

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL BAGI UMKM POKLATSAR KEMILAU BERKARYA DESA SUNGSANG IV

Abdul Kholek¹, Suci Wahyu Fajriani², Ainul Zulqoifah Asmawati³, Mallia Hartani⁴, Nabila Tahira⁵,
Deska Fitriyani⁶, Kurnia Asni Sari⁷

Sosiologi, Universitas Sriwijaya
Email: abdulkholek@fisip.unsri.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada peningkatan kemampuan literasi digital dan promosi daring bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) POKLATSAR “Kemilau Berkarya” di Desa Sungsang IV, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. Program ini dilaksanakan untuk menjawab tantangan rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk lokal di wilayah pesisir. Melalui pendekatan partisipatif dan metode learning by doing, peserta pelatihan dilatih untuk mengelola akun bisnis digital, membuat konten promosi menarik, serta memahami strategi pemasaran melalui platform Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Proses kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan teknis, praktik langsung, dan pendampingan intensif penerapan hasil pelatihan. Hasil kegiatan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi dan komunikasi bisnis. Berdasarkan hasil evaluasi, sebanyak 83% peserta menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan pengelolaan akun digital dan produksi konten. Menghasilkan sistem kerja sama berbasis komunitas melalui pembentukan identitas “Produk Unggulan Desa Sungsang IV” yang memperkuat jejaring promosi antarpelaku usaha. Melalui sinergi ini, muncul kesadaran baru bahwa digitalisasi bukan sekadar kebutuhan teknis, tetapi juga strategi keberlanjutan usaha di era modern. Program membantu peningkatan ekonomi masyarakat pesisir, mendukung pencapaian SDGs ke-8 tentang pertumbuhan ekonomi inklusif serta memperkuat peran perguruan tinggi dalam mewujudkan transformasi digital melalui tridarma pengabdian masyarakat.

Kata kunci: ekonomi lokal; literasi digital; media sosial; pemberdayaan masyarakat; umkm pesisir

ABSTRACT

This community service activity focuses on enhancing digital literacy skills and online promotion for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) of POKLATSAR “Kemilau Berkarya” in Sungsang IV Village, Banyuasin Regency, South Sumatra. This program is implemented to address the challenge of low utilization of social media as a means of marketing local products in coastal areas. Thru a participatory approach and the learning by doing method, training participants are taught to manage digital business accounts, create engaging promotional content, and understand marketing strategies thru platforms like Facebook, Instagram, TikTok, and WhatsApp Business. The process includes socialization, technical training, hands-on practice, and intensive mentoring in applying the training results. The outcome of the activities was an improvement in participants ability to use social media as a tool for promotion and business communication. Based on the evaluation results, 83% of the participants showed a significant improvement in their ability to manage digital accounts and produce content. Creating a community-based cooperation system thru the establishment of the identity “Superior Products of Sungsang IV Village”, which strengthens the promotional network among business actors. Thru this synergy, a new awareness emerged that digitalization is not just a technical necessity, but also a business sustainability strategy in the modern era. The program helps improve the economy of coastal communities, supports the achievement of SDG 8 on inclusive economic growth, and strengthens the role of higher education institutions in realizing digital transformation thru the tridharma of community service..

Keywords: local economy; digital literacy; social media; community empowerment; coastal MSMEs

1. PENDAHULUAN

Desa Sungsang IV terletak di Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan, dan dicirikan sebagai wilayah pesisir dengan ketergantungan ekonomi yang substansial pada sektor maritim. Mayoritas penduduk di Desa Sungsang IV bekerja sebagai nelayan, memanfaatkan potensi perikanan yang besar di perairan sekitar lingkungan masyarakat. Kondisi geografis yang kaya akan potensi ini juga memberikan potensi ekonomi yang lebih luas, mencakup potensi pengolahan produk hasil laut serta pengembangan wisata yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Pelaku UMKM dapat meniru dan menggunakan teknologi untuk mengikuti perkembangan teknologi guna penguatan usaha dan peningkatan daya saing dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif di Masyarakat (Ariningsih et al., 2023).

Menurut Helsper (2012), pemberdayaan digital tidak hanya sebatas penyediaan infrastruktur, tetapi juga mencakup peningkatan literasi digital, penguatan kapasitas sosial, serta perubahan pola pikir dalam menghadapi era informasi (Helsper, 2012). Dalam konteks ekonomi pedesaan, hal ini menjadi sangat relevan ketika dikaitkan dengan pendekatan ekonomi komunal, yaitu sistem ekonomi berbasis kolektivitas, gotong royong, dan kepemilikan bersama atas sumber daya lokal (Raharjdo, 2020). Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok kini tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif, bahkan bagi pelaku usaha kecil di pedesaan (Nasution & Zahro, 2021).

Mitra utama kegiatan ini adalah kelompok UMKM POKLATSAR pengolah hasil laut menjadi makanan tradisional pempek udang, terasi, ebi, dan kerupuk. Kegiatan produksi dan pengolahan masih dilakukan secara tradisional dengan skala rumahan. Sebagian besar distribusi dan pemasaran dilakukan secara langsung kepada pengunjung atau melalui bazar lokal. Belum terdapat pemanfaatan media sosial sebagai saluran penjualan maupun promosi, dan manajemen usaha belum terdokumentasi secara profesional. Dengan demikian penguatan kapasitas digital masyarakat menjadi prasyarat penting bagi keberlanjutan ekonomi lokal. Kelompok dan komunitas lokal memainkan peran penting dalam mengelola potensi ini. Ini terlihat di Dusun Sembilang, Desa Sungsang IV, di mana pokdarwis dan komunitas lokal, bersama dengan pemerintahan desa, badan usaha milik desa (BUMDes), dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), membantu mengembangkan wisata mangrove dan produk olahan berbasis mangrove (Kholek et al., 2024).

Dalam konteks tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas digital masyarakat Desa Sungsang IV dalam hal pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi wisata, dan pemanfaatan platform pemesanan daring. Melalui pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan, diharapkan masyarakat desa mampu bertransformasi menjadi desa pesisir yang tangguh, adaptif terhadap perubahan teknologi, dan memiliki ekonomi lokal yang berdaya saing tinggi berbasis komunitas kearifan lokal. Transformasi digital dan relevansinya dalam pembangunan ekonomi lokal

2. MASALAH

Pengabdian ini berfokus pada keterbatasan literasi digital masyarakat pesisir serta penguatan peran UMKM POKLATSAR dalam perekonomian Desa Sungsang IV. Permasalahan utama meliputi akses pasar yang terbatas, rendahnya kapasitas digital, dan minimnya promosi daring produk lokal serta destinasi wisata. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan kompetensi dalam pengelolaan media sosial, produksi konten promosi, dan pemanfaatan platform pemesanan daring. Kegiatan ini diharapkan meningkatkan kapasitas komunitas, memperluas pasar melalui media sosial dan marketplace, serta membangun ekosistem ekonomi digital desa yang mandiri, kolaboratif, dan berkelanjutan, termasuk dalam pengembangan sistem pemesanan wisata dan kuliner.

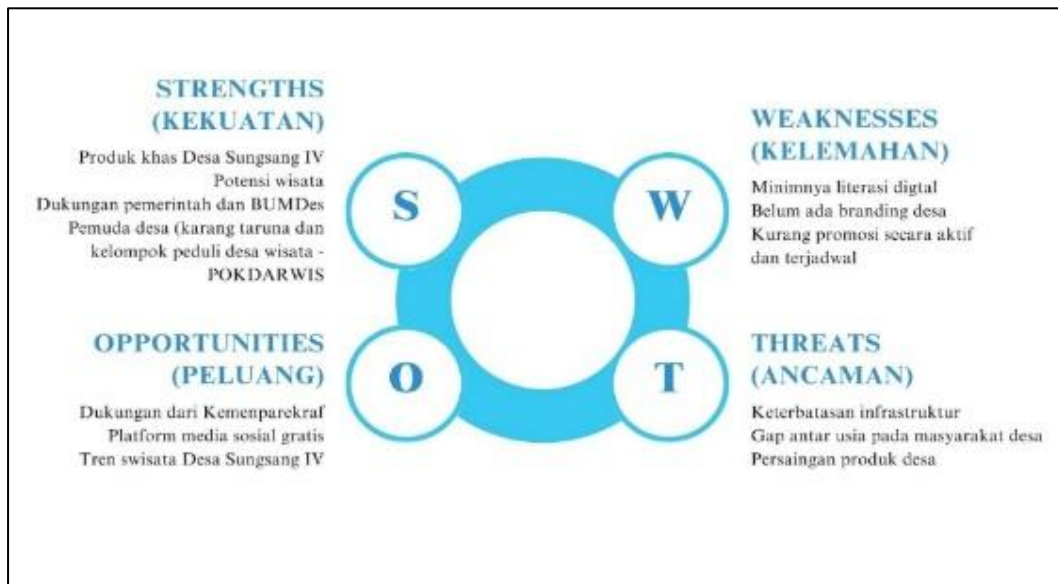
3. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Sungsang IV, Kecamatan Banyuasin II, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan, sebagai wilayah pesisir dengan potensi perikanan dan pengolahan hasil laut yang belum optimal akibat keterbatasan literasi digital masyarakat. Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM melalui pemberdayaan berbasis komunitas. Kegiatan berlangsung selama enam bulan, meliputi tahap persiapan, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan, hingga evaluasi, yang dilaksanakan secara luring dan daring untuk menjamin keberlanjutan.

Mitra utama adalah UMKM POKLATSAR “Kemilau Berkarya” sebagai pusat implementasi digitalisasi pemasaran, didukung oleh Pemerintah Desa, Pokdarwis, Karang Taruna, serta Universitas Sriwijaya. Kolaborasi ini dirancang untuk memperkuat dukungan kelembagaan dan kesinambungan program. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis dan partisipatif. Tahap awal mencakup survei lapangan dan pemetaan potensi desa. Selanjutnya dilakukan sosialisasi konsep digital empowerment serta analisis SWOT. Tahap pelatihan difokuskan pada pemanfaatan media sosial (Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business), teknik copywriting, storytelling, fotografi produk, video pendek, dan desain grafis dengan pendekatan learning by doing. Pendampingan dilanjutkan melalui produksi dan publikasi konten promosi serta pengelolaan akun media sosial komunal dan personal guna membangun ekosistem pemasaran digital desa.

Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan literasi digital, serta observasi dan wawancara untuk menilai perubahan perilaku. Pendekatan yang digunakan meliputi Participatory Rural Appraisal (PRA), pendampingan berbasis komunitas dan peer learning, serta evaluasi kuantitatif dan kualitatif guna memastikan program relevan, terukur, dan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. SWOT

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial bagi UMKM Kelompok Pengolah dan Pemasar (POKLATSAR) Kemilau Berkarya di Desa Sungsang IV merupakan bagian dari strategi peningkatan kapasitas pelaku usaha lokal dalam menghadapi transformasi ekonomi digital. Sebagai kelompok yang bergerak di bidang pengolahan hasil laut seperti ikan, udang, dan kepiting, POKLATSAR memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Namun, keterbatasan dalam strategi promosi dan pemanfaatan media sosial menyebabkan pemasaran produk masih terfokus pada pasar lokal. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola promosi digital, memproduksi konten kreatif, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform daring. Kegiatan ini sekaligus menjadi bentuk konkret pemberdayaan digital berbasis komunitas guna mendorong kemandirian ekonomi desa.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung di Balai Desa Sungsang IV dengan melibatkan anggota POKLATSAR dan pelaku usaha kecil lainnya. Metode yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif, menyesuaikan karakteristik peserta yang lebih efektif belajar melalui praktik langsung. Kegiatan terbagi dalam dua fokus utama, yakni penguatan strategi promosi media sosial dan pelatihan produksi konten digital.

Pada sesi pertama, peserta memperoleh materi mengenai strategi promosi efektif melalui platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Materi menekankan pentingnya membangun identitas merek, memahami karakteristik audiens, serta menyusun konten yang konsisten dan relevan. Narasumber juga menjelaskan pengaruh algoritma media sosial terhadap jangkauan unggahan serta strategi optimalisasi konten tanpa ketergantungan pada iklan berbayar. Pendekatan promosi digital dipahami bukan sekadar menampilkan produk, melainkan membangun relasi dan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan. Antusiasme peserta terlihat

dalam sesi diskusi, terutama terkait pengelolaan akun bisnis profesional, penentuan waktu unggahan, dan peningkatan interaksi pengikut.

Sesi kedua difokuskan pada praktik pembuatan konten digital. Peserta dilatih memanfaatkan kamera telepon genggam untuk menghasilkan foto produk dengan pencahayaan alami dan latar sederhana agar tampil lebih menarik. Selain fotografi, peserta juga membuat video promosi singkat berdurasi 15–30 detik menggunakan aplikasi pengeditan sederhana. Konten disusun dengan pendekatan storytelling, menampilkan proses produksi olahan laut seperti kerupuk ikan dan terasi udang, disertai teks promosi, musik, dan elemen visual pendukung. Metode ini dinilai efektif dalam meningkatkan daya tarik konten di platform berbasis video pendek.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan digital peserta. Sebagian anggota langsung mengunggah konten promosi ke akun usaha mereka dan memperoleh respons positif dari konsumen dalam waktu singkat. Selain peningkatan kapasitas individu, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya jejaring digital antar pelaku UMKM di Desa Sungsang IV, sehingga tercipta ruang kolaborasi dalam promosi bersama. Secara berkelanjutan, program ini diharapkan mampu memperkuat daya saing produk lokal, memperluas akses pasar, serta mendukung pembangunan ekonomi pesisir yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Peningkatan Keterampilan Digital dan Validasi Literasi.

Evaluasi akhir program menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM POKLATSAR memberikan hasil yang sangat positif dalam meningkatkan kompetensi digital peserta. Hasil uji pasca (post-test) menunjukkan tingkat kelulusan mencapai 85%, melampaui target minimum yang ditetapkan sebesar $\geq 80\%$. Capaian ini menegaskan keberhasilan pendekatan pelatihan berbasis praktik dan kolaboratif (peer learning) dalam mengatasi hambatan literasi digital yang sebelumnya menjadi tantangan utama di komunitas pedesaan. Peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap fitur bisnis, manajemen konten, dan strategi unggahan, yang menjadi fondasi penting bagi transformasi digital usaha kecil menengah. Tabel berikut menyajikan indikator kinerja utama (IKU) dan capaian keterampilan digital yang dicapai oleh peserta program:

Tabel 1 Indikator Kinerja dan Capaian Keterampilan Digital POKLATSAR

Indikator Kinerja Utama (IKU)	Target Capaian	Hasil Kuantitatif/Kualitatif Program
Persentase Kelulusan Post-Test Literasi Digital	$\geq 70\%$	85% peserta lulus (peningkatan pemahaman navigasi platform dan fitur bisnis)
Kemampuan Produksi Konten Dasar	Peserta mampu menghasilkan 4 jenis konten	Kemandirian dalam penggunaan <i>CapCut</i> dan editing sederhana; adopsi foto/video produk

Indikator Kinerja Utama (IKU)	Target Capaian	Hasil Kuantitatif/Kualitatif Program
Kepemilikan dan Pengelolaan Akun Bisnis Aktif	100% peserta memiliki akun bisnis aktif	Implementasi <i>WhatsApp Business</i> , <i>Facebook</i> , dan akun komunal POKLATSAR aktif

Sumber: olah data (2025)

Secara kuantitatif, hasil perbandingan antara uji awal (pre-test) dan uji akhir (post-test) menggambarkan peningkatan rata-rata tingkat kebenaran jawaban dari 70% menjadi 85%, atau terjadi peningkatan sebesar 15%. Data ini memperlihatkan bahwa pelatihan tidak hanya menambah wawasan baru, tetapi juga memperkuat pemahaman yang telah ada sebelumnya. Peningkatan tertinggi ditemukan pada pertanyaan yang semula sulit, menunjukkan efektivitas pelatihan dalam menutup kesenjangan pengetahuan kritis peserta.

Tabel 2 Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test Literasi Digital Peserta

Pertanyaan	Jml. Peserta	Jawaban Benar (Pre-test)	% Kebenaran (Pre)	Jawaban Benar (Post-test)	% Kebenaran (Post)	Peningkatan (%)
1	20	15	75%	20	100%	25%
2	20	19	95%	20	100%	5%
3	20	19	95%	20	100%	5%
4	20	4	20%	8	40%	20%
5	20	19	95%	20	100%	5%
6	20	13	65%	14	70%	5%
7	20	16	80%	19	95%	15%
8	20	19	95%	20	100%	5%
9	20	15	75%	20	100%	25%
10	20	14	70%	15	75%	5%
11	20	7	35%	9	45%	10%
12	20	20	100%	20	100%	0%
13	20	2	10%	5	25%	15%
14	20	18	90%	19	95%	5%
15	20	19	95%	20	100%	5%
Rata-rata	20	14,6	73%	16,6	83%	10%

Sumber: olah data (2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan tertinggi terjadi pada pertanyaan nomor 1 dan 9 (masing-masing meningkat 25%) serta pertanyaan 4 (meningkat 20%). Peningkatan ini menggambarkan keberhasilan pelatihan dalam mentransfer pengetahuan baru pada area yang sebelumnya paling lemah, seperti strategi unggahan, algoritma platform, dan copywriting promosi. Selain itu, pertanyaan nomor 13 yang memiliki tingkat kebenaran awal paling rendah (10%) juga mengalami peningkatan signifikan sebesar 15%, meskipun hasil akhir masih 25%. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan berhasil membangun fondasi awal pemahaman di area yang sebelumnya sama sekali asing bagi peserta.

Pada sisi lain, pertanyaan-pertanyaan yang berfokus pada kemampuan teknis dasar seperti navigasi platform dan penggunaan fitur bisnis digital (pertanyaan 2, 3, 5, dan 8) telah menunjukkan

performa tinggi sejak awal dengan tingkat kebenaran $\geq 95\%$ pada pre-test dan meningkat menjadi 100% pada post-test. Hal ini menegaskan bahwa peserta cepat menguasai keterampilan teknis dasar dan berhasil memvalidasi penggunaannya secara mandiri dalam praktik usaha digital mereka.

Secara keseluruhan, hasil kuantitatif dan kualitatif ini memperkuat bahwa pendekatan learning by doing dalam pelatihan literasi digital efektif meningkatkan kompetensi dan kepercayaan diri digital (digital confidence) pelaku UMKM POKLATSAR. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga berhasil memperbaiki area pengetahuan yang sebelumnya lemah, sehingga menghasilkan peningkatan kompetensi digital yang lebih merata dan berkelanjutan untuk mendukung transformasi digital sektor UMKM di tingkat lokal.

Akun media sosial aktif dengan engagement meningkat.

Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital UMKM POKLATSAR menunjukkan transformasi signifikan dari penggunaan akun pribadi pasif menjadi akun bisnis yang aktif dan profesional. Melalui metode learning by doing, peserta dilatih teknik fotografi produk dengan pencahayaan alami, komposisi visual sederhana, serta pembuatan video promosi 15–30 detik menggunakan CapCut. Konten menampilkan proses produksi lokal, seperti kerupuk ikan dan terasi udang, dengan pendekatan storytelling yang memperkuat citra profesional dan nilai autentik produk. Dampaknya terlihat pada peningkatan engagement, konsistensi unggahan, bertambahnya pengikut, serta interaksi konsumen melalui komentar dan pesan langsung. Selain itu, terjadi peningkatan konversi penjualan melalui WhatsApp Business sebagai kanal transaksi utama. Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat kapasitas kewirausahaan digital, meningkatkan kualitas promosi daring, dan membangun ekosistem pemasaran digital yang berkelanjutan di tingkat komunitas.

Terbentuk jejaring promosi komunal antar pelaku usaha.

Salah satu hasil penting dari program pengabdian masyarakat ini adalah terbentuknya jejaring promosi komunal antar pelaku UMKM Desa Sungsang IV. Jejaring digital ini menjadi ruang berbagi ide, strategi, dan praktik promosi yang mendorong kolaborasi antarpelaku usaha. Melalui komunikasi aktif di media sosial, para pelaku UMKM saling mendukung dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat kehadiran digital mereka. Kolaborasi tersebut melahirkan branding komunal dengan identitas “Produk Unggulan Desa Sungsang IV,” yang diwujudkan melalui penggunaan tagar dan gaya visual seragam. Pendekatan ini memperkuat citra produk lokal sebagai hasil karya kolektif dan meningkatkan daya saing di pasar digital.

Secara keseluruhan, terbentuknya jejaring ini menunjukkan keberhasilan program dalam membangun ekosistem ekonomi digital berbasis solidaritas dan kolaborasi. Melalui kerja sama ini, para pelaku UMKM tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga menumbuhkan semangat kebersamaan yang memperkuat ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Potensi peningkatan penjualan dan visibilitas digital produk lokal.

Peningkatan keterampilan digital dan keterlibatan aktif pelaku UMKM POKLATSAR telah menciptakan fondasi kuat bagi peningkatan potensi ekonomi di Desa Sungsang IV. Program pengabdian ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga mampu mendorong pertumbuhan omzet penjualan secara nyata. Berdasarkan kajian empiris yang menjadi dasar kegiatan, pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkan platform digital berpotensi mengalami peningkatan omzet sebesar 25% hingga 30%. Hasil ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan media sosial secara strategis mampu mengubah cara kerja ekonomi lokal dari yang bersifat konvensional menjadi lebih adaptif dan berorientasi pasar digital.

Lebih jauh, dampak program ini menciptakan fenomena Visibilitas Ganda (Dual Visibility), yakni meningkatnya eksposur tidak hanya terhadap produk olahan laut, tetapi juga terhadap potensi ekowisata mangrove yang menjadi kebanggaan Desa Sungsang IV. Integrasi antara promosi produk dan wisata menghasilkan hubungan timbal balik yang menguntungkan: wisatawan yang datang menjadi konsumen produk lokal, sedangkan konsumen daring yang mengenal produk melalui media sosial terdorong untuk mengunjungi destinasi wisata desa. Pola ini membentuk sirkulasi ekonomi yang berkelanjutan sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap sektor perikanan tradisional yang fluktuatif.

Secara keseluruhan, pemasaran digital tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat identitas komunal melalui konsistensi branding dan kerja sama antar pelaku usaha. Temuan ini menegaskan bahwa strategi digitalisasi yang dijalankan oleh POKLATSAR mampu menciptakan efek berganda terhadap perekonomian lokal baik dari sisi peningkatan omzet maupun penguatan citra desa sebagai pusat produksi dan wisata berbasis sumber daya alam. Rangkuman dampak strategis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3 Dampak Pemasaran Digital terhadap Visibilitas dan Proyeksi Ekonomi

Aspek Dampak	Tolak Ukur Kualitatif	Implikasi Ekonomi Jangka Pendek
Visibilitas Produk Lokal	Peningkatan <i>reach</i> dan <i>impression</i> konten di media sosial	Peluasan pasar dari lokal ke regional/nasional
Peningkatan Engagement	Respons konsumen positif, peningkatan jumlah klik/pesan, dan transaksi melalui <i>WhatsApp Business</i>	Kenaikan potensi omzet (estimasi 25%–30% dari kajian empiris)
Konsistensi Branding Komunal	Penggunaan tagar dan narasi visual bersama oleh anggota POKLATSAR	Penguatan identitas “Produk Unggulan Desa Sungsang IV”

Aspek Dampak	Tolak Ukur Kualitatif	Implikasi Ekonomi Jangka Pendek
Integrasi Potensi Lokal	Promosi ganda produk olahan dan ekowisata mangrove	Pembentukan <i>loop economy</i> yang mendukung diversifikasi pendapatan

Sumber: olah data (2025)

Diskusi dan Analisis

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sungsang IV membuktikan efektivitas model pemberdayaan digital berbasis komunitas dalam memperkuat kapasitas ekonomi lokal melalui pemanfaatan media sosial oleh pelaku UMKM POKLATSAR Kemilau Berkarya. Keberhasilan program ini didasarkan pada penerapan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dan *peer learning* yang tidak hanya berfokus pada transfer teknologi, tetapi juga pada pembangunan kapasitas psikososial, kepercayaan diri digital, dan solidaritas kolektif antar pelaku usaha. Dalam konteks masyarakat pesisir yang menjunjung tinggi nilai gotong royong dan kolektivitas, metode pembelajaran sejawat menjadi sangat relevan karena memungkinkan peserta saling bertukar pengalaman, memperkuat motivasi bersama, dan menumbuhkan semangat kolaborasi berkelanjutan.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kompetensi digital sebesar 83% peserta lulus uji pasca (post-test) dengan peningkatan rata-rata 10% dibandingkan uji awal (pre-test). Peserta tidak hanya mampu mengoperasikan aplikasi pengeditan seperti CapCut, tetapi juga menguasai pengelolaan akun bisnis melalui *WhatsApp Business*, *tiktok shop* dan *Facebook* serta mulai menerapkan strategi *storytelling* digital yang menonjolkan nilai-nilai lokal seperti proses pengolahan hasil laut dan promosi produk khas desa. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan *learning by doing* mampu meningkatkan *digital confidence* dan keterampilan praktis secara simultan.

Keberhasilan ini sejalan dengan berbagai temuan penelitian terdahulu. Menurut Susanti et al. (2025), pendekatan partisipatif dan kolaboratif merupakan kunci dalam mengatasi hambatan literasi digital di wilayah pedesaan karena mendorong terciptanya *co-creation knowledge* antar warga dan memperkuat dimensi sosial dari adopsi teknologi (Susanti et al., 2025). Dalam konteks pemberdayaan UMKM, hasil program ini juga konsisten dengan penelitian Sundring et al. (2023), yang menegaskan bahwa strategi *digital branding* dan narasi visual yang konsisten dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Program di Sungsang IV yang menekankan pembuatan konten visual, pembentukan identitas merek komunal, dan praktik unggahan terjadwal merupakan manifestasi konkret dari strategi tersebut.

Lebih lanjut, kegiatan pelatihan di Sungsang IV juga mendukung temuan Kusuma et al. (2022) bahwa *social media marketing*, kualitas layanan, dan daya tarik iklan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian. Pelatihan pembuatan foto dan video promosi berdurasi 15–30

detik memungkinkan peserta menghasilkan konten yang menarik dan komunikatif, sedangkan pendampingan penggunaan WhatsApp Business memperkuat layanan dan interaksi pelanggan. Dalam beberapa hari setelah pelatihan, peserta melaporkan peningkatan interaksi digital dan pesan pemesanan, menunjukkan bahwa transformasi dari akun pasif menjadi kanal pemasaran aktif telah tercapai secara nyata.

Program di Desa Sungsang IV juga menunjukkan relevansi dengan penelitian Yudaningsih et al. (2025), yang menyoroti peran digitalisasi dalam memperkuat ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dan inklusi ekonomi di desa. Melalui digitalisasi, produk olahan hasil laut, kerajinan nipah, dan sabun pidaa yang dihasilkan oleh POKLATSAR berhasil dipromosikan secara lebih luas dan diintegrasikan dengan kegiatan ekowisata mangrove. Pola ini menciptakan *loop economy* atau sirkulasi ekonomi ganda antara sektor wisata dan UMKM, di mana wisatawan menjadi konsumen produk lokal dan sebaliknya konsumen daring terdorong untuk mengunjungi destinasi wisata desa. Sinergi antara promosi digital produk dan ekowisata ini memperkuat identitas ekonomi desa serta mendukung pelestarian budaya dan lingkungan pesisir. Meskipun hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan, tantangan keberlanjutan masih dihadapi terutama terkait keterbatasan infrastruktur internet dan kesinambungan pendampingan setelah program berakhir. Kondisi geografis pesisir menjadikan akses internet tidak merata, yang berpotensi menimbulkan kesenjangan antar pelaku usaha. Selain itu, tanpa dukungan kelembagaan, *digital confidence* peserta dapat menurun seiring waktu. Untuk menjawab tantangan tersebut, disusun strategi keberlanjutan yang menekankan pada pelibatan kelembagaan desa melalui BUMDes dan pembentukan “Tim Digital Desa”.

Pelibatan BUMDes berperan sebagai pengelola *Digital Holding* desa yang bertanggung jawab terhadap manajemen unit usaha digital, pengelolaan akun komunal POKLATSAR, serta penyediaan infrastruktur dan dukungan finansial bagi aktivitas digital desa. Sementara itu, pembentukan “Tim Digital Desa” yang terdiri atas kader lokal dari Karang Taruna, anggota POKLATSAR berprestasi, dan Pokdarwis akan memastikan adanya pendamping teknis in-situ yang mampu memberikan dukungan harian, pelatihan lanjutan, dan pemeliharaan aktivitas konten komunal. Struktur ini tidak hanya menjamin kesinambungan pelatihan, tetapi juga memperkuat otonomi digital komunitas sehingga keberhasilan program dapat direplikasi secara mandiri tanpa ketergantungan pada lembaga eksternal.

Model keberlanjutan ini sejalan dengan praktik *community digital empowerment* yang berhasil diterapkan di berbagai daerah di Indonesia, di mana keberhasilan pemberdayaan digital jangka panjang sangat bergantung pada kolaborasi antara pemerintah desa, lembaga ekonomi lokal, dan komunitas pelaku usah (Jatnika et al., 2024). Dengan demikian, pengalaman dari Desa Sungsang IV membuktikan bahwa transformasi digital berbasis komunitas tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada kekuatan sosial dan kelembagaan yang mendukungnya.

Secara keseluruhan, pelatihan pemanfaatan media sosial pada POKLATSAR Kemilau

Berkarya telah memperlihatkan bahwa strategi pemberdayaan digital berbasis komunitas yang partisipatif, kolaboratif, dan berorientasi kelembagaan mampu mendorong kemandirian ekonomi desa secara berkelanjutan. Melalui sinergi antara peningkatan literasi digital, strategi branding komunal, dan institusionalisasi dukungan lokal melalui BUMDes dan Tim Digital Desa, Desa Sungsang IV kini memiliki fondasi yang kuat untuk mengembangkan ekonomi kreatif pesisir yang inklusif, adaptif, dan berdaya saing tinggi di era digital.

5. KESIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan media sosial bagi UMKM POKLATSAR “Kemilau Berkarya” di Desa Sungsang IV memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan literasi digital dan penguatan ekonomi lokal masyarakat pesisir. Melalui pendekatan partisipatif dan metode learning by doing, peserta mampu mengelola akun bisnis secara profesional, menyusun konten promosi menarik, serta mengoptimalkan Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Hasil evaluasi menunjukkan 83% peserta mencapai standar kelulusan, membuktikan efektivitas model pelatihan berbasis praktik dalam mengatasi keterbatasan digital.

Program ini juga membangun kolaborasi komunal melalui branding “Produk Unggulan Desa Sungsang IV,” mendorong sinergi promosi dan memperkuat citra desa sebagai pusat produksi pesisir. Dampaknya terlihat pada peningkatan engagement, pesanan daring, serta perubahan pola pikir menuju ekonomi digital yang adaptif dan berkelanjutan. Pada pengabdian berikutnya, eberlanjutan program memerlukan replikasi model, penguatan infrastruktur digital, serta pembentukan komunitas Desa Go Digital agar transformasi ekonomi berbasis teknologi terus berkembang secara mandiri dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariningsih, E. P., Wulandari, A., Syaufiq, A., Dewi, D., Nurivansah, R. D., Rahmawati, E. E., Muna, F. N., Ghifari, R. D., Faturacman, T., Wibowo, N. S., & Widayanti, T. (2023). *Pelatihan Dan Pendampingan Penguatan Strategi Pemasaran Pada Umkm Di Desa Jono Kecamatan Bayan Kabupaten Porworejo*. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 593. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.13772>
- Helsper, E. J. (2012). *A Corresponding Fields Model for the Links Between Social and Digital Exclusion*. *Communication Theory*, 22(4), 403–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01416.x>
- Jatnika, D. C., Burhanudin, M., Budiarti Santoso, M., & Septiyanti, S. P. (2024). *Empowerment Theory and Digital Village: Insights from West Java's Digital Village Programme*. *The Journal of Indonesia Sustainable Development Planning*, 5(3), 227–245. <https://doi.org/10.46456/jisdep.v5i3.623>
- Kholek, A., Yusuf Abror, M., Lestari Elake, G., Akbar, T., Sosiologi, J., & Sriwijaya, U. (2024).

Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Melalui Program Mangrove In Action Di Dusun Sembilang Desa Sungsang Iv Banyuasin Sumatera Selatan Article Info Abstrak. DEVOTE: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global. 3(3), 2962–4029. <https://doi.org/10.55681/devote.v3i3.3423>

Kusumadewi, S. D., Purnomo, H., Nadhira, S., & Putrizulfan, R. (2024). *Systematic review on the implementation of mangrove community-based restoration in Indonesia and beyond.* IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1315(1), 012052. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1315/1/012052>

Nasution, M. K., & Zahro, S. (2021). *Media Sosial Sebagai Alat Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Desa.* Jurnal Komunikasi Dan Pemberdayaan, 3(1), 45–58.

Raharjdjo, M. (2020). *Ekonomi Komunal dalam Perspektif Kearifan Lokal.* Jurnal Ekonomi Rakyat, 5(2), 112–124.

Susanti, E., Alia, S., & Harta, R. (2025). *Digital Empowerment in Rural Villages: Unraveling MSEs' Path to Technological Readiness and Sustainability.* Publica: Jurnal Pemikiran Administrasi Negara, 17(1), 261–282. <https://doi.org/10.15575/jpan.v17i1.46514>