

PROGRAM PELATIHAN SUMBER DAYA MANUSIA MENGENAI DIGITALISASI DENGAN PENGENALAN MEDIA PROMOSI BERBASIS DIGITAL PADA UMKM SRI NADI TEDUNG

Bagus Nyoman Kusuma Putra^{1,*}, Ni Made Mia Darmayanti²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: bgskusumaputra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Program Pelatihan Sumber Daya Manusia mengenai digitalisasi dengan pengenalan media promosi berbasis digital pada UMKM Sri Nadi Tedung dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan literasi digital dan keterampilan promosi usaha di era modern. Permasalahan utama UMKM ini adalah rendahnya pemahaman SDM mengenai strategi pemasaran digital serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu diskusi formal untuk meningkatkan kesadaran pentingnya digitalisasi, pelatihan literasi digital yang berfokus pada penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta pendampingan pembuatan akun resmi dan konten promosi. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan SDM dalam membuat dan mengelola akun media sosial, serta terbentuknya akun resmi UMKM yang siap digunakan sebagai media promosi digital. Program ini memberikan dampak nyata berupa meningkatnya kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan SDM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang beralih ke ranah digital, sekaligus menjadi pondasi awal bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih berkelanjutan.

Kata Kunci : UMKM, digitalisasi, promosi digital, literasi digital, media sosial.

ANALISIS SITUASI

UMKM Sri Nadi Tedung yang bergerak dalam bidang perdagangan produk budaya Bali, seperti tedung, umbul-umbul, dan wastra, merupakan salah satu usaha lokal yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, usaha ini masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam strategi pemasaran melalui media sosial. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital di kalangan SDM, kurangnya pemahaman mengenai strategi digital marketing, serta belum adanya akun resmi dan konsistensi dalam membangun citra usaha di dunia maya. Kondisi tersebut membuat UMKM ini belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, padahal perilaku konsumen telah bergeser signifikan ke arah digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan dan pendampingan digitalisasi promosi menjadi penting untuk meningkatkan kapasitas SDM dan daya saing UMKM Sri Nadi Tedung.

UMKM Sri Nadi Tedung berlokasi di Jln. Danau Toba, Gg. Lely No. 2,

Mengwi, Badung, dan dikelola secara mandiri oleh pelaku usaha lokal. Produk utama yang ditawarkan, seperti tedung, umbul-umbul, dan wastra, memiliki nilai budaya yang tinggi serta menjadi bagian penting dari perlengkapan upacara adat Bali. Dari sisi sumber daya manusia, UMKM ini dikelola oleh pelaku usaha dengan keterampilan tradisional yang baik dalam pembuatan produk, namun masih terbatas dalam penguasaan teknologi informasi dan pemasaran digital.

Sumber daya fisik UMKM cukup memadai dalam hal produksi, karena mereka telah memiliki keterampilan dan peralatan dasar untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Akan tetapi, dari sisi manajerial dan pemasaran, masih terdapat keterbatasan dalam mengembangkan strategi promosi modern yang sesuai dengan tren saat ini. Penggunaan media sosial masih sporadis dan tidak terstruktur, serta belum adanya pemanfaatan fitur digital seperti iklan berbayar, desain konten kreatif, maupun analisis pasar berbasis data.

Selain itu, sebagian besar konsumen UMKM ini masih berasal dari jaringan lokal atau pembelian langsung di lokasi, sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan potensi besar UMKM Sri Nadi Tedung untuk menembus pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional, belum dapat terwujud secara optimal. Dengan situasi dan kondisi sumber daya yang ada, pengabdian masyarakat di bidang literasi digital, pembuatan konten promosi, dan strategi pemasaran online menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

PERMASALAHAN

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan di UMKM Sri Nadi Tedung, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan literasi digital SDM UMKM Sri Nadi Tedung agar mampu memanfaatkan media sosial secara strategis dalam kegiatan promosi?
2. Bagaimana membangun kehadiran dan citra UMKM Sri Nadi Tedung di platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas?
3. Bagaimana strategi pendampingan dan pelatihan dapat membantu UMKM Sri Nadi Tedung dalam mengoptimalkan penggunaan media digital guna meningkatkan daya saing usaha?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam penyelesaian masalah tersebut dibutuhkan solusi yang tepat dan akurat. Solusi adalah suatu jawaban atau penyelesaian yang diberikan untuk mengatasi suatu masalah atau kesulitan tertentu. Solusi biasanya merujuk pada tindakan atau langkah konkret yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi (Koedoes *et al*, 2020). Beberapa solusi yang ditawarkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Kesadaran SDM terhadap Pentingnya Digitalisasi

Melaksanakan diskusi formal dan sharing session mengenai peran media digital dalam meningkatkan promosi serta daya saing usaha, sehingga SDM memahami urgensi beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

2. Pelatihan Literasi Digital dan Pengenalan Media Promosi Online

Memberikan pelatihan dasar mengenai penggunaan media sosial (Instagram, dan TikTok) sebagai sarana promosi, termasuk cara membuat akun resmi, mengelola konten, serta memanfaatkan fitur-fitur promosi digital.

3. Pendampingan Pembuatan Akun Media Sosial Resmi

Mengajak dan membantu SDM UMKM dalam membuat serta mengelola akun media sosial (Instagram dan TikTok) secara konsisten, sehingga UMKM memiliki identitas digital yang jelas dan mudah diakses oleh konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan SDM mengenai digitalisasi dengan pengenalan media promosi berbasis digital pada UMKM Sri Nadi Tedung yang dilaksanakan selama 36 hari, terhitung sejak 20 Juli 2025 s/d 25 Agustus 2025. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pengenalan mengenai digitalisasi kepada SDM dan kegiatan terakhir yaitu pendampingan terkait pembuatan akun media sosial. Pelaksanaan kegiatan meliputi tiga bentuk utama: (1) melakukan diskusi formal dan sharing session mengenai pentingnya digitalisasi dalam promosi usaha; (2) memberikan materi dan praktik langsung tentang cara penggunaan media sosial (Instagram dan Tiktok); serta (3) pendampingan pembuatan akun media sosial dengan membantu SDM secara langsung dalam membuat akun resmi, dan mengunggah konten promosi pertama. Metode yang digunakan mencakup diskusi formal dan *sharing session*, pelatihan langsung, dan *mentoring*. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif dengan melibatkan peserta secara aktif dalam diskusi dan praktik langsung. Materi disampaikan secara praktis-aplikatif agar peserta dapat segera menerapkannya pada usaha mereka. Selain itu, pendekatan humanis dan kontekstual digunakan dengan menyesuaikan pembelajaran pada kemampuan serta kebutuhan peserta, yang dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan agar keterampilan benar-benar dapat diimplementasikan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun realisasi Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam rangka meningkatkan pelatihan sumber daya manusia mengenai digitalisasi dengan pengenalan media promosi berbasis digital pada UMKM Sri Nadi Tedung dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Spesifikasi Kegiatan

No	Program Kerja	Spesifikasi	Realisasi
1	Melakukan diskusi langsung terkait pengenalan penerapan promosi berbasis digital.	Melakukan wawancara atau diskusi secara formal dengan SDM mengenai pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital, khususnya dalam hal promosi usaha.	100%
2	Pelatihan pengenalan (sosialisasi) mengenai media promosi yang dapat digunakan.	Melakukan pengenalan dan pelatihan dasar mengenai digitalisasi, khususnya dalam konteks promosi usaha melalui media digital.	100%
3	Mengajak SDM untuk mengadakan pembuatan akun media sosial.	Melakukan pembuatan akun media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai media promosi berbasis digital.	100%

Pelaksanaan program yang terdiri dari diskusi formal, pelatihan digitalisasi, serta pembuatan akun media sosial telah memberikan beberapa hasil nyata, baik secara langsung maupun jangka panjang. Berikut adalah hasil yang dicapai:

1. Meningkatnya Kesadaran SDM tentang Pentingnya Promosi Digital
Melalui kegiatan diskusi formal, para SDM UMKM Sri Nadi Tedung menunjukkan peningkatan pemahaman bahwa promosi berbasis digital merupakan kebutuhan mendesak di era modern. SDM menjadi lebih terbuka terhadap perubahan teknologi serta memahami risiko kehilangan peluang pasar apabila usaha tidak hadir di dunia digital.
2. SDM Mampu Memahami Dasar-Dasar Digitalisasi dan Media Promosi Online
Setelah mengikuti sesi pelatihan, SDM memiliki pengetahuan baru mengenai:
 - a. Dasar literasi digital
 - b. Cara kerja platform media sosial seperti Instagram, dan TikTok
 - c. Strategi promosi sederhana yang bisa diterapkan
 - d. Teknik membuat konten promosi sederhana berupa foto, video singkat, dan caption menarik. Pemahaman ini menjadi bekal penting bagi SDM untuk mengembangkan promosi usaha secara lebih kreatif.
3. Terbentuknya Akun Media Sosial Resmi UMKM Sri Nadi Tedung



Gambar 1. Akun Media Sosial Resmi UMKM Sri Nadi Tedung

Hasil konkret dari program ini adalah terciptanya akun media sosial resmi usaha di platform Instagram dan TikTok. Akun tersebut sudah diisi dengan profil usaha yang jelas (nama, deskripsi, dan kontak) serta konten perdana berupa foto dan video produk. Hal ini menjadikan UMKM Sri Nadi Tedung lebih mudah ditemukan oleh konsumen secara online.



Gambar 2. Dokumentasi Melakukan Diskusi Formal Terkait Pelatihan Penerapan Promosi Berbasis Digital

Diskusi formal yang dilaksanakan pada tahap awal program berhasil menumbuhkan kesadaran para SDM tentang pentingnya digitalisasi dalam promosi usaha. Peserta menyadari bahwa konsumen kini lebih percaya pada produk yang memiliki jejak digital dan mudah diakses melalui platform online. Kesadaran ini menjadi modal penting agar SDM memiliki motivasi untuk mengikuti pelatihan lebih lanjut dan mengubah pola pikir tradisional menjadi lebih terbuka terhadap teknologi.



Gambar 2. Dokumentasi Melakukan Pelatihan Pengenalan Digitalisasi Dan Media Promosi Berbasis Digital

Tahap pelatihan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital SDM. Melalui pengenalan media sosial seperti Instagram, dan TikTok, SDM mampu memahami perbedaan karakteristik tiap platform serta strategi promosi yang sesuai. Selain itu, praktik langsung dalam membuat konten (foto produk, video singkat, hingga penulisan caption promosi) memberikan pengalaman aplikatif yang

sangat relevan dengan kebutuhan UMKM. Dengan demikian, SDM tidak hanya mengetahui teori, tetapi juga memiliki keterampilan dasar untuk mengelola promosi digital secara mandiri.



Gambar 3. Dokumentasi Pembuatan Dan Pengelolaan Akun Media Sosial UMKM Sri Nadi Tedung

Bagian terpenting dari program ini adalah aksi nyata berupa pembuatan akun media sosial resmi UMKM Sri Nadi Tedung. Proses pendampingan membantu SDM memahami langkah-langkah teknis mulai dari registrasi, pengaturan profil usaha, hingga unggahan konten perdana. Hasil ini menunjukkan bahwa program tidak hanya berhenti pada tataran teori, melainkan menghasilkan output konkret yang bisa langsung dimanfaatkan untuk promosi. Akun media sosial tersebut kini menjadi wadah promosi resmi yang siap digunakan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pelatihan SDM mengenai digitalisasi dengan pengenalan media promosi berbasis digital pada UMKM Sri Nadi Tedung dapat disimpulkan memberikan dampak positif yang signifikan bagi peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam menghadapi tantangan era digital. Melalui tahapan diskusi formal, pelatihan literasi digital, dan pendampingan pembuatan akun media sosial, peserta mampu memahami pentingnya keberadaan usaha di platform digital serta menyadari risiko yang muncul apabila tidak beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen. Peningkatan pemahaman ini dibuktikan dengan kesediaan SDM untuk berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan pelatihan, mulai dari pemahaman dasar literasi digital, strategi promosi sederhana, hingga praktik pembuatan konten promosi. Hasil nyata dari program ini adalah terbentuknya akun media sosial resmi UMKM Sri Nadi Tedung di Instagram dan TikTok, yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi interaktif dengan konsumen. Keberadaan akun tersebut menunjukkan bahwa program tidak hanya berhenti pada teori, tetapi telah menghasilkan output konkret yang dapat langsung dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan usaha. Dengan keterampilan dasar yang sudah diperoleh,

UMKM memiliki pondasi untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pasar, serta memperkuat daya saing di tengah ketatnya persaingan bisnis. Secara keseluruhan, program ini telah berhasil menjembatani kesenjangan literasi digital yang sebelumnya menjadi hambatan utama dan memberikan bekal awal bagi UMKM Sri Nadi Tedung untuk tumbuh dan berkembang di era digital.

Agar manfaat dari program pelatihan ini dapat berkelanjutan, UMKM Sri Nadi Tedung disarankan untuk menjaga konsistensi dalam pengelolaan akun media sosial yang telah dibuat. Konsistensi ini dapat diwujudkan dengan rutin mengunggah konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan tren yang sedang berkembang, baik berupa foto produk berkualitas, video singkat, maupun testimoni pelanggan. Selain itu, diperlukan peningkatan kapasitas SDM secara berkesinambungan melalui pelatihan lanjutan mengenai strategi pemasaran digital tingkat lanjut, seperti pemanfaatan iklan berbayar, analisis performa promosi, dan pemanfaatan fitur-fitur tambahan pada media sosial yang lebih kompleks.

UMKM juga dianjurkan untuk tidak hanya bergantung pada media sosial, tetapi memperluas jangkauan promosi dengan memanfaatkan platform digital lain seperti marketplace, website sederhana, maupun kolaborasi dengan komunitas bisnis lokal dan influencer. Hal ini penting untuk membangun brand awareness sekaligus memperkuat jaringan usaha. Selanjutnya, monitoring dan evaluasi secara berkala sangat perlu dilakukan agar strategi promosi dapat terus diperbaiki, disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, serta mengikuti perkembangan tren digital yang dinamis. Dengan demikian, UMKM Sri Nadi Tedung diharapkan mampu menjaga eksistensi, meningkatkan daya saing, serta berkembang secara berkelanjutan di tengah era digitalisasi yang semakin pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, W. D., Marisna, P., Varadisa, A. Q., Adi, T. S., & Kartika, D. S. Y. (2022). *Pengembangan UMKM Melalui Pemanfaatan Pemasaran Digital dan Media Sosial Pada Desa Sumberjo, Kecamatan Wonosalaman, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur. Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*.
- Fajarani, G. E., Fajarani, A. F., Duma, S., Ivani, K. A., & Hestiningtyas, A. (2024). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Pengembangan UMKM Barokah Jaya Bersama. Jurnal Ekonomi & Bisnis Digital Terpadu*, 1(1).
- Kaur, G. (2020). *Social Media Marketing: Strategies & Its Impact. International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(2), 450-454.
- Pratiwi, A. A. M. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73-81.
- Rognerud, J. (2008). *Social media marketing beginner's guide*. Retrieved on, 15.
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing*. Sage publications limited.