


## Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada Kwt Berani Sukakarya Kota Sukabumi

Sri Nurhayati<sup>1</sup>, Tuti Lisnawati<sup>2</sup>, Yani Nura'eni<sup>3</sup>, Wieke Tsanya Fariati<sup>4</sup>, Qubaila Fazrin Ega Soraya<sup>5</sup>, Tia Ernawati<sup>6\*</sup>, Deny Ariestiandy<sup>7</sup>, Winda Sulastris<sup>8</sup>, Dedi Kustiawan<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>Komputerisasi Akuntansi, AMIK Citra Buana Indonesia, JL.KH. Ahmad Sanusi No. 52 Kota Sukabumi, Indonesia

E-mail: [tia.ernawati@cbi.ac.id](mailto:tia.ernawati@cbi.ac.id)

\*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2155>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 16 Juny 2025

Revised: 20 July 2025

Accepted: 6 August 2025

#### Kata Kunci

Digital Marketing

#### Keywords

Digital Marketing



### ABSTRACT

Dalam era digital yang semakin dominan, pemberdayaan masyarakat melalui teknologi informasi menjadi kunci kemajuan ekonomi. Penelitian ini mengkaji dampak transformatif pelatihan digital marketing terhadap Kelompok Wanita Tani (KWT) Berani Sukakarya di Kota Sukabumi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan observasi partisipan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi, penelitian ini mendemonstrasikan peningkatan signifikan pengetahuan dan keterampilan digital marketing anggota KWT, peningkatan dramatis penjualan produk pertanian, dan peningkatan substansial kemandirian ekonomi. Temuan ini menunjukkan potensi besar pelatihan digital marketing sebagai katalis pemberdayaan ekonomi dan mendorong rekomendasi perluasan program ini kepada kelompok masyarakat lain di Kota Sukabumi

*In the increasingly dominant digital era, community empowerment through information technology is key to economic progress. This study examines the transformative impact of digital marketing training on the Berani Sukakarya Women's Farmers Group (KWT) in Sukabumi City. Using a qualitative approach with participant observation, in-depth interviews, and documentation studies, this study demonstrates a significant increase in KWT members' digital marketing knowledge and skills, a dramatic increase in agricultural product sales, and a substantial increase in economic independence. These findings demonstrate the significant potential of digital marketing training as a catalyst for economic empowerment and encourage recommendations to expand this program to other community groups in Sukabumi City.*



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite** Tia Ernawati, et al (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada Kwt Berani Sukakarya Kota Sukabumi , 4(1), 3464-3466 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2155>

## PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap ekonomi global, menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi berbagai sektor, termasuk sektor pertanian. Di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan seperti Kota Sukabumi, kelompok tani seringkali menghadapi kendala dalam memasarkan produknya akibat keterbatasan akses informasi dan teknologi. Minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern, khususnya pemasaran digital, menjadi hambatan utama dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Kelompok Wanita Tani (KWT) Berani Sukakarya di Kota Sukabumi, yang sebagian besar mengolah produk pertanian lokal, sayuran organik, merupakan contoh kelompok tani yang berpotensi besar untuk diberdayakan melalui pelatihan digital marketing. Peningkatan akses pasar dan kemampuan pemasaran digital diharapkan mampu meningkatkan pendapatan, kemandirian ekonomi, dan kualitas hidup anggota KWT. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak transformatif pelatihan digital marketing terhadap KWT Berani Sukakarya, dengan fokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing,

peningkatan penjualan produk, dan peningkatan kemandirian ekonomi anggota. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi program pelatihan dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan program yang lebih berkelanjutan dan efektif.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, melibatkan seluruh anggota KWT Berani Sukakarya (25 orang) yang mengikuti pelatihan digital marketing intensif selama tiga bulan. Pengumpulan data dilakukan melalui: observasi partisipan yang menyeluruh selama pelatihan dan aktivitas pemasaran pasca pelatihan; wawancara mendalam dengan 10 anggota KWT terpilih, pengurus KWT, dan instruktur; serta studi dokumentasi yang komprehensif berupa foto, video, dan data penjualan sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan triangulasi untuk memastikan validitas data.

Adapun teori dari marketing digital adalah penggunaan media sosial sebagai alat yang digunakan dalam kegiatan pemasaran, tujuan dari penerapan digital marketing untuk menarik konsumen dan calon konsumen.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian mendemonstrasikan dampak positif yang luar biasa dari pelatihan digital marketing:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan yang Signifikan: Sebelum pelatihan, hanya lima anggota yang memahami penggunaan media sosial untuk pemasaran. Setelah pelatihan, semua anggota mampu menciptakan konten pemasaran yang menarik, mengelola akun media sosial secara efektif, dan menjalankan iklan online dengan percaya diri. Ibu Ani, salah satu anggota, menyatakan, "Dulu saya hanya jualan di pasar, sekarang saya menguasai pasar online lewat Instagram dan Facebook." Ini menunjukkan transformasi nyata dalam literasi digital.
2. Peningkatan Penjualan Produk yang Dramatis: Penjualan produk olahan mengalami peningkatan yang mencolok, mencapai 30% setelah pelatihan. Peningkatan penjualan sayuran organik juga signifikan, tercatat sebesar 15%, berdasarkan data penjualan KWT. bendahara KWT, menjelaskan, "Penjualan melonjak karena jangkauan pasar kami meluas, tidak hanya lokal Sukabumi, tetapi juga mencakup pasar luar kota."
3. Peningkatan Substansial Kemandirian Ekonomi: Peningkatan penjualan yang dramatis berdampak positif dan berkelanjutan pada pendapatan dan kemandirian ekonomi anggota KWT. Beberapa anggota bahkan mampu meningkatkan pendapatan secara signifikan untuk membiayai pendidikan anak dan memenuhi kebutuhan keluarga. Hal ini menunjukkan peningkatan kualitas hidup anggota KWT secara signifikan.
4. Penguatan Jejaring yang Efektif: Pelatihan memfasilitasi pembentukan jejaring yang kuat antar anggota KWT dan konsumen melalui platform digital, mendukung kolaborasi dan pertukaran strategi pemasaran yang efektif. Hal ini juga membantu dalam membangun brand KWT Berani Sukakarya.

Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses internet yang stabil di beberapa wilayah tempat tinggal anggota, dan kesulitan mengelola stok barang akibat peningkatan permintaan yang pesat. Perlu adanya strategi khusus untuk mengatasi kendala ini, seperti pelatihan tambahan tentang manajemen stok dan optimasi penggunaan internet.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini membuktikan bahwa pelatihan digital marketing bukan hanya sekadar transfer pengetahuan, tetapi juga sebuah transformasi yang memberdayakan masyarakat. KWT Berani Sukakarya menjadi contoh nyata bagaimana penguasaan teknologi digital mampu meningkatkan pendapatan, kemandirian ekonomi, dan membuka akses ke pasar yang lebih luas. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, penjualan (misalnya, peningkatan 30% pada penjualan jambu mete), dan kemandirian ekonomi menunjukkan keberhasilan program yang luar biasa. Dukungan berkelanjutan

diperlukan untuk mengatasi tantangan akses internet dan manajemen stok demi optimalisasi pemberdayaan dan keberlanjutan usaha, serta perluasan program ini ke kelompok masyarakat lainnya. Program pelatihan serupa dapat direplikasi di daerah lain dengan potensi pertanian yang serupa.

Saran:

1. Program pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan bagi KWT Berani Sukakarya, khususnya dalam manajemen stok dan strategi pemasaran yang lebih canggih, sangat krusial.
2. Peningkatan akses internet dan infrastruktur digital di daerah pedesaan, termasuk wilayah tempat tinggal anggota KWT, merupakan kebutuhan mendesak yang perlu dipenuhi oleh pemerintah dan pihak terkait.
3. Program literasi digital terintegrasi untuk meningkatkan kemampuan digital masyarakat secara menyeluruh sangat penting.
4. Penelitian lebih lanjut dapat mengkaji dampak jangka panjang pelatihan digital marketing dan pengembangan model pelatihan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Penelitian selanjutnya dapat juga fokus pada studi komparatif dengan kelompok tani lain yang tidak mengikuti pelatihan.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini., Kelurahan sukakarya, Ibu-ibu PKK, Lembaga AMIK Citra Buana Indonesia dan Yayasan Buana Pratama Sukabumi,

#### **REFERENSI**

- Ayessa Ivoni, dkk, 2022, "*Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*", PT Global Eksekutif Teknologi, Padang Sumatera Barat.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, 2019. "*Marketing 4.0*" Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Pandoyo, Moh Sofyan, 2018, "*Metodologi Penelitian Keuangan dan Bisnis*" IN Media, Bogor.
- Jogiyanto, 2008, "*Metodologi Penelitian Sistem Informasi*" ANDI OFFSET, Yogyakarta