutan produsen terhadap teknologi digital dengan pendekatan yang ramah pengguna dan praktis. Mengenai tentang apa itu internet, manfaatnya dalam pemasaran, dan pengenalan terhadap *platform e-commerce* yang umum digunakan di Indonesia.



**Gambar 4. Dokumentasi penyampaian media sosial kepada pengusaha Syall**



**Gambar 5. Photo bersama setelah selesai pelatihan**

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan produsen Syall dalam memanfaatkan *platform* media sosial agar bisa lebih meningkat dalam pemasaran digital. Juga untuk membekali pemilik perusahaan Syal dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam menggunakan media sosial secara efektif untuk memasarkan produknya.



Manfaat jangka panjang mengatasi tantangan kurangnya pemahaman dalam pemasaran digital, diharapkan produsen syall di Desa Pusakanagara dapat lebih meningkatkan penjualan mereka secara signifikan dengan menjangkau pasar yang lebih luas, Mengurangi ketergantungan pada pasar lokal yang terbatas, membangun keberlanjutan ekonomi yang lebih baik untuk komunitas mereka. Dengan adanya pelatihan ini peningkatan akses digital tidak hanya tentang memperkenalkan teknologi baru, tetapi juga tentang membangun kepercayaan dan meningkatkan hal yang dibutuhkan agar berhasil dalam lingkungan digital. Dengan pendekatan yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, produsen syall di Desa Pusakanagara dapat mengambil langkah penting menuju pertumbuhan yang lebih baik dan keberlanjutan dalam era digital ini.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan Peningkatan Akses Digital Marketing Pemasaran Produk Syall di Desa Pusakanagara Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis sudah dilaksanakan sesuai dengan tujuan pelaksanaan kegiatan. Pengabdian ini ini memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran produk Syall yang saat ini belum sepenuhnya memanfaatkan platform media sosial secara optimal.

Meskipun Produk Syall ini telah berhasil melakukan pengiriman produk ke berbagai Daerah di Indonesia. Metode pemasaran ini belum sepenuhnya mampu memenuhi potensi pasar yang lebih luas. Pelatihan *platform* media online untuk pemasaran yang telah dilaksanakan bermanfaat untuk membekali pemilik UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif.

Saran pada kegiatan pengabdian ini adalah dengan menerapkan sistem pemasaran berbasis digital/ online dalam pemasaran produk Syall yang ada di desa Pusakanagara diharapkan bisa mengembangkan produk lokal ini dan bisa menjadi perusahaan yang lebih besar lagi sehingga bisa banyak memberdayakan masyarakat desa Pusakanagara, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Firmansyah, D., Suryana, A., & Rifa'i, A. A. (2022). PMD (Pelatihan Media Digital) sektor usaha mikro dan kecil handycraft Bambu di KAA Sukabumi guna meningkatkan pemasaran online berbasis Marketplace di Era Ekonomi Digital. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2805-2816.  
file:///C:/Users/ACER/Downloads/502-Article%20Text-1164-1-10-20230626.pdf
- Permana, S.H. (2017) Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8 (1), Juni 2017.