

SOSIALISASI PENINGKATAN KINERJA UMKM MELALU DIGITAL MARKETING DAN DIGITAL LEADERSHIP DI KALANGAN PENGUSAHA MUDA KOTA BOYOLALI

Heri Irwanto¹, Fita Nurna Sari², Tiara Diah Ayu Ningrum³, Azis Saputra⁴, Haris Mardiyanto⁵, Unna Ria Safitri⁶

^{1,2,3,4,5,6)}Universitas Boyolali
Email : fitanurnas@gmail.com

ABSTRACT

Increasing the performance of MSMEs can be realized through implementing digital marketing and developing digital leadership, especially among young entrepreneurs. This research aims to strengthen the competitiveness of MSMEs in Boyolali City by providing training and assistance related to digital marketing strategies and technology-based leadership. Implementation of activities includes identification of needs, training programs and intensive mentoring. The research results show an increase in the ability of young entrepreneurs to utilize digital technology to develop their businesses. These findings underline that the combination of digital marketing and digital leadership is effective in driving MSME growth.

Keywords: MSMEs, digital marketing, digital leadership, young entrepreneurs, Boyolali

ABSTRAK

Peningkatan kinerja UMKM dapat diwujudkan melalui implementasi digital marketing dan pengembangan kepemimpinan digital, terutama di kalangan wirausaha muda. Penelitian ini bertujuan untuk memperkuat daya saing UMKM di Kota Boyolali dengan memberikan pelatihan dan pendampingan terkait strategi pemasaran digital serta kepemimpinan berbasis teknologi. Pelaksanaan kegiatan mencakup identifikasi kebutuhan, program pelatihan, dan pendampingan intensif. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kemampuan wirausaha muda dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Temuan ini menggarisbawahi bahwa kombinasi antara digital marketing dan kepemimpinan digital efektif dalam mendorong pertumbuhan UMKM.

Kata kunci: UMKM, digital marketing, digital leadership, pengusaha muda, Boyolali

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya di Indonesia. UMKM memberikan kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan daya saing daerah. UMKM di Indonesia berkembang pesat dan memberikan kontribusi besar dalam pembangunan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu semakin bertambahnya jumlah UMKM, penyerapan tenaga kerja, sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Akob et al., 2022).

Di Kota Boyolali, UMKM didominasi oleh wirausaha muda yang memiliki potensi tinggi untuk beradaptasi dengan teknologi modern. Namun, berbagai tantangan seperti keterbatasan pengetahuan dan sumber daya sering kali menjadi hambatan dalam pengembangan, terutama di bidang pemasaran dan kepemimpinan.

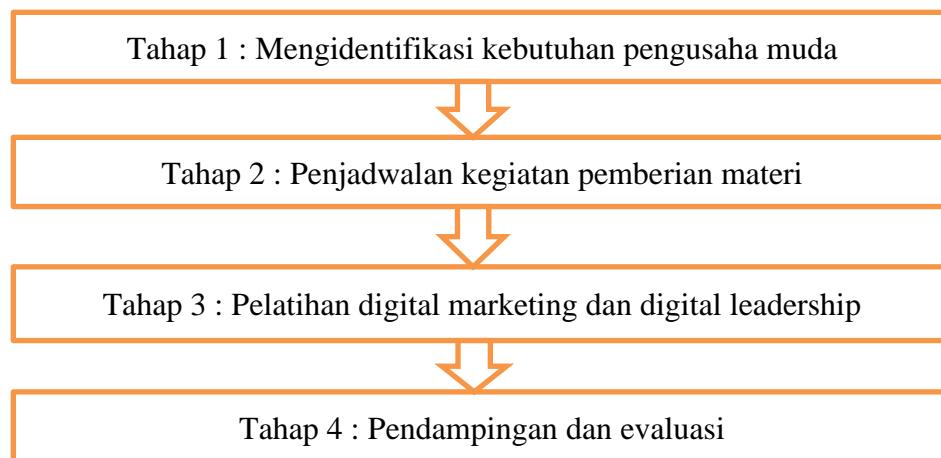
Digital marketing dan kepemimpinan digital merupakan dua faktor kunci yang dapat membantu transformasi UMKM. Digital marketing memungkinkan wirausaha memperluas pasar, mengoptimalkan biaya operasional, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Hadirnya media sosial berbasis internet menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran arah penggunaan media komunikasi, yang pada awalnya hanya sebatas proses interaksi secara personal sekarang berkembang secara online berbasis internet yang menjadi saluran berakses dalam berbagai bidang yaitu pendidikan, budaya, sosial, hukum, politik dan juga ekonomi(Anugrah et al., 2023). Di sisi lain, kepemimpinan digital menitikberatkan pada kemampuan pemimpin untuk secara strategis memanfaatkan teknologi digital dalam mengelola organisasi dan mengambil keputusan. Dalam kepemimpinan yang baik penyebaran informasi kepemimpinan kepada sejumlah orang yang bekerja secara kooperatif dan saling bergantung untuk mencapai tujuan kelompok mereka (Maryati & Siregar, 2022). Dalam konteks UMKM, sinergi antara kedua elemen ini dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih besar.

Kota Boyolali, sebagai salah satu pusat UMKM di Jawa Tengah, memiliki peluang besar untuk mengembangkan ekosistem bisnis yang lebih kompetitif. Melalui pelatihan dan penguatan kapasitas di bidang digital marketing dan kepemimpinan digital, wirausaha muda dapat didorong untuk menjadi lebih inovatif dan responsif terhadap dinamika pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM di Boyolali dengan pendekatan pengabdian masyarakat yang mencakup pelatihan digital marketing dan kepemimpinan digital. Dengan metode partisipatif, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi wirausaha muda di Boyolali.

METODE

Program pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan metode berupa sosialisasi mengenai peningkatan kinerja UMKM melalui digital marketing dan digital leadership yang berisikan beberapa tahapan kegiatan, tahapan tersebut dapat di lihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat.

Identifikasi Kebutuhan Tim pelaksana melakukan survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan utama pelaku UMKM terkait dengan pemasaran digital dan kepemimpinan digital. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuisioner, dan diskusi kelompok. Kemudian pelatihan digital marketing dengan pengenalan konsep dan strategi digital marketing, praktik penggunaan platform seperti media sosial, marketplace, dan analitik pemasaran, simulasi pembuatan kampanye pemasaran digital. Tahap selanjutnya yaitu pelatihan digital leadership fokus pada

pengembangan keterampilan kepemimpinan yang adaptif yakni dengan pembuatan visi digital untuk bisnis, pengelolaan perubahan berbasis teknologi, dan pemberdayaan tim dalam ekosistem digital. Tahap selanjutnya yaitu dengan pendampingan dan evaluasi setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif untuk memastikan implementasi strategi digital marketing dan digital leadership. Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak kegiatan terhadap peningkatan kinerja UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan ini terlaksana dengan lancar dan yang menghadiri kegiatan sosialisasi pun cukup banyak, dengan antusiasme tinggi serta aktif bertanya. Peserta memahami tentang cara meningkatkan kinerja UMKM melalui digital marketing dan digital leadership. Dari kegiatan sosialisasi ini, diharapkan pengusaha muda mampu menggunakan skill dalam digital marketing dan digital leadership dengan sebaik-baiknya guna meningkatkan penjualan mereka.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM terkait digital marketing dan digital leadership. Berikut hasil kegiatan ini:

1. Peningkatan Pengetahuan Digital Marketing Setelah pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya strategi pemasaran berbasis digital. Hal ini terlihat dari kemampuan mereka dalam mengidentifikasi platform digital yang sesuai untuk bisnis mereka, seperti media sosial dan marketplace, membuat dan mengelola konten yang relevan untuk menarik pelanggan dan menggunakan data analitik untuk memantau performa kampanye pemasaran mereka.
2. Implementasi Digital Leadership Peserta berhasil menerapkan prinsip-prinsip digital leadership dalam menjalankan bisnis mereka. Beberapa perubahan yang diamati meliputi, meningkatnya kemampuan peserta dalam membuat keputusan berbasis data, adopsi teknologi baru untuk efisiensi operasional, seperti aplikasi manajemen inventaris dan sistem pembayaran digital, pemberdayaan tim dengan memberikan pelatihan internal tentang teknologi digital.
3. Dampak pada Kinerja Bisnis Implementasi digital marketing dan digital leadership menghasilkan dampak positif pada bisnis peserta. Indikator yang menunjukkan peningkatan kinerja bisnis meliputi, peningkatan volume penjualan melalui platform digital hingga 30% selama tiga bulan setelah pelatihan, Peningkatan interaksi dengan pelanggan di media sosial, seperti jumlah pengikut, likes, dan komentar yang lebih tinggi, efisiensi biaya pemasaran dengan pengalihan sebagian besar anggaran promosi ke media digital.

4. Kolaborasi dan jejaring Antar-UMKM Pelatihan ini juga membuka peluang kolaborasi antar-UMKM di Boyolali. Peserta saling berbagi pengalaman dan strategi yang berhasil, serta memanfaatkan jejaring digital untuk mempromosikan produk secara kolektif.
5. Tantangan yang Dihadapi Meskipun hasilnya positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi peserta, antara lain, kesulitan dalam konsistensi pengelolaan media sosial karena keterbatasan waktu dan sumber daya, kurangnya akses terhadap teknologi tertentu yang lebih canggih dan perlunya pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan implementasi.

Peningkatan Kinerja Karyawan

Peningkatan kinerja karyawan adalah upaya strategis yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas individu maupun tim dalam mencapai tujuan organisasi. Faktor seperti kompetensi, motivasi, dan lingkungan kerja memegang peranan penting. Strategi efektif meliputi pelatihan keterampilan, pemberian umpan balik yang konstruktif, penghargaan atas pencapaian, dan keseimbangan kerja-kehidupan (work-life balance). Dengan pendekatan ini, organisasi dapat menciptakan tenaga kerja yang produktif, inovatif, dan terlibat.

Digital Marketing

Digital marketing memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens secara efektif dan personal. Komponen utamanya meliputi SEO, content marketing, social media marketing, paid advertising, dan email marketing. Dengan tools seperti Google Analytics atau Canva, perusahaan dapat memantau performa kampanye secara real-time, meningkatkan ROI, dan membangun loyalitas pelanggan. Digital marketing memungkinkan bisnis untuk tetap relevan dan kompetitif dalam era transformasi digital.

Digital Leadership

Digital leadership adalah kemampuan seorang pemimpin untuk memanfaatkan teknologi dalam mengelola organisasi dan mendorong inovasi. Pemimpin digital harus memiliki adaptabilitas, kemampuan kolaborasi dengan teknologi, serta empati untuk memahami kebutuhan tim. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian (VUCA), pemimpin yang efektif memainkan peran penting dalam menciptakan transformasi digital yang berkelanjutan dan mendorong kesuksesan organisasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Boyolali. Melalui pelatihan digital marketing, pelaku usaha muda mampu memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran berbasis teknologi yang efektif. Peningkatan ini tercermin dari peningkatan keterlibatan pelanggan, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan penjualan melalui platform digital.

Selain itu, pelatihan digital leadership memberikan kemampuan bagi para pengusaha muda untuk memimpin tim mereka dengan lebih adaptif dan inovatif dalam ekosistem bisnis digital. Kepemimpinan yang berbasis digital memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih strategis, mengelola perubahan secara efektif, dan memberdayakan tim mereka untuk menghadapi tantangan era digital.

Keseluruhan program ini menunjukkan bahwa kombinasi antara digital marketing dan digital leadership mampu menciptakan ekosistem UMKM yang lebih kompetitif dan berkelanjutan. Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan agar program ini diperluas ke daerah lain dengan menyesuaikan kebutuhan lokal, serta materi pelatihan dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan kewirausahaan agar memberikan dampak yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, M., Nuraini, S., & Setiawan, A. (2022). *Peran UMKM dalam Mendukung Perekonomian Nasional*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 45-57.
- Anugrah, S., Rahmawati, N., & Hidayat, R. (2023). *Transformasi Digital dalam Pemasaran Berbasis Media Sosial*. Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis, 10(1), 34-49.
- Armstrong, M. (2021). *Armstrong's Handbook of Performance Management: An Evidence-Based Guide to Delivering High Performance*. Kogan Page.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Maryati, S., & Siregar, D. (2022). *Kepemimpinan Digital: Strategi dan Tantangan di Era Transformasi Digital*. Jurnal Manajemen dan Kepemimpinan, 8(3), 76-89.