

Pelatihan Digitalisasi Marketing pada UMKM Sekitar Wisata Air Sodong Desa Ligarmukti, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Markonah Markonah^{1*}, Haryono Umar², Hikmah AR³, Agustina Indriani⁴

^{1,2,3,4} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940*

* E-mail korespondensi : markonah@perbanas.id

ABSTRAK

Kata kunci:
UMKM
Digitalisasi-Marketing
Platform-Digital

Diterima: 12 November 2025
Disetujui: 1 Desember 2025
Diterbitkan: 1 Desember 2025

Penerbit:
Perbanas Institute



This work is licensed under Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To
view a copy of this license, visit
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-
sa/4.0/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Dosen dan mahasiswa Perbanas Institute melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Ligarmukti, Klapanunggal, Bogor, Jawa Barat. Kegiatan ini berfokus pada Pelatihan Pemasaran Digital bagi UMKM lokal yang belum terkelola secara optimal. Program ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan media digital, seperti TikTok, WhatsApp, dan Facebook, sebagai alat promosi kreatif.

Pelatihan yang berlangsung pada 30 Juni 2025 ini berhasil membekali peserta dengan kemampuan untuk langsung memproduksi konten video promosi produk lokal mereka, membuka potensi pasar digital, dan meningkatkan literasi digital. Kegiatan ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan dalam inovasi pemasaran dan branding produk. Sebagai tindak lanjut, direkomendasikan pendampingan dan kolaborasi lebih lanjut dengan komunitas kreatif dan platform digital. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat memperkuat daya saing UMKM, sehingga meningkatkan jumlah startup mereka dan pada gilirannya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

I. PENDAHULUAN

Desa Ligarmukti, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, merupakan destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik berupa dua kolam pemandian alami, dengan sumber air yang berasal dari mata air kapur yang mengalir sepanjang tahun. Sebagai tempat rekreasi keluarga yang terjangkau, kawasan ini telah menjadi favorit masyarakat, terutama keluarga, remaja, dan anak-anak, yang ingin menikmati suasana pedesaan yang sejuk dan asri.

Namun demikian, potensi besar ini belum diiringi dengan pengelolaan UMKM yang optimal. Banyak pelaku usaha di sekitar lokasi wisata masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain penataan tempat yang kurang menarik, fasilitas meja dan kursi yang tidak tertata dengan baik, serta sistem pembayaran yang masih konvensional dan terbatas pada transaksi tunai.

Melalui kegiatan pengabdian ini, tim Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merancang program pemberdayaan UMKM dengan pendekatan yang mudah dipahami dan aplikatif. Materi pelatihan dan sekaligus praktek ini disampaikan dengan menggunakan metode interaktif seperti pemaparan dan simulasi kehidupan nyata yang relevan dengan kondisi sehari-hari para pelaku UMKM dengan praktek pembuatan makanan kering. Selain itu, tim juga melakukan observasi langsung terhadap lingkungan usaha guna merumuskan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut Sari et al. (2021), pendekatan edukatif berbasis praktik dan partisipatif sangat penting untuk meningkatkan kemampuan adaptif dan inovatif pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika lingkungan usaha, terutama di sektor pariwisata. Pelatihan dengan simulasi yang relevan juga efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha (Ardiansyah & Wibowo, 2022).

Pelatihan diberikan oleh para pengajar berpengalaman dengan pendekatan yang komunikatif dan menyenangkan. Peserta tidak hanya diberikan bekal untuk menghadapi tantangan dalam mengelola UMKM lokal, tetapi juga dibekali pemahaman mengenai peluang pengembangan usaha di masa depan. Mereka didorong untuk mampu mencapai kemandirian finansial serta membangun bisnis yang berkelanjutan. (Wahyuni, 2024)

Program ini juga menekankan pentingnya strategi pemberdayaan UMKM yang mencakup peningkatan kapasitas, akses terhadap permodalan, serta kemampuan membangun kemitraan strategis. Menurut Fauzi dan Prasetyo (2023) dan Markonah, et.al., (2024), pemberdayaan UMKM harus diarahkan pada penguatan kapasitas manajerial, digitalisasi usaha, dan kolaborasi strategis yang berkelanjutan agar mampu bertahan dalam era ekonomi digital dan krisis global yang akan dihadapi di masa mendatang. Suryanto dan Kusnadi (2024) dan Zuhri, et.al. (2024).

Dengan strategi yang tepat, para pelaku UMKM diharapkan dapat membentuk ekosistem wisata yang saling menguntungkan, mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang berkelanjutan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Oleh karena itu dalam Pengabdian kepada Masyarakat kali ini ditekankan pada penerapan digital marketing melalui platform Tiktok pada UMKM sekitar wisata air Sodong Desa Ligarmukti, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

II. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian Kepada Masyarakat ini diadakan pada hari Senin, 30 Juni 2025 dari pukul 10.30 hingga 16.00 WIB bertempat di kawasan Wisata Mata Air Sodong, yang terletak di Desa Ligarmukti, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Adapun susunan acara kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

SUSUNAN ACARA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Senin, 30 Juni 2025

PUKUL	ACARA	PIC
10.30 – 12.30 WIB	Perjalanan menuju lokasi Acara: kawasan Wisata Mata Air Sodong, yang terletak di Desa Ligarmukti, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.	Panitia, Dosen dan Peserta
12.30 – 13.15 WIB	Isoma	
13.15 – 13.25 WIB	Salam Pembuka & Doa Pembuka Acara	MC
13.25 – 13.45 WIB	Sambutan dari Perbanas Institute Sambutan dari Kepala Desa Ligarmukti	Ibu Dr. Ir. Markonah, ASAI, M.M. Kepala Desa Ligarmukti
13.45 – 13.50 WIB	Penyerahan Kenang-kenangan	Ibu Dr. Ir. Markonah, ASAI, M.M. Kepala Desa Ligarmukti
13.50 – 14.00 WIB	Sesi Foto Bersama	Panita, Dosen, Mahasiswa Peserta
14.00 – 14.30 WIB	Pemberdayaan UMKM sekitar Wisata Mata Air Sodong	Ibu Dr. Ir. Markonah, ASAI, M.M.
14.30 – 15.30 WIB	Sesi Tanya Jawab seputar materi yang telah dipresentasikan	Dosen, Peserta
15.31 – 15.35 WIB	Penutup oleh MC	MC

III. PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Perbanas Institute, dengan melibatkan dosen dan mahasiswa, berhasil memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM di sekitar kawasan Wisata Mata Air Sodong, Klapanunggal. Kegiatan ini mencakup pelatihan pemanfaatan media digital, seperti TikTok, WhatsApp dan facebook sebagai sarana promosi kreatif.

Melalui pelatihan dan pendampingan langsung, para pelaku UMKM memperoleh pengetahuan baru yang aplikatif. Sementara itu, pada aspek pemasaran digital, peserta diajarkan teknik menerapkan konten video promosi menggunakan TikTok, WhatsApp dan

facebook mulai dari *storytelling*, pengambilan gambar, penggunaan *caption* dan *hashtag*, hingga membangun interaksi dengan *audiens*.

Sebagian besar peserta berhasil memproduksi video promosi perdana mereka selama kegiatan berlangsung. Konten tersebut menampilkan keunggulan produk lokal secara kreatif dan menarik, serta memperkenalkan potensi wisata dan budaya lokal kepada *audiens* yang lebih luas. Hal ini menjadi langkah awal yang strategis dalam memperluas jangkauan pasar produk UMKM melalui media sosial yang sedang tren.

Kegiatan ini juga membuka ruang diskusi yang menggali berbagai kendala yang selama ini dihadapi pelaku usaha, seperti rendahnya literasi digital, kurangnya inovasi dalam pemasaran, dan lemahnya branding produk. Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian merekomendasikan program pendampingan lanjutan, pelatihan bertahap, dan kolaborasi dengan mitra digital seperti komunitas konten kreator atau *platform e-commerce* lokal.

Hasil kegiatan ini mendukung bahwa pemberdayaan UMKM berbasis kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat mampu meningkatkan keberlanjutan usaha dan memperkuat daya saing lokal. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti TikTok terbukti efektif sebagai strategi pemasaran dengan jangkauan luas dan biaya yang rendah, terutama untuk usaha mikro

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam pengelolaan usaha, tetapi juga mendorong mereka untuk beradaptasi dengan era digital dan tren promosi kekinian yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini.

Berikut adalah materi yang disampaikan:

Digitalisasi Marketing pada UMKM Produk Rengginang

Transformasi digital adalah kunci bagi UMKM Rengginang untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di era modern.



Pentingnya Digital Marketing untuk UMKM Rengginang



Perluasan Pasar Geografis

UMKM rengginang di Desa Ligarmukti harus berhasil memperluas pasar secara signifikan melalui pelatihan digital marketing dan optimalisasi media sosial serta marketplace.



Meningkatkan Kenyamanan Konsumen

Digital marketing memudahkan akses bagi konsumen untuk melihat dan membeli produk tanpa harus datang langsung ke lokasi fisik, secara drastis meningkatkan kenyamanan dan jangkauan pasar.



Strategi Digital Marketing yang Efektif untuk Rengginang

Mengadopsi strategi multi-platform dan konten visual yang menarik adalah kunci untuk menarik perhatian pembeli digital.



Pemanfaatan Platform Populer

Gunakan Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, serta marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk promosi yang terintegrasi dan penjualan langsung.



Rebranding & Konten Menarik

Lakukan penyegaran merek dan buat konten visual berkualitas tinggi (foto produk profesional, video pendek, resep) untuk meningkatkan brand awareness.



Pendampingan dan Pelatihan

Pelatihan digital marketing esensial untuk mengelola akun media sosial secara efektif, memahami analitik, dan membuat iklan berbayar yang tepat sasaran.



Kesimpulan & Aksi Lanjutan

Pencapaian dan Tantangan

- Digital marketing terbukti meningkatkan visibilitas dan daya saing produk rengginang di pasar lokal dan nasional.
- Tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan pemahaman teknologi digital dan perlunya pengelolaan media sosial yang lebih optimal.

☐ Rekomendasi Tindakan

Lakukan pendampingan berkelanjutan, adakan pelatihan lanjutan mengenai iklan digital, dan perkuat kolaborasi dengan platform e-commerce untuk memperkuat kapabilitas pemasaran UMKM rengginang.

Mari Dorong UMKM Rengginang Naik Kelas!



Made with **Canva**

Foto-foto Kegiatan



Sumber: Kegiatan Pengabdian Masyarakat (2025)
Gambar 1. Kepala Desa, Peserta dan Dosen



Sumber: Kegiatan Pengabdian Masyarakat (2025)
Gambar 2. Para Dosen



Sumber: Kegiatan Pengabdian Masyarakat (2025)
Gambar 3. Dosen dan Para Ibu Pembuat Rengginang



Sumber: Kegiatan Pengabdian Masyarakat (2025)

Gambar 4. Dosen dan Para Ibu Pembuat Rengginang



Sumber: Kegiatan Pengabdian Masyarakat (2025)

Gambar 5. Para Ibu Pembuat Rengginang

IV. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di desa Ligarmukti, Klapanunggal, Bogor. Melalui pendekatan edukatif dan praktis, para peserta tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai manajemen usaha yang lebih baik, tetapi juga keterampilan promosi digital yang relevan dengan perkembangan zaman, khususnya pembuatan video untuk konten melalui platform **TikTok**.

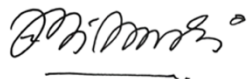
Keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi menunjukkan tingginya antusiasme dan kebutuhan akan peningkatan kapasitas di bidang keuangan dan pemasaran digital. Hal ini

mengindikasikan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung dengan akses pengetahuan, pelatihan yang berkelanjutan, serta pendampingan yang terstruktur.

Sebagai tindak lanjut, diharapkan kegiatan ini dapat menjadi model awal pengembangan program-program pemberdayaan serupa yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Kolaborasi antara perguruan tinggi, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya sangat diperlukan untuk memperkuat ekosistem UMKM yang inklusif dan tangguh.

DAFTAR HADIR PESERTA

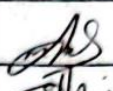
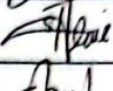
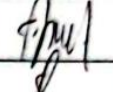
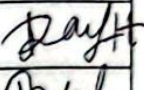
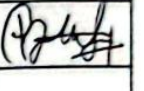
DAFTAR HADIR DOSEN KEGIATAN PKM
 PERBANAS INSTITUTE DAN DESA LIGARMUKTI
 SENIN, 30 JUNI 2025

No	Nama	NIDN	TTD
1	Dr. Ir. Markonah, Asai., M.M.	0315106303	
2	Prof. Dr. Haryono Umar, M.Sc., Ak., CA. CPAM. CPA (Aust.)	0308096004	
3	Hikmah AR, S.E., M.M.	0329056805	
4	Agustina Indriani, S.E., M.Ak., BKP.	0312088104	

**DAFTAR HADIR PESERTA KEGIATAN PKM
 PERBANAS INSTITUTE DAN DESA LIGARMUKTI
 SENIN, 30 JUNI 2025**

NO	NAMA LENGKAP	PEKERJAAN	ALAMAT	NOMER HP	PARAF
1	Mirah	Pedagang	Kp. Sodong	085881666367	<i>[Signature]</i>
2	Desi	Pedagang	Kp. Sodong		<i>[Signature]</i>
3	Eti	Pedagang	Kp. Sodong		<i>[Signature]</i>
4	Kesim	Dagang	Kp. Cipancur	08128992000	<i>[Signature]</i>
5	Ati	Petani	Kp. Cipancur		<i>[Signature]</i>
6	Hoh	Pedagang	Kp. Sodong		<i>[Signature]</i>
7	Euis maiti	Pedagang	Kp. Sodong	085333083883	<i>[Signature]</i>
8	Sanah	irt	Kp. Cipancur	-	<i>[Signature]</i>
9	Dede. R	Pedagang	Kp. Cipancur	08562440521	<i>[Signature]</i>
10	Acih	Pedagang	Kp. Cipancur	0851-8321-4216	<i>[Signature]</i>
11	Sutrah	Pedagang	Kp. Cipancur	0851-3331-4216	<i>[Signature]</i>
12	Karmilah	Pedagang	Kp. Cipancur	0858-1074-1472	<i>[Signature]</i>
13	Pia H	Pedagang	Kp. Cipancur	085885852694	<i>[Signature]</i>
14	Satmah	Pedagang	Kp. Sodong		<i>[Signature]</i>
15	Nani Sofiani	Pedagang	Kp. Cipancur	085863315967	<i>[Signature]</i>
16	ASam	Pedagang	Kp. Sodong		<i>[Signature]</i>
17	Amo	Pedagang	Kp. Sodong	085893267730	<i>[Signature]</i>
18	OSan	Pedagang	Kp. Sodong		<i>[Signature]</i>
19	Jamal	Pedagang	Kp. Sodong	085894528930	<i>[Signature]</i>
20	Andri	Pedagang	Kp. Sodong	0855131007020	<i>[Signature]</i>

**DAFTAR HADIR PESERTA KEGIATAN PKM
 PERBANAS INSTITUTE DAN DESA LIGARMUKTI
 SENIN, 30 JUNI 2025**

NO	NAMA LENGKAP	PEKERJAAN	ALAMAT	NOMER HP	PARAF
1	MARIE SAROH	IRT	Kp. Cipancur	0815 1446 6429	
2	Sumiati	IRT	Kp. Cinyurcut	08159287510	
3	Anu Darmah	u -	Kp. Pangkulan	0857 7555 4307	
4	Mariah S.N	IRT	Kp. Cibulakan	0857 11625211	
5	Obet Obet	Pedagang	Kp. Sodong		
6	Dyan	Pedagang	Kp. Sodong	0851 3128 4235	
7	Blangkon	Pedagang	Kp. Sodong		
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

DAFTAR REFERENSI

- Ardiansyah, R., & Wibowo, A. (2022). Pelatihan berbasis simulasi untuk pemberdayaan UMKM di kawasan wisata desa. *Jurnal Ekonomi dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 45–54. <https://doi.org/10.1234/jepm.v3i1.4567>
- Chaerunisak, U. H., Ayem, S., Prasetyaningtyas, S. W., Afrianingrum, R. W., & Hanun, N. (2024). *Digitalisasi bisnis dan inklusi keuangan sebagai upaya mendorong kinerja UMKM melalui e-commerce di era digital*. *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 843–858. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2591>
- Fauzi, A., & Prasetyo, E. (2023). Transformasi UMKM menuju era digital: Strategi adaptif dan kolaboratif. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 8(2), 112–123. <https://doi.org/10.5678/jie.v8i2.7890>
- Markonah, M., Riwayati, H. E., Jinan, A.S.I., Terada, Y., 2024, Sustainable Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through Literacy Finance , *Journal Abdimas: Social, Business and Environment 1 (2)*, 82-87, Kwik Kian Gie School of Business <https://doi.org/10.46806/abdimas.v1i2.1128>
- Markonah, M. Riwayati, H.E., 2024, Financial inclusion strategy to increase the income of micro, small and medium enterprises through business credit in Indonesia, *Nurture*, Vol. 18 No. 3, Tahun 2024, <https://doi.org/10.55951/nurture.v18i3.748>
- Sari, N. P., Nugroho, H., & Lestari, M. (2021). Model pemberdayaan UMKM berbasis partisipasi masyarakat di destinasi wisata lokal. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 6(3), 221–230. <https://doi.org/10.8765/jpel.v6i3.3456>
- Sari, P. P. S., Prawiranegara, B., Setiawan, R. A. P., Shelyanti, A., & Pratama, M. B. Y. (2024). *Digitalisasi UMKM melalui literasi digital dan digital marketing dalam meningkatkan kualitas produk dan volume penjualan*. *Journal of Community Development*, 5(2), 349–362. <https://doi.org/10.47134/comdev.v5i2.242>
- Wahyuni, S., Noviyah, N. M. R. R., Riwayati, H.E., Markonah M., Kurniawati, D., Cahaya, Y.F., Oliveira, T., 2025, Motivasi dalam membuka usaha baru di LAPAS Salemba Kelas IIA, *Jurnal Abdimas* 4(1), DOI:<https://doi.org/10.56174/jap.v4i1.486>
- Zuhri, M. Junaeni, I, Riwayati, H.E., Markonah, M. Hanantijo, D., Pranoto, R.A., 2024, Bank and NonBank Financial Institutions as well Its Role in the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *International Proceeding of Community Services*, 2024, Vol.1 Tahun 2024