

PENDAMPINGAN EDUKASI PERILAKU KONSUMEN DIGITAL: CARA MEMAHAMI DAN MENARIK PEMBELI DI ERA DIGITAL

Asrorudin^{a,1}, Jasmi indra^{b,2},Mega arum^{c,3}

^{abc}Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

¹dosen016015@unpam.ac.id; ²dosen00265@unpam.ac.id; ³dosen02864@unpam.ac.id

*dosen016015@unpam.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kapasitas pelaku UMKM Desa Suka Negara dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha. Program ini berfokus pada edukasi perilaku konsumen digital, strategi menarik pembeli di era digital, serta penguatan keterampilan dalam penggunaan platform online seperti media sosial dan marketplace. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pemetaan kebutuhan UMKM, penyampaian materi teoritis, pelatihan praktik pembuatan konten digital, serta pendampingan langsung dalam mengelola pemasaran berbasis teknologi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para pelaku UMKM mengalami peningkatan kemampuan dalam memahami karakteristik konsumen digital, menyusun strategi pemasaran yang sesuai, serta mengoperasikan berbagai aplikasi digital untuk promosi produk. Selain itu, terdapat peningkatan keterlibatan UMKM dalam aktivitas pemasaran online yang berdampak positif pada perluasan jangkauan pasar dan peningkatan potensi penjualan. Program ini juga memberikan dampak sosial berupa meningkatnya literasi digital masyarakat serta tumbuhnya motivasi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat daya saing UMKM desa melalui pemanfaatan teknologi digital. Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi model pendampingan berkelanjutan bagi desa-desa lain dalam upaya mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Kata kunci: *Pengabdian masyarakat, UMKM, pemasaran digital, perilaku konsumen, literasi digital.*

Abstract

This community service activity was carried out with the aim of increasing the understanding and capacity of MSMEs in Suka Negara Village in utilizing digital technology as a marketing and business development tool. The program focused on educating digital consumer behavior, strategies for attracting buyers in the digital era, and strengthening skills in using online platforms such as social media and marketplaces. The program was implemented through several stages: mapping MSME needs, delivering theoretical materials, practical training in digital content creation, and direct mentoring in managing technology-based marketing. The results of the activity showed that MSMEs experienced improved abilities in understanding digital

consumer characteristics, developing appropriate marketing strategies, and operating various digital applications for product promotion. Furthermore, there was increased MSME involvement in online marketing activities, which positively impacted market reach expansion and increased sales potential. This program also had a social impact in the form of increased digital literacy in the community and a growing motivation to continuously adapt to technological developments. Overall, this community service activity made a real contribution to strengthening the competitiveness of village MSMEs through the use of digital technology. It is hoped that this activity can become a model for sustainable mentoring for other villages in an effort to support community economic empowerment.

Keywords: *Community service, MSMEs, digital marketing, consumer behavior, digital literacy.*

PENDAHULUAN

Di Desa Suka Negara, Bogor, para pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital terutama dalam menjalankan strategi pemasaran digital. Meskipun potensi UMKM cukup besar, keterbatasan infrastruktur teknologi menjadi hambatan utama, di mana akses internet belum merata dan perangkat digital yang memadai masih sulit dijangkau oleh sebagian pelaku usaha. Kondisi ini membatasi kemampuan mereka untuk melakukan pemasaran online secara efektif.

Selain itu, literasi dan kompetensi digital di kalangan pelaku UMKM masih rendah. Banyak pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang cukup tentang cara mengelola toko online di marketplace atau memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Rendahnya kemampuan ini mengakibatkan kurang optimalnya pemanfaatan platform digital dan berujung pada daya saing yang rendah.

Permasalahan lain yang signifikan adalah minimnya pendampingan dan pelatihan yang sistematis dan berkelanjutan. Meskipun beberapa kegiatan pelatihan telah dilakukan oleh pemerintah desa dan lembaga terkait,

kebutuhan pendampingan intensif dan lanjutan masih sangat dirasakan untuk membantu pelaku UMKM mengatasi kendala teknis dan strategi pemasaran yang terus berkembang. Selain itu, akses modal dan pembiayaan yang terbatas juga menjadi penghambat bagi UMKM untuk investasi di bidang teknologi dan pengembangan produk.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, produk lokal Desa Suka Negara harus bersaing dengan produk dari luar daerah yang telah memiliki jaringan pemasaran lebih kuat dan dikenal pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan nilai tambah produk yang mampu menarik perhatian konsumen digital. Pengelolaan reputasi digital dan kepercayaan konsumen menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di dunia digital.

Dengan kondisi tersebut, pelaksanaan program pendampingan edukasi perilaku konsumen digital difokuskan pada peningkatan kapasitas digital pelaku usaha melalui pelatihan teori dan praktik pemasaran digital, pendampingan intensif dalam penerapan strategi digital, serta dukungan akses teknologi dan pembiayaan. Pendekatan ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan

tersebut dan mendorong pertumbuhan UMKM di Desa Suka Negara secara inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif di era digitalisasi yang semakin masif.

METODE PELAKSANAAN

Kerangka pemecahan masalah dalam program pendampingan edukasi perilaku konsumen digital bagi UMKM di Desa Suka Negara disusun sebagai berikut:

Identifikasi Masalah: Pertama, dilakukan identifikasi kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, dan kurangnya pemahaman perilaku konsumen digital. Survei dan wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan gambaran kondisi riil dan kebutuhan spesifik pelaku UMKM di lapangan.

Perencanaan Pelatihan dan Pendampingan: Berdasarkan hasil identifikasi, disusun modul pelatihan yang menasar peningkatan kompetensi digital, termasuk pengelolaan toko online, pemasaran melalui media sosial, serta pembuatan konten digital yang menarik. Pendampingan intensif diarahkan agar pelaku UMKM dapat mengimplementasikan teori dalam praktik bisnis mereka.

Pelaksanaan Program: Pelatihan dilaksanakan melalui metode teori dan praktik yang interaktif dan aplikatif, didukung dengan sesi konsultasi berkala untuk membantu pelaku UMKM dalam mengatasi hambatan teknis dan strategis. Pendampingan juga mencakup bimbingan pembuatan konten, pengelolaan iklan digital, dan optimasi SEO.

Evaluasi dan Monitoring: Dilakukan evaluasi efektivitas program melalui pengukuran peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM, peningkatan transaksi online, serta kepuasan peserta terhadap pendampingan. Monitoring berkelanjutan memastikan pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran digital.

Pengembangan Solusi Berkelanjutan: Rekomendasi solusi untuk meningkatkan akses pembiayaan, pengembangan infrastruktur digital desa, dan peningkatan jejaring antar UMKM dibuat sebagai bagian dari strategi jangka panjang dalam mendukung keberlanjutan pengembangan UMKM secara inklusif dan kompetitif di era digital.

Kerangka ini memadukan pendekatan edukasi, pendampingan teknis, dan penguatan ekosistem digital UMKM untuk mengatasi kendala yang ada serta memaksimalkan

potensi pasar digital bagi pelaku usaha di Desa Suka Negara. Pendekatan ini juga menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor untuk tercapainya keberhasilan transformasi digital UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan program pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran. Melalui sesi pelatihan teori dan praktik, para peserta berhasil mengoperasikan toko online di berbagai platform marketplace serta menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk secara efektif. Proses pendampingan secara langsung juga membantu pelaku UMKM mengatasi berbagai kendala teknis, mulai dari pembuatan konten digital yang menarik hingga pengelolaan iklan digital dan optimasi SEO.

Secara kuantitatif, terjadi peningkatan jumlah transaksi dan pelanggan serta perpanjangan jangkauan pasar pelaku UMKM melebihi batas geografis desa. Selain itu, melalui pelatihan, pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas produk dan layanan sehingga semakin diminati oleh konsumen

digital. Program ini juga berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan konsumen melalui pengelolaan reputasi digital yang lebih baik. Dampak sosial dari program ini juga terlihat dari meningkatnya kesadaran digital di masyarakat desa yang membuka peluang kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara inklusif. Kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan institusi pendidikan menjadi faktor penting dalam kelancaran dan keberlanjutan program ini. Dalam pembahasan, dijelaskan bahwa keberhasilan program ini didukung oleh metode pendampingan yang sistematis, praktis, dan berkelanjutan. Tantangan yang masih perlu diperhatikan antara lain adalah penyediaan infrastruktur teknologi yang merata dan peningkatan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM agar lebih optimal dalam pengembangan digital bisnis mereka. Dengan demikian, program pendampingan edukasi perilaku konsumen digital di Desa Suka Negara telah berhasil memberikan dampak positif nyata dalam peningkatan daya saing UMKM di era digital, sekaligus menjadi model pengembangan UMKM digital yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari program pendampingan edukasi perilaku konsumen digital untuk UMKM di Desa Suka Negara adalah bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk secara online. Peserta pelatihan mampu mengoperasikan toko online di berbagai platform marketplace dan menggunakan media sosial secara efektif untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, hasil pelatihan menunjukkan peningkatan volume penjualan dan kualitas produk, yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa secara inklusif. Program ini juga berhasil membantu pelaku UMKM mengelola reputasi digital dengan lebih baik sehingga memperkuat kepercayaan konsumen. Pendampingan intensif dan metode pembelajaran yang aplikatif menjadi kunci keberhasilan program ini dalam membantu UMKM beradaptasi dengan era digital.

Secara keseluruhan, pendampingan ini memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan UMKM yang lebih mandiri, kompetitif, dan mampu memanfaatkan peluang pasar digital secara optimal, sehingga

menjadi model pengembangan ekonomi digital di tingkat desa yang dapat direplikasi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di BUMDes Desa Suka Negara memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengurus dalam mengelola keuangan secara lebih profesional melalui pemanfaatan sistem akuntansi berbasis digital. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dasar akuntansi, teknik pencatatan transaksi, serta penyusunan laporan keuangan yang akurat dan sesuai standar. Implementasi sistem digital telah membantu BUMDes dalam mempercepat proses pencatatan, meminimalkan kesalahan, dan menghasilkan laporan keuangan yang lebih transparan dan mudah diaudit. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat tata kelola keuangan BUMDes melalui peningkatan akuntabilitas, keterbukaan informasi, serta efisiensi operasional. Meskipun beberapa kendala seperti keterbatasan infrastruktur teknologi sempat ditemukan, pendampingan berkelanjutan mampu mengatasi hambatan tersebut. Secara keseluruhan, program ini berhasil mewujudkan pengelolaan keuangan yang lebih modern, efektif, dan dapat

dipertanggungjawabkan, serta menjadi langkah strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Jika diperlukan, artikel dapat disertai dengan ucapan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pemberi dana, tokoh yang kontribusi dalam kegiatan, dan lain-lain.



(Gambar 2. Foto pada saat Sambutan ketua pelaksanaan PkM)



(Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta PkM)



(Gambar 3. Foto Tim PKM)



(Gambar 4. Foto Peserta PKM)

REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Liu-Thompkins, Y. (2021). A decade of online shopping: A review of the literature. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(2), 145-162.
- Ryan, D. (2021). *Digital Marketing Strategy: Implementation and Practice*. Kogan Page.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. Sage Publications.
- Zarrella, D. (2020). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media.
- Paramitasari, N. (2023). Penerapan UMKM Go Digital pada Usaha Dapoer Bunda di Desa Sukanegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen*.
- Luh, N., Telagawathi, W. S., Suci, N. M., & Heryanda, K. K. (2022). Strategi Transformasi Digital UMKM Kerajinan Tangan pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten [Nama Kab]. *Jurnal Ilmiah*.
- Wahono, W., Asy'ari, Ratno Abidin, R. P., & Hermoyo, P. (2023). Transformasi Digital Kampung UMKM Kreatif Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan Kota Surabaya. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Diskominfo Kabupaten Bogor. (2025). Diskominfo Kabupaten Bogor Perkuat Pemberdayaan Desa lewat Pelatihan Konten Kreator. Diakses dari <https://diskominfo.bogorkab.go.id>
- Empowerment BINUS. (2023). *Revolusi Digital Mendorong Pengembangan UMKM Melalui Model Bisnis Efektif di Desa Purwabakti, Kabupaten Bogor*. Diakses dari <https://empowerment.binus.ac.id>
- Telau mbanua, A., & Ziliwu, N. (2022). Analisis Dampak Pengelolaan Alokasi Dana Desa Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Keuangan, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 108–123.
- Tribun Tipikor. (2025, Mei 12). *Sukanegara Ungkap Strategi Majukan Desa hingga Raih Nominasi Desa Brilian*. Diakses dari <https://tribuntipikor.com/2025/05/12/sukanegara-ungkap-strategi-majukan-des-hingga-raih-nominasi-des-brilian/>
- Updateceritaindonesia.id. (2025). *Pemdes Sukanegara Kasih Modal BUMDes Kelola Usaha Ilegal Terancam Pidana*. Diakses dari <https://updateceritaindonesia.id/media/read/pemdes-sukanegara-kasih-modal-bumdes-kelola-usaha-ilegal-terancam-pidana>
- Widyatama, A., Novita, L., & Diarespati, D. (2017). Pengaruh Kompetensi dan Sistem Pengendalian Internal terhadap Akuntabilitas Pemerintah Desa dalam Mengelola Alokasi Dana Desa (ADD). *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 2(2).