

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN DIGITAL MARKETING DI DESA  
GLONDONGGEDE KECAMATAN TAMBAKBOYO**

**ENTREPRENEURSHIP AND DIGITAL MARKETING TRAINING IN  
GLONDONGGEDE VILLAGE, TAMBAKBOYO**

Nur Hidayatul Istiqomah<sup>1\*)</sup>, Fatma Laili Manzi Lussakho<sup>2)</sup>, Yuni Cahyati<sup>3)</sup>, M. Tri Handika Wahyu Setiawan<sup>4)</sup>

<sup>1\*)</sup> Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Email: [hidayatunur98@gmail.com](mailto:hidayatunur98@gmail.com)

<sup>2)</sup> Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Email: [lailamnzl21@gmail.com](mailto:lailamnzl21@gmail.com)

<sup>3)</sup> Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Email: [yunicahyati@gmail.com](mailto:yunicahyati@gmail.com)

<sup>4)</sup> Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Email: [handikawahyusetiawan8@gmail.com](mailto:handikawahyusetiawan8@gmail.com)

(Diterima: 28 Agustus 2024 Disetujui: 06 Oktober 2024 Diterbitkan: 05 November 2024)

**Abstrak**

Desa Glondonggede di Kecamatan Tambakboyo, dengan mayoritas penduduk yang berprofesi sebagai nelayan, menghadapi tantangan dalam keberlanjutan ekonomi dan diversifikasi pendapatan. Pengabdian kepada Masyarakat ini mengevaluasi dampak pelatihan kewirausahaan dan digital marketing terhadap pengembangan ekonomi masyarakat desa. Pelatihan ini dirancang untuk mengintegrasikan keterampilan kewirausahaan dengan teknologi digital, dengan fokus pada peningkatan keterampilan bisnis dan pemanfaatan media sosial serta situs web untuk pemasaran. Metode yang digunakan meliputi pelatihan terpadu, sesi praktis, workshop interaktif, dan penggunaan media sosial lokal. Hasil Pengabdian kepada Masyarakat menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan kewirausahaan peserta, seperti penyusunan rencana bisnis dan manajemen keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Peserta berhasil menciptakan kehadiran online melalui media sosial dan situs web, meningkatkan visibilitas produk dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

**Kata kunci:** kewirausahaan, digital, pemasaran

**Abstract**

*Desa Glondonggede in Tambakboyo District, where the majority of the population are fishermen, faces challenges in economic sustainability and income diversification. This study evaluates the impact of entrepreneurship and digital marketing training on the economic development of the village community. The training was designed to integrate entrepreneurial skills with digital technology, focusing on enhancing business skills and utilizing social media and websites for marketing. The methods employed included integrated training, practical sessions, interactive workshops, and the use of local social media. The results show a significant increase in participants' entrepreneurial skills, such as business plan development and financial management, as well as the use of digital technology for marketing. Participants successfully established an online presence through social media and websites, enhancing the visibility of their products and opening up broader market opportunities.*

**Keywords:** entrepreneurship, digital, marketing

## **Pendahuluan**

Desa Glondonggede, yang terletak di Kecamatan Tambakboyo, memiliki keunikan tersendiri dalam konteks sosial dan ekonomi. Sebagai komunitas yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai nelayan, desa ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan laut. Laut bukan hanya sebagai sumber mata pencaharian tetapi juga merupakan bagian integral dari identitas budaya masyarakat (Mambu et al., 2019). Namun, seperti banyak komunitas pesisir lainnya, Desa Glondonggede menghadapi tantangan besar dalam hal keberlanjutan ekonomi dan diversifikasi pendapatan.

Pentingnya pelatihan kewirausahaan dan digital marketing dalam konteks ini tidak bisa dianggap remeh. Potensi sektor perikanan di desa ini, yang selama ini telah menjadi sandaran hidup penduduk, dapat menjadi titik tolak untuk inovasi dan pengembangan ekonomi yang lebih berkelanjutan (Rauch & Hulsink, 2015). Pelatihan kewirausahaan menawarkan kesempatan bagi penduduk untuk mengubah keahlian tradisional menjadi peluang bisnis yang lebih beragam. Misalnya, dapat mengembangkan usaha pengolahan hasil tangkapan ikan, membudidayakan ikan secara berkelanjutan, atau menciptakan produk kerajinan dari bahan-bahan laut.

Pemanfaatan teknologi digital khususnya dalam digital marketing, menawarkan potensi besar untuk memperluas jangkauan pasar produk-produk perikanan. Digital marketing memungkinkan para nelayan dan pengusaha lokal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas melalui media sosial dan situs web. Hal ini penting untuk meningkatkan daya saing produk perikanan dari Desa Glondonggede di pasar yang lebih besar dan global (Tresnasari, 2023).

Dengan membangun situs web sederhana, pengusaha lokal dapat menyediakan platform yang lebih profesional untuk menjual produk. Situs web tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital tetapi juga sebagai alat untuk memberikan informasi mendetail mengenai produk, proses produksi, dan nilai tambah dari produk perikanan yang ditawarkan. Selain itu, fitur e-commerce pada situs web memungkinkan transaksi langsung, mempermudah pelanggan untuk melakukan pembelian dari jarak jauh.

Digital marketing juga membuka kemungkinan untuk penggunaan teknik pemasaran yang lebih terukur dan berbasis data. Melalui analisis data, pengusaha dapat memahami pola perilaku konsumen, mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran, dan menyesuaikan strategi untuk mencapai hasil yang lebih baik. Seperti iklan yang ditargetkan dapat menjangkau audiens yang lebih spesifik berdasarkan minat dan lokasi. meningkatkan peluang konversi dan penjualan.

Dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi pemasaran, para nelayan dan pengusaha dari Desa Glondonggede dapat meningkatkan daya saing produk. mengakses pasar yang lebih luas, dan menghadapi tantangan globalisasi dengan lebih baik. Digital marketing bukan hanya sebuah tren, tetapi alat strategis yang dapat mengubah cara berbisnis, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya, berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi desa (Nuringsih & Edalmen, 2021).

Pelatihan ini tidak hanya akan memperkaya keterampilan bisnis masyarakat desa, tetapi juga membuka peluang baru yang dapat mendukung keberlanjutan ekonomi desa. Dengan menggabungkan keahlian tradisional dengan alat-alat digital modern, Desa

*Sinergi Berkarya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (2024), 1 (1), 11-17* 13  
Glondonggede berada pada posisi strategis untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak pelatihan kewirausahaan dan digital marketing terhadap pengembangan ekonomi masyarakat Desa Glondonggede. Fokus utama dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah menganalisis bagaimana pelatihan tersebut mempengaruhi kemampuan bisnis masyarakat, serta bagaimana integrasi teknologi digital dapat mempengaruhi pemasaran dan perluasan pasar produk perikanan. Melalui studi ini, diharapkan akan didapatkan wawasan yang berharga untuk merumuskan strategi lebih lanjut dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi di desa pesisir ini.

### Metode Pelaksanaan

Metode pengabdian pelatihan kewirausahaan dan digital marketing di Desa Glondonggede, Kecamatan Tambakboyo, memerlukan pendekatan yang holistik dan berfokus pada kebutuhan serta karakteristik masyarakat setempat. Berikut adalah beberapa metode yang dapat diterapkan:

1. **Pelatihan Terpadu:** Mengintegrasikan pelatihan kewirausahaan dan digital marketing menjadi satu paket terpadu. Hal ini memastikan bahwa peserta tidak hanya memiliki keterampilan bisnis tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan pemasaran produk.
2. **Pelatihan Praktis:** Menyelenggarakan sesi pelatihan yang bersifat praktis dan berbasis pengalaman. Memberikan peserta kesempatan untuk langsung mengaplikasikan keterampilan yang pelajari dalam konteks usaha sendiri.
3. **Workshop Interaktif:** Mengadakan workshop interaktif yang melibatkan diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi. Metode ini dapat meningkatkan pemahaman peserta dan memfasilitasi pertukaran pengalaman antar audien.
4. **Penggunaan Media Sosial Lokal:** Memanfaatkan media sosial lokal untuk menyebarkan informasi tentang pelatihan, membangun komunitas online, dan memberikan dukungan setelah pelatihan. Hal ini dapat menjadi alat efektif dalam pemasaran digital.

Dengan menggabungkan berbagai metode ini, pengabdian pelatihan kewirausahaan dan digital marketing dapat menjadi lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan unik masyarakat Desa Glondonggede. Pendekatan ini tidak hanya tentang memberikan keterampilan, tetapi juga tentang membangun kapasitas dan memastikan keberlanjutan usaha di tingkat lokal.

### Hasil dan Pembahasan

#### 1. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan

Pelatihan kewirausahaan dan digital marketing di Desa Glondonggede mencapai keberhasilan yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta. Sebelum program dimulai, sebagian besar peserta memiliki pemahaman terbatas tentang aspek-aspek kewirausahaan dan pemasaran digital (Hayu, 2019). Namun, melalui serangkaian sesi pelatihan yang intensif dan terstruktur, terlihat perubahan yang mencolok dalam pemahaman dan penguasaan keterampilan yang relevan.

*Sinergi Berkarya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (2024), 1 (1), 11-17* 14

Dalam hal kewirausahaan, peserta pelatihan mengalami peningkatan yang nyata. Audien tidak hanya mampu menyusun rencana bisnis yang lebih terinci, tetapi juga memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen keuangan. Pengembangan keterampilan inovasi produk dan layanan juga terlihat, dengan beberapa peserta telah menerapkan ide-ide kreatif untuk mendiversifikasi produk perikanan.



**Gambar 1.** Dokumentasi Pembukaan Kegiatan

Di sisi pemasaran digital, peserta menunjukkan peningkatan dalam penggunaan media sosial sebagai alat promosi. tidak hanya dapat membuat dan mengelola situs web sederhana, tetapi juga mulai memahami analisis data digital untuk memantau dan meningkatkan kinerja kampanye online (Hartana, 2011).

Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan kenaikan keterampilan teknis, tetapi juga menciptakan landasan bagi peserta untuk mengembangkan sikap wirausaha. sekarang memiliki keterampilan yang memadai untuk menghadapi tantangan di dunia bisnis, baik melalui pendekatan tradisional maupun di era digital (Utami et al., 2023). Keberhasilan ini tidak hanya memperkaya pengetahuan peserta, tetapi juga membuka peluang baru dan menginspirasi semangat kewirausahaan dalam komunitas Desa Glondonggede.

## **2. Pemanfaatan Teknologi Digital**

Transformasi yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi digital pasca-pelatihan kewirausahaan dan digital marketing di Desa Glondonggede sungguh mengesankan. Peserta pelatihan tidak hanya berhasil memanfaatkan media sosial dengan efektif, tetapi juga melangkah lebih jauh dengan menciptakan kehadiran online yang profesional melalui situs web (Munir et al., 2023).

Pertama-tama, peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam aktivitas online melalui media sosial utama seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. tidak hanya mempromosikan produk. tetapi juga menggunakan iklan berbayar untuk mencapai khalayak yang lebih luas. Langkah ini tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi alat pemasaran yang kuat.

Langkah berikutnya adalah penciptaan dan pengelolaan situs web sederhana oleh peserta. Ini bukan hanya menambah kehadiran online, tetapi juga memberikan platform

*Sinergi Berkarya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (2024), 1 (1), 11-17* 15  
yang lebih terstruktur untuk mempresentasikan produk dan informasi bisnis (Ramadhan & Yusuf, 2022). Kesuksesan ini mengindikasikan bahwa peserta mampu mengintegrasikan konsep-konsep teknologi digital ke dalam strategi pemasaran. melampaui batas platform media sosial.



**Gambar 2.** Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

Peningkatan kemampuan analisis data juga mencerminkan kemajuan yang signifikan (Darnita & Triadi, 2023; Khie, 2022). Peserta mampu menganalisis kinerja kampanye digital, mengidentifikasi tren konsumen, dan mengambil keputusan berbasis data untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Ini menunjukkan adopsi pemahaman yang mendalam tentang kekuatan data dalam mengarahkan strategi pemasaran yang lebih cerdas (Fahmi et al., 2022).

Hasil pemanfaatan teknologi digital ini tidak hanya menciptakan perubahan besar dalam daya saing bisnis peserta di pasar lokal, tetapi juga membuka peluang ekspansi melalui platform daring seperti Shopee. Program pelatihan telah berhasil memberdayakan peserta untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat utama untuk pertumbuhan bisnis.

## Simpulan

Pelatihan kewirausahaan dan digital marketing di Desa Glondonggede telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan ekonomi masyarakat setempat. Melalui pendekatan terpadu yang menggabungkan pelatihan praktis dengan pemanfaatan teknologi digital, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan bisnis yang lebih baik tetapi juga meningkatkan kemampuan dalam memasarkan produk perikanan secara efektif. Peningkatan keterampilan dalam kewirausahaan, manajemen keuangan, dan inovasi produk telah mendorong diversifikasi usaha, sementara pemanfaatan media sosial dan situs web telah memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk di pasar global. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dapat mengubah cara bisnis dilakukan, memberikan platform yang lebih profesional dan terstruktur untuk promosi, serta membuka peluang ekspansi yang lebih luas. Dengan kemampuan analisis data yang lebih baik, peserta kini dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih terinformasi, beradaptasi dengan dinamika pasar, dan mengoptimalkan kinerja kampanye digital. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu peserta tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi desa dengan memadukan keahlian tradisional dan inovasi digital untuk menciptakan peluang bisnis yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

### **Ucapan Terima Kasih**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan pelatihan kewirausahaan dan digital marketing di Desa Glondonggede. Terima kasih kepada para peserta yang telah aktif berpartisipasi dan menunjukkan antusiasme dalam mengikuti setiap sesi pelatihan. Dukungan dari pemerintah desa dan lembaga terkait pelatihan sangat berharga dalam menyukseskan program ini. Kami juga ingin menyampaikan apresiasi khusus kepada seluruh tim yang telah bekerja keras untuk menyusun, melaksanakan, dan mengevaluasi pelatihan ini dengan penuh dedikasi. Keberhasilan pelatihan ini tidak terlepas dari kerjasama dan kontribusi semua pihak yang terlibat. Semoga hasil dari pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dan mendukung kemajuan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Desa Glondonggede. Terima kasih atas perhatian dan kerjasama yang luar biasa.

### **Daftar Pustaka**

- Darnita, C. D., & Triadi, D. (2023). Peningkatan Okupansi Mes B Gereja Kalimantan Evangelis Banjarmasin Dengan Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 5(1), 24–36. <https://doi.org/10.37364/jireh.v5i1.126>
- Fahmi, K., Sihotang, M., Hadinegoro, R., Sulastris, E., Cahyono, Y., & Megah, S. I. (2022). Health Care SMEs Products Marketing Strategy: How the Role of Digital Marketing Technology through Social Media? *UNPRI Journal of Science and Technology*, 1(1), 16–22.
- Hartana. (2011). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketingdi Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(2), 24.
- Hayu, R. S. (2019). Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.362>
- Khie, K. (2022). Impact and Challenges of Digital Marketing in Healthcare Industries during Digital Era and Covid-19 Pandemic. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 112–118. <https://doi.org/10.7777/jiemar>
- Mambu, C. N., Pangemanan, S. S., & Pandowo, M. (2019). The Influence Of Entrepreneur Knowledge, Family Experience With Business, Entrepreneurial Education On The Interest Of Student Entrepreneurship In UKMUniversitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 7(1), 451–460.
- Munir, A. R., Kadir, N., Umar, F., & Lyas, G. B. (2023). The impact of digital marketing and brand articulating capability for enhancing marketing capability. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 65–72. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.12.005>

- Sinergi Berkarya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* (2024), 1 (1), 11-17 17
- Nuringsih, K., & Edalmen, E. (2021). Local Food Entrepreneurship: Sebagai Model Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 457–468. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.12143>
- Ramadhan, D. M., & Yusuf, B. P. (2022). Peran digital marketing pada UMKM di Kedai Kopi 272. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 2085–1960.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship Education where the intention to Act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning and Education*, 14(2), 187–204. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>
- Tresnasari, R. (2023). Increasing MSME Performance Through Institutional Strengthening, Entrepreneurship, and Digital Marketing. *International Journal of Research in Community Service*, 4(1), 11–17.
- Utami, B., Mukhlis, I., & Murwani, D. (2023). Strategy Internationalization SMEs of Overlay Visualization Bibliometric Analysis: Experiential Marketing, Relationship and Digital Technology in increasing Consumer Satisfaction in Indonesia. *Asian Journal of Community Services*, 2(4), 323–332. <https://doi.org/10.55927/ajcs.v2i4.3674>