

Economic Empowerment of Bandar Setia Village Community through Facebook-Based Digital Marketing Training

Evan Hamdani^{1*}, Putra Apriadi Siregar²
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Corresponding Author: Evan Hamdani evanhamdani4@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Community Empowerment, Real Work Lectures (KKN)

Received : 5, May

Revised : 24, May

Accepted: 26, June

©2025 Hamdani, Siregar : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The Independent KKN program in Bandar Setia Village aims to increase people's digital literacy through digital marketing training for MSME actors. The activity lasted for 26 days (March 9–April 5, 2025), with a contribution in the form of increasing the capacity of digital business promotion. The process starts from identifying needs, preparing materials, practical training, evaluation, and follow-up mentoring. Implementation methods include Focus Group Discussion (FGD), hands-on practice, and an individualized approach. The training focused on using Facebook for marketing culinary products, such as creating a business account, managing content, and using Marketplace and buying and selling group features. As a result, participants showed an increase in digital skills, which had a positive impact on the readiness of MSMEs to face digital transformation in a sustainable manner.

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Bandar Setia Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis Facebook

Evan Hamdani^{1*}, Putra Apriadi Siregar²
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Corresponding Author: Evan Hamdani evanhamdani4@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Pemberdayaan Masyarakat, Kuliah Kerja Nyata (KKN)

Received : 5, Mei
Revised : 24, Mei
Accepted: 26, Juni

©2025 Hamdani, Siregar : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Program KKN Mandiri di Desa Bandar Setia bertujuan meningkatkan literasi digital masyarakat melalui pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM. Kegiatan berlangsung selama 26 hari (9 Maret–5 April 2025), dengan kontribusi berupa peningkatan kapasitas promosi usaha secara digital. Proses dimulai dari identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, pelatihan praktis, evaluasi, dan pendampingan lanjutan. Metode pelaksanaan meliputi Focus Group Discussion (FGD), praktik langsung, dan pendekatan individual. Pelatihan difokuskan pada pemanfaatan Facebook untuk pemasaran produk kuliner, seperti pembuatan akun bisnis, pengelolaan konten, serta penggunaan fitur Marketplace dan grup jual beli. Hasilnya, peserta menunjukkan peningkatan keterampilan digital, yang berdampak positif terhadap kesiapan UMKM menghadapi transformasi digital secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat yang tidak hanya bertujuan untuk mematangkan ilmu pengetahuan, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kontekstual secara langsung di tengah-tengah masyarakat. Melalui program ini, mahasiswa diajak untuk tidak hanya memahami teori di bangku kuliah, tetapi juga mampu menerapkannya dalam menghadapi berbagai persoalan nyata yang terjadi di lapangan. Pengalaman langsung dalam masyarakat menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk membentuk cara berpikir yang lebih dewasa dan solutif.



Gambar 1. Kantor Desa Bandar Setia

Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Bandar Setia (2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan Desa Bandar Setia salah satu tantangan nyata yang dihadapi masyarakat pedesaan saat ini adalah masih rendahnya literasi digital, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan ekonomi. Desa Bandar Setia, yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi yang besar, baik dari sisi sumber daya manusia maupun produk-produk lokal seperti usaha rumah tangga. Namun, keterbatasan pemahaman terhadap pemasaran digital, minimnya pelatihan, serta belum stabilnya infrastruktur internet membuat masyarakat desa, khususnya pelaku usaha, belum optimal dalam memasarkan produknya secara luas.

Permasalahan ini menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mandiri dengan fokus pada pemberdayaan ekonomi berbasis digital marketing. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah pelatihan pemanfaatan platform Facebook sebagai media promosi produk lokal. Facebook dipilih karena relatif mudah diakses, familiar bagi masyarakat, dan memiliki fitur-fitur pendukung bisnis seperti Halaman Bisnis (Facebook Page), Marketplace, dan layanan komunikasi langsung dengan

pelanggan. Dalam kegiatan ini, masyarakat khususnya pelaku usaha rumahan, dilatih untuk membuat akun Facebook, membuat halaman bisnis, mengunggah produk secara menarik, serta memahami strategi dasar dalam promosi digital.

Program pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis masyarakat dalam menggunakan media digital, tetapi juga untuk membangun kemandirian ekonomi dengan memperluas jangkauan pasar produk lokal. Melalui penguatan kapasitas digital ini, diharapkan masyarakat Desa Bandar Setia dapat memanfaatkan potensi yang dimiliki secara optimal, meningkatkan pendapatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan. Kegiatan ini juga menjadi jembatan penting dalam menghubungkan dunia akademik dengan kebutuhan riil masyarakat di era digital.

PELAKSAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan secara terstruktur melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan agar proses pemberdayaan dapat berjalan efektif dan mencapai hasil yang optimal. Pelatihan difokuskan pada pemanfaatan platform Facebook sebagai media pemasaran produk lokal yang dilakukan oleh masyarakat Desa Bandar Setia, khususnya para pelaku UMKM dan ibu-ibu rumah tangga.

Tahap awal dari pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan *focus Group Discussion (FGD)* melalui pihak Desa Bandar Setia, yang dimana terdapat salah satu Ibu-ibu Desa Bandar Setia yang tidak menggunakan pemanfaatan teknologi sebagai pasar online.

Sehingga dalam Pertemuan yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan maksud, tujuan, dan manfaat pelatihan, sekaligus menjadi momen awal untuk melakukan analisis kebutuhan. Analisis ini dilakukan melalui wawancara dan observasi guna mengetahui sejauh mana pemahaman salah satu peserta terhadap penggunaan teknologi informasi, serta kendala-kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan kegiatan usaha, khususnya terkait pemasaran produk.

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai tingkat literasi digital peserta, pemahaman mereka terhadap media sosial, dan metode pemasaran yang selama ini digunakan. Sedangkan observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai aktivitas usaha peserta, termasuk cara mereka memasarkan produk dan berinteraksi dengan pelanggan secara manual.

Berdasarkan hasil analisis awal tersebut, tahap berikutnya adalah penyusunan materi pelatihan yang bersifat aplikatif dan relevan dengan kondisi peserta. Materi pelatihan disusun secara sederhana agar dapat dipahami oleh salah satu peserta dari berbagai latar belakang, dan mencakup:

- 1) Pengenalan platform Facebook sebagai alat pemasaran digital, Cara membuat akun dan halaman bisnis (Facebook Page)
- 2) Cara mengunggah produk dengan deskripsi dan visual yang menarik
- 3) Strategi promosi melalui fitur Facebook seperti grup komunitas, Marketplace, dan fitur pesan langsung.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, dilakukan pula persiapan infrastruktur penunjang. Hal ini meliputi ketersediaan jaringan internet yang stabil, perangkat pendukung seperti laptop atau smartphone, serta ruangan pelatihan yang nyaman dan kondusif. Selain itu, tim pelaksana juga menyiapkan materi tutorial berbentuk slide, video, dan lembar praktik agar pelatihan dapat berlangsung interaktif.

Pelatihan dilakukan secara partisipatif, dengan melibatkan peserta secara aktif dalam setiap sesi. Pelatihan dibagi menjadi beberapa tahapan inti, yaitu: pertama, sesi pengenalan platform Facebook dan fitur-fiturnya yang berlangsung selama 1 jam; kedua, sesi praktik langsung pembuatan akun dan halaman bisnis, diikuti dengan cara mengunggah konten produk, yang berlangsung selama 2 jam; ketiga, simulasi pemasaran produk berdasarkan studi kasus sederhana sesuai jenis usaha peserta, yang berlangsung selama 2 jam; dan keempat, sesi diskusi dan tanya jawab selama 1 jam untuk memberikan ruang bagi peserta menyampaikan pertanyaan, kendala, serta berbagi pengalaman selama mengikuti pelatihan.

Indikator keberhasilan dari pelatihan ini meliputi beberapa aspek, yaitu:

- 1) Adanya perubahan dalam pola pemasaran dari cara manual ke digital
- 2) Meningkatnya keterampilan peserta dalam menyusun konten promosi yang menarik dan relevan dengan target pasar.

Sebagai upaya tindak lanjut dan keberlanjutan kegiatan, dilakukan pendampingan secara berkala untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis yang muncul setelah pelatihan, serta memonitor penerapan ilmu yang telah diberikan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendampingan ini dilakukan baik secara langsung maupun melalui komunikasi daring, agar peserta tetap mendapatkan dukungan selama proses implementasi berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan digital marketing berbasis Facebook yang dilaksanakan di Desa Bandar Setia difokuskan pada pendampingan terhadap satu pelaku UMKM yang merupakan anggota dari ibu-ibu. UMKM yang didampingi bergerak di bidang kuliner rumahan, dan pelatihan dilakukan secara intensif dengan pendekatan praktis dan aplikatif, guna membantu pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dan mengembangkan usahanya secara lebih efektif.

Pelatihan dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan kondisi awal UMKM sasaran. Melalui wawancara dan observasi, diketahui bahwa pelaku usaha sebelumnya belum pernah menggunakan media sosial secara optimal dalam menjalankan usahanya. Promosi masih bersifat konvensional, mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut dan pelanggan tetap di sekitar lingkungan tempat tinggal. Berdasarkan kondisi tersebut, materi pelatihan disesuaikan agar mudah dipahami, mulai dari pengenalan dasar penggunaan Facebook hingga strategi pemasaran yang sederhana namun efektif.



Gambar 2. Pengenalan aplikasi, modul pelatihan penggunaan aplikasi.

Sumber: Dokumentasi Kegiatan di Bandar Setia (2025)

Selama pelatihan, pelaku UMKM dibimbing untuk membuat akun dan halaman bisnis di Facebook, menyusun profil usaha, dan mengunggah konten promosi berupa foto produk dan deskripsi singkat yang menarik. Selain itu, ia juga diperkenalkan pada fitur Facebook Marketplace dan grup jual beli lokal, yang kemudian digunakan sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dalam praktiknya, pelaku UMKM mulai mampu memposting produknya secara mandiri di berbagai grup komunitas, serta menanggapi pesan dari calon pelanggan dengan cukup lancar.

Simulasi kasus nyata dilakukan untuk memberikan pengalaman langsung dalam merespons konsumen, mencatat pesanan, dan mengelola interaksi digital. Hasil dari simulasi menunjukkan peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Evaluasi informal melalui wawancara dan observasi menunjukkan bahwa peserta merasa terbantu dan lebih siap memasarkan produknya secara daring.

Walaupun pelatihan ini hanya mencakup satu UMKM, pendekatan individual yang diterapkan terbukti memberikan dampak positif yang signifikan. Pelaku usaha mengalami transformasi dalam cara memasarkan produknya, dari yang sebelumnya sangat terbatas menjadi lebih terbuka terhadap peluang digital. Penggunaan Facebook sebagai media utama juga dinilai efektif, mengingat platform ini sudah akrab di kalangan masyarakat dan tidak memerlukan biaya tambahan.

Dengan hasil tersebut, pelatihan ini dapat menjadi model awal untuk pengembangan program serupa di masa mendatang. Meskipun cakupan kegiatan masih terbatas, pendekatan mendalam terhadap satu UMKM memberikan gambaran nyata mengenai potensi pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui digitalisasi, khususnya bagi pelaku usaha mikro di lingkungan perdesaan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelatihan digital marketing berbasis Facebook yang dilaksanakan di Desa Bandar Setia telah memberikan dampak positif terhadap penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha. Melalui pendekatan yang praktis dan partisipatif, pelatihan ini berhasil meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi, khususnya dalam hal pembuatan konten, pengelolaan akun bisnis, serta pemanfaatan fitur Facebook Marketplace dan grup jual beli.

Meskipun pelatihan ini hanya difokuskan pada satu pelaku UMKM, hasil yang dicapai menunjukkan bahwa intervensi digital semacam ini memiliki potensi besar dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat. Peserta pelatihan menunjukkan kemajuan signifikan dalam keterampilan penggunaan media sosial, meskipun masih terdapat tantangan seperti keterbatasan pemahaman terhadap strategi pemasaran lanjutan dan adaptasi terhadap teknologi baru. Oleh karena itu, pelatihan lanjutan dengan cakupan materi yang lebih mendalam sangat disarankan.

Selain itu, keberhasilan pelatihan ini juga menjadi bukti bahwa pendekatan teknologi yang sederhana dan mudah diakses dapat mempercepat transformasi usaha tradisional ke arah digital. Pelatihan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong pemberdayaan masyarakat desa berbasis teknologi, serta memperkuat keberlanjutan program desa binaan melalui pengembangan kapasitas individu dan komunitas.

Dan Perlu dilaksanakan pelatihan lanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas dan materi yang lebih mendalam untuk memperkuat keberlanjutan transformasi digital UMKM desa Bandar setia yang dilakukan oleh pelakasan pemerintah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara atas bantuan dan dukungan yang diberikan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kami juga berterima kasih kepada masyarakat Desa Bandar Setia yang telah mendukung dan ikut serta dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1). Hal 147-157.
- D. Nurmadewi, Daniel, Jonatan. 2025. Pelatihan Penggunaan Aplikasi Kasir untuk Meningkatkan Efisiensi Pencatatan Transaksi di Jakarta Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*. Vol 5, No. 1. Hal 135 - 141.
- Et.al. (2023). Pemberdayaan Masyarakat. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. Hal 1 - 201.
- Permana, S.H. (2017) Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8 (1).
- Ridwan, Iwan Muhammad. Dkk. 2019. Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. *JURNAL ABDIMAS BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* Vol. 2 No. 1 Februari 2019, Hal. 137-142. E-ISSN: 2614- 6711.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV UPI*, 327-337.