

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada Industri Tenun Ikat Di Desa Troso Kabupaten Jepara

Ahlis Tsani¹, Mintarsih Arbarini²

^{1,2} Universitas Negeri Semarang

E-mail: ahlistsani01@students.unnes.ac.id¹, arbarini.mint@mail.unnes.ac.id²

Article History:

Received: 02 November 2024

Revised: 20 November 2024

Accepted: 23 November 2024

Keywords: Community Empowerment, Digital marketing training.

Abstract: Digital marketing is a basic skill that ikat weaving entrepreneurs must master to adapt to the digital era. This study aims to describe the strategies, processes, and factors that influence community empowerment through digital marketing training in the ikat weaving industry in Troso Village. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques were observation, interview, and document study. The results showed that the empowerment strategy was carried out through the situation and needs analysis stage, program planning and determination, program implementation and evaluation. The empowerment process is carried out through the awareness and behavior formation stage, the transformation of abilities and skills stage, and the enrichment stage. Digital marketing training is able to improve the abilities and skills of trainees in utilizing digital media more optimally seen from how digital marketing is applied to their business. Supporting factors that influence digital marketing training are the willingness and enthusiasm of trainees to develop, the rapid advancement of digital technology and the support of related parties. While the inhibiting factors are the individualistic character of the trainees and the lack of human resources empowered.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu upaya untuk memberikan daya atau kekuatan bagi masyarakat untuk dapat keluar dari permasalahan yang dihadapinya (Suwandi & Prihatin, 2020) . Program pemberdayaan masyarakat juga dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat agar dapat mengembangkan pengetahuan serta kecakapan untuk kemudian dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Untuk mewujudkan hal tersebut, pemerintah melaksanakan program pemberdayaan masyarakat sebagai langkah untuk menjaga dan mengoptimalkan mutu masyarakatnya. Hal ini juga kemudian didukung oleh pendapat dari (Saleh & Mujahiddin, 2020) yang menyatakan bahwa dalam menjalankan sebuah program pemberdayaan, tidak hanya dilakukan oleh individu, komunitas atau organisasi. Diperlukan adanya dukungan kepada masyarakat selaku pelaku utama oleh pihak luar seperti lembaga

maupun institusi yang bergerak dalam bidang pemberdayaan. Jadi dalam pelaksanaannya, masyarakat tidak berjalan sendiri melainkan perlu adanya dukungan dari pihak-pihak lain untuk turut serta dalam mensukseskan sebuah program pemberdayaan.

Program pemberdayaan masyarakat ini merupakan kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan serta kecakapan yang ditujukan kepada masyarakat agar nantinya dapat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat itu sendiri (Rahmat et al., 2020). Adanya pemberdayaan masyarakat akan membantu mereka untuk terus mengasah dan mendalami keahlian yang telah mereka miliki. Sehingga dengan adanya program ini masyarakat dapat menjadi lebih produktif.

Tujuan dari adanya program pemberdayaan masyarakat yaitu untuk menyuarkan dorongan kepada masyarakat agar tercipta suatu perilaku mandiri. Harapannya setelah mendapatkan pemberdayaan, masyarakat bisa lebih produktif dan dapat memiliki keterampilan yang memadai. Dengan adanya keterampilan ini masyarakat juga dapat mempunyai kehidupan yang lebih makmur dan mewujudkan masyarakat yang mandiri. Kemandirian disini berarti kemampuan dalam menimbang sebuah keputusan yang tepat dalam menyikapi berbagai persoalan individu maupun masyarakat (Malik & Mulyono, 2017).

Pelaksanaan program pemberdayaan tentunya tidak mudah. Diperlukan adanya strategi yang tepat disesuaikan dengan kebutuhan tiap individu dalam masyarakat sehingga program pemberdayaan dapat berjalan dengan baik. Dengan menyusun strategi dapat mempermudah mencapai tujuan pemberdayaan yaitu memandirikan masyarakat (Lestari & Suminar, 2020). Perwujudan masyarakat mandiri melalui program pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan melakukan pelatihan sebagai bentuk pengembangan diri.

Salah satu contoh kelompok masyarakat yang mempunyai potensi yang dapat dikembangkan yaitu masyarakat Desa Troso. Adapun Desa Troso sendiri merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara yang menjadi destinasi wisata yang bergerak dalam bidang tekstil berupa kain tenun ikat. Masyarakat desa troso mayoritas berprofesi sebagai pengrajin tenun, pengrajin mebel dan juga petani. Namun, desa Troso lebih dikenal dengan kerajinan tenun ikatnya.

Melihat perkembangan teknologi dan informasi saat ini, pengusaha tenun tentunya harus mampu beradaptasi dengan melakukan memanfaatkan media digital agar tidak tertinggal dalam persaingan global di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. pemanfaatan media digital juga bertujuan agar produk yang ditawarkan dapat dikenal luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan dan pemanfaatan teknologi dirasa menjadi kemampuan dasar yang harus dikuasai oleh para pengusaha tenun Troso. Masyarakat di desa Troso secara bertahap sudah melek teknologi dan sudah menjadikan teknologi sebagai media promosi, namun bisa dikatakan bahwa pemanfaatan platform digital belum dilakukan secara optimal. Penerapan digital marketing yang optimal melibatkan kombinasi berbagai strategi yang berfokus pada peningkatan visibilitas online, interaksi dengan pembeli, dan pengalaman pelanggan yang menyenangkan (Ghozali et al., 2024). Oleh karena itu, perlu adanya program pelatihan untuk mengenalkan dasar-dasar dalam pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan penjualan.

Konsep tentang digital dinilai tepat apabila diterapkan pada masa sekarang ini. Digital marketing juga menjadi suatu keharusan untuk dipelajari dan diterapkan dalam sistem pemasaran. Selain membantu pengusaha agar produknya lebih dikenal oleh khalayak ramai, juga berguna untuk mendapatkan informasi, berinteraksi langsung dengan konsumen serta meningkatkan penjualan sehingga dapat membantu dalam mengembangkan perekonomian masyarakat. Namun, Pengetahuan tentang digital marketing yang rendah serta pemanfaatannya yang kurang optimal menjadi permasalahan yang perlu dibenahi pada masyarakat.

Berdasarkan persoalan yang telah dijabarkan, peneliti mengkaji dan mengulas lebih dalam tentang pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing pada industri tenun ikat di Desa Troso Kabupaten Jepara untuk mengetahui tentang strategi pemberdayaan, proses pemberdayaan serta faktor yang mempengaruhi pemberdayaan di Desa Troso.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing pada industri tenun ikat di Desa Troso dengan membahas beberapa aspek yaitu strategi pemberdayaan masyarakat, proses pelaksanaan pemberdayaan, serta faktor yang berpengaruh pada pemberdayaan masyarakat di Desa Troso.

Proses penelitian ini diawali dengan merancang instrumen penelitian berupa pedoman observasi, pedoman wawancara dan pedoman studi dokumen. Setelah itu, dilanjutkan dengan pengumpulan data lapangan dengan observasi, wawancara, dan studi dokumen. Kegiatan pengumpulan data dilakukan sejak 19 Januari 2024 hingga 31 Januari 2024. Lokasi penelitian berada di Desa Troso, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah dengan subjek penelitian berjumlah sebelas orang yang terdiri dari satu pemerintah desa dan sepuluh pengusaha tenun ikat di Desa Troso. Pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Kegiatan analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Miles & Huberman dalam dilakukan melalui empat tahapan, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing di Desa Troso dikaji berdasarkan strategi pemberdayaan dan proses pemberdayaan. Strategi pemberdayaan berkaitan dengan proses pemerintah desa dalam analisis situasi dan kebutuhan, perencanaan dan penetapan program pemberdayaan, pelaksanaan program pemberdayaan dan juga evaluasi program. Sedangkan, proses pemberdayaan dikaji dengan beberapa tahapan. Tahapan tersebut diantaranya adalah tahap penyadaran dan pembentukan perilaku, tahap transformasi dan kecakapan, kemudian diakhiri dengan tahap pengayaan. Tidak hanya itu, pembahasan juga berisi tentang penjabaran faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program pemberdayaan dan implementasinya di industri tenun ikat Troso. Lebih lanjut akan diuraikan pada pembahasan berikut.

Strategi Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing

1) Analisis Situasi dan Kebutuhan

Analisis situasi dan kebutuhan di Desa Troso dilakukan sebagai proses dalam memahami kondisi masyarakat Desa Troso. Analisis ini juga dilakukan untuk mendiagnosa permasalahan yang sedang terjadi, sehingga kemudian didapatkan data yang nantinya digunakan sebagai acuan dalam menentukan perencanaan dan penetapan pemberdayaan. Hal ini sejalan dengan UU Desa No 6 Tahun 2014 yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, ketrampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran serta memanfaatkan sumber daya melalui pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa (Sutarto et al., 2018). Tujuannya adalah agar program pemberdayaan dapat berjalan secara efektif dan relevan dengan kondisi yang ada.

Situasi di industri tenun ikat Desa Troso memperlihatkan bahwa pemanfaatan media digital masih belum optimal. Faktor yang menyebabkan pemanfaatan media digital kurang optimal adalah kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam praktik digital marketing. Hal ini dapat terjadi karena adanya persaingan bisnis di antara para pelaku usaha tenun ikat yang berpengaruh terhadap akses dalam memperoleh informasi dari pelaku yang sebenarnya, sehingga pengetahuan dan pengalaman tentang digital marketing masih dirasa sangat kurang.

2) Perencanaan dan Penetapan Program Pemberdayaan

Perencanaan dan penetapan program pemberdayaan dilakukan dengan cara *directions of community actions*, yaitu Perumusan arah tindakan masyarakat yang dilakukan dengan memberikan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan sebelumnya (Gautama et al., 2020). Artinya, perencanaan dan penetapan program pemberdayaan dilakukan setelah menganalisis kondisi masyarakat yang akan diberdayakan. Analisis tersebut menjadi acuan dalam penetapan program yang akan dilakukan. Dengan menganalisis permasalahan yang terjadi, maka pihak pemberdaya dapat merumuskan kebutuhan dari masyarakat, sehingga program pemberdayaan yang akan dilaksanakan relevan dengan kondisi masyarakat saat itu.

Perencanaan dan penetapan program dilakukan dengan merumuskan beberapa hal, diantaranya yaitu menentukan sasaran program pemberdayaan, menentukan tujuan pelatihan dan menyusun metode yang digunakan dalam pelatihan. Masyarakat juga turut dilibatkan dalam proses perencanaan dan penetapan program. Sesuai dengan Undang-undang nomor 6 tahun 2014 tentang desa, masyarakat desa merupakan sasaran atau tujuan utama sekaligus sebagai pelaku pembangunan desa (Lestari & Suminar, 2020). Oleh karena itu, masyarakat dilibatkan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan melalui FGD (*focus group discussions*) yang diadakan bersama pemerintah Desa Troso. Hal ini dilakukan untuk memperoleh sudut pandang lain atau yang dalam hal ini yaitu masyarakat pengusaha tenun ikat selaku pelaku utama dan juga sebagai sasaran program pemberdayaan. Hal ini juga dilakukan untuk menyamakan gagasan dan persepsi tentang program pemberdayaan yang akan dilakukan (Arbarini, Suminar, et al., 2022).

Pemerintah Desa Troso juga bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jepara untuk membangun kembali perekonomian masyarakat Desa Troso. Hal ini direalisasikan dengan merencanakan dan menetapkan program pemberdayaan masyarakat melalui program pelatihan digital marketing. Pelatihan diperlukan untuk mendukung daya kreativitas dan keterampilan masyarakat (Arbarini, Ilyas, et al., 2022). Dalam hal ini, pelatihan di Desa Troso bertujuan untuk memperkenalkan dasar-dasar digital marketing dan membentuk mentalitas masyarakat agar dapat mengimplementasikan digital marketing secara optimal. Selain meningkatkan kemampuan para pengusaha, program ini juga secara tidak langsung mendukung pelestarian budaya lokal tenun ikat. Hal ini mungkin saja terjadi, karena dengan semakin banyaknya pengusaha tenun yang mempromosikan usahanya di dunia digital, maka popularitas budaya lokal Desa Troso semakin berkembang di lingkup yang lebih luas, yang pada akhirnya mendukung pelestarian tenun ikat sebagai warisan budaya lokal.

3) Pelaksanaan Program Pemberdayaan

Pelaksanaan program pemberdayaan merujuk pada serangkaian tindakan yang diambil sebagai upaya dalam mengimplementasikan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemberdayaan masyarakat di Desa Troso diimplementasikan melalui pelatihan digital marketing. Pelatihan digital marketing menjadi salah satu alternatif dalam mengatasi permasalahan yang dialami masyarakat Desa Troso terutama bagi para pelaku usaha tenun ikat. Pelatihan digital marketing di Desa Troso dilakukan dengan memberikan dasar-dasar tentang digital marketing,

kemudian dilanjutkan dengan materi pelatihan yang sebelumnya sudah disesuaikan dengan kebutuhan agar tetap relevan. Adapun metode pelaksanaannya menggunakan metode ceramah dan praktik kemudian diakhiri dengan sesi diskusi.

Pelaksanaan pelatihan digital marketing di Desa Troso menggunakan metode *active learning*, artinya peserta pelatihan dituntut untuk aktif dalam pelatihan. Interaksi peserta dalam pelatihan menjadi faktor penting dalam metode ini. Interaksi dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya, mengemukakan pendapat, atau refleksi (Arbarini, Rahmat, et al., 2022). Peserta pelatihan dapat bertanya apabila terdapat materi yang belum dipahami. Hal ini dilakukan untuk memastikan materi pelatihan dapat diserap dengan baik oleh peserta pelatihan.

4) Evaluasi Program Pemberdayaan

Evaluasi dalam pelatihan digital marketing diperlukan untuk mengulas kembali pelaksanaan pelatihan yang telah dilakukan. Tujuan diadakan evaluasi adalah untuk memastikan bahwa program pelatihan digital marketing ini berjalan dengan efektif, relevan, dan bermanfaat bagi peserta pelatihan. Selain itu, evaluasi ini juga bertujuan untuk mengetahui kekurangan atau kendala selama pelatihan berlangsung agar dapat dilakukan perbaikan kedepannya.

Proses evaluasi dilakukan dengan cara mengawasi jalannya pelatihan yang berfokus pada kesiapan sarana dan prasarana selama pelaksanaan, serta kesiapan peserta pelatihan dalam penyerapan atau pemahaman materi. Dalam hal ini, evaluasi dilakukan dengan melihat kemampuan peserta dalam sesi praktik serta dengan mengulas kembali materi yang sudah disampaikan sebelumnya. Selain itu, evaluasi ini juga dimanfaatkan untuk mengumpulkan informasi terkait kendala atau permasalahan yang terjadi selama pelatihan dari persepsi peserta pelatihan serta untuk mendapatkan timbal balik berupa tanggapan dan tindak lanjut yang akan dilakukan kedepannya (Was'an & Sariningsih, 2021).

Proses Pelaksanaan Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing

1) Tahap Penyadaran dan Pembentukan Perilaku

Pada praktik pemberdayaan masyarakat di Desa Troso, tahap ini dimulai dengan membuka kesadaran dari masyarakat mengenai kondisi diri dan lingkungan sekitarnya. Masyarakat desa Troso terutama pengusaha tenun ikat perlu beradaptasi dengan pesatnya perkembangan media digital agar dapat bertahan di pasar global.

Pemanfaatan digital marketing menjadi salah satu alternatif dalam mengatasi permasalahan yang dialami para pelaku usaha tenun ikat. Hal ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan media digital namun tidak dibarengi kemampuan dalam pemanfaatannya. Tujuannya tentu adalah untuk memperkecil gap antara perkembangan teknologi digital dan kemampuan masyarakat sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi digital tersebut untuk mengembangkan usahanya.

Analisis situasi dan kebutuhan telah dilakukan untuk mendapat gambaran permasalahan yang terjadi di Desa Troso. Gambaran permasalahan tersebut kemudian digunakan untuk membuat perencanaan dan penetapan program pemberdayaan yang cocok dan relevan dengan kebutuhan masyarakat yaitu dengan pemanfaatan digital marketing. Selanjutnya, pemerintah desa melakukan sosialisasi kepada masyarakat desa Troso selaku sasaran pemberdayaan. Sosialisasi ini dilakukan untuk menguji tanggapan atau reaksi terhadap ide atau rencana pelatihan digital marketing. Pengusaha tenun diberikan gambaran tentang permasalahan dan dampaknya terhadap usaha tenun ikat di Desa Troso. Mereka diberikan solusi yang relevan dengan kebutuhan saat itu berupa pelatihan digital marketing.

2) Tahap Transformasi Kemampuan dan Kecakapan

Pada praktik pemberdayaan di Desa Troso, tahap ini diartikan sebagai tahap pelaksanaan pemberdayaan dimana masyarakat desa Troso yang terjun dalam industri tenun ikat menjalani

proses pelatihan digital marketing. Tahap ini menjadi titik awal dimulainya perubahan kemampuan dan kecakapan peserta pelatihan dalam dunia digital marketing. Peserta pelatihan akan menjalani serangkaian kegiatan yang akan membantu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam pemanfaatan digital marketing.

Materi pelatihan yang diberikan disampaikan secara bertahap dimulai dengan memberikan dasar-dasar tentang digital marketing, kemudian materi lanjutan yang sebelumnya sudah disesuaikan dengan kebutuhan peserta pelatihan agar tetap relevan dengan keadaan saat itu (Cahya et al., 2021). Adapun metode pelaksanaannya menggunakan metode ceramah, kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung yang didampingi oleh pemateri, dan diakhiri dengan sesi diskusi. Hal ini dinilai cukup efektif dalam proses transfer ilmu kepada peserta pelatihan.

Selain materi pelatihan, proses penyampaian materi juga tidak kalah penting. Keterlibatan peserta pelatihan dalam proses pembelajaran serta interaksi antara pemateri dengan peserta pelatihan juga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan pelatihan digital marketing di Desa Troso. Hal tersebut berkaitan dengan kemampuan peserta pelatihan dalam menerima materi yang diberikan. Pada pelatihan ini, interaksi tidak hanya dilakukan searah, karena selain penyampaian materi dan praktik, ada sesi tanya jawab yang membantu interaksi baik antar peserta pelatihan maupun peserta dengan pemberdaya. Interaksi dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya, mengemukakan pendapat, atau refleksi (Arbarini, Ilyas, et al., 2022). Apabila ada kendala, pemberdaya akan mencoba mengajak peserta pelatihan untuk saling berdiskusi dan mencoba memecahkan masalah bersama.

3) Tahap Pengayaan atau Peningkatan Kemampuan Intelektual

Tahap pengayaan pada pemberdayaan masyarakat di Desa Troso dinilai dari pemahaman serta penerapan hasil pelatihan digital marketing dalam pada industri tenun ikat. Tahap ini juga ditandai dengan peningkatan intelektualitas, keterampilan dan kemandirian setelah mengikuti pemberdayaan (Hidayatullah & Suminar, 2019). Para pengusaha tenun ikat di Desa Troso mulai memanfaatkan digital marketing dalam mempromosikan dan memasarkan produk tenun mereka di dunia digital dengan lebih optimal. Hal ini dapat dilihat dari berbagai inovasi dan kreasi dalam pemasaran yang dilakukan oleh para pengusaha tenun ikat di Desa Troso.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing dirasakan oleh para pelaku usaha setelah mengikuti pelatihan digital marketing ini, tak terkecuali bagi mereka yang sebelumnya sudah menerapkan digital marketing. Pelatihan digital marketing yang dilakukan di Desa Troso memberikan pengetahuan berupa hal-hal dasar yang biasanya digunakan dalam praktik penjualan online seperti pengenalan platform penjualan, pembuatan konten dan pengelolaan media digital dan e-commerce.

Hal tersebut diatas merupakan dasar-dasar dalam digital marketing yang harus dikuasai oleh para pengusaha sebagai langkah awal dalam mengembangkan usahanya di dunia digital marketing. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, teknik digital marketing yang diterapkan oleh pengusaha tenun di Desa Troso sangat bervariasi. Namun, diperlukan adanya usaha terstruktur dari para pemilik usaha sebagai langkah lanjutan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing

1) Faktor Pendukung

Salah satu faktor utama yang mendukung adanya program pemberdayaan ini adalah kemajuan teknologi digital yang pesat. Adanya era digitalisasi ini memaksa berbagai sektor

dalam kehidupan bermasyarakat berjalan dengan mengandalkan media digital. Saat ini, banyak masyarakat yang menggunakan media digital dalam bersosial dan bekerja memenuhi kebutuhan hidupnya. Inilah yang kemudian dimanfaatkan dalam proses pemberdayaan masyarakat di Desa Troso.

Selain itu, kemauan masyarakat untuk berkembang menjadi faktor penting pada keberlangsungan pelatihan digital marketing ini. Dengan adanya kemauan ini dapat mengantarkan masyarakat untuk mencapai pada kesadaran dan kemauan belajar (Budiono, 2022). Dengan demikian memunculkan keterbukaan dan rasa membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk memperbaiki kondisi yang ada. Antusiasme masyarakat dalam mengikuti pelatihan digital marketing menjadi indikator adanya minat masyarakat untuk berkembang.

Faktor lain yang mendukung pemberdayaan masyarakat di Desa Troso yaitu adanya dukungan dan kerja sama dengan pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan program pemberdayaan (Wibowo & Mulyono, 2018). Desa Troso yang berstatus sebagai desa wisata yang mengangkat budaya lokal berupa atraksi tenun ikat, mendapat dukungan dari dinas pariwisata dan kebudayaan Jepara. Hal ini didasari dengan pemikiran bahwa apabila industri tenun ikat di Desa Troso maju dan semakin dikenal luas, akan berdampak pada kepariwisataan sehingga ekonomi masyarakat dapat berkembang.

Dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing di Desa Troso didukung oleh berbagai macam faktor. Faktor pendukung pada pemberdayaan masyarakat ini bisa diklasifikasikan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal pada pemberdayaan masyarakat ini berasal dari kemauan dan antusias masyarakat di Desa Troso untuk mengembangkan usahanya di dunia digital. Sedangkan faktor eksternal pada pemberdayaan masyarakat ini yaitu adanya kemajuan teknologi digital yang pesat serta dukungan dari pihak-pihak terkait.

2) Faktor Penghambat

Pelatihan digital marketing di Desa Troso dapat dikatakan berjalan dengan baik. Namun dalam prosesnya terdapat faktor yang menghambat pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dan juga pengaplikasian digital marketing di industri tenun ikat di Desa Troso. Faktor penghambat yang dimaksud merupakan sesuatu yang menjadi kendala dan tantangan dalam pelaksanaan pelatihan digital marketing maupun dalam penerapannya. Salah satu faktor yang menghambat pelaksanaan digital marketing yaitu masyarakat yang individual dan tidak kompak. Hal ini terjadi karena masyarakat yang mengikuti pelatihan merupakan para pengusaha yang bergerak di industri yang serupa. Artinya, diluar pelatihan, mereka merupakan pesaing bisnis di industri tenun ikat. Akibatnya, pelaksanaan pelatihan menjadi tidak optimal dan menghambat pertumbuhan pengetahuan dan keterampilan dalam dunia digital marketing.

Selain itu, minimnya SDM juga menjadi faktor penghambat dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Troso. Hal ini terjadi karena banyak masyarakat desa Troso yang menginginkan hasil yang pasti. Hal ini juga berkaitan dengan adanya persaingan di industri tenun ikat yang mengakibatkan usaha ini mengalami pasang surut. Akibatnya banyak dari mereka yang meninggalkan usaha tenun ikat dan beralih profesi dengan hasil yang jelas dan pasti. Dampaknya, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital marketing yang diusung oleh pemerintah desa Troso menjadi tidak optimal, karena berkurangnya SDM yang nantinya diharapkan akan melestarikan budaya lokal tenun ikat.

KESIMPULAN

Strategi pemberdayaan masyarakat di Desa Troso dilakukan dengan menganalisis situasi dan kebutuhan di industri tenun ikat Troso. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital masih belum optimal. Hasil tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan perencanaan dan penetapan program hingga disimpulkan bahwa program pelatihan digital marketing menjadi solusi alternatif dalam mengatasi permasalahan tersebut. Selanjutnya dilakukan pelaksanaan program pelatihan digital marketing dimulai dengan menggunakan metode ceramah, praktik, dan sesi diskusi. Tahap terakhir dilakukan evaluasi program pemberdayaan untuk mengetahui kekurangan atau kendala selama pelatihan, serta untuk mengetahui tingkat kemampuan peserta dalam menyerap materi pelatihan. Adapun proses pemberdayaan masyarakat di Desa Troso dilakukan melalui beberapa tahapan. Dimulai dengan tahap penyadaran dan pembentukan perilaku yang dilakukan dengan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya adaptasi melalui pemanfaatan digital marketing. Tahap kedua yaitu transformasi kemampuan dan kecakapan. Tahap ini berfokus pada pelaksanaan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta. Tahap ketiga adalah pengayaan atau peningkatan kemampuan intelektual. Peserta pelatihan menunjukkan adanya peningkatan dalam pemanfaatan digital marketing, termasuk dalam hal inovasi dan kreasi pemasaran. Namun, diperlukan usaha terstruktur dan berkelanjutan untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha mereka di dunia digital. Faktor pendukung pada pemberdayaan ini berasal dari kemauan dan antusias masyarakat Desa Troso untuk mengembangkan usahanya di dunia digital, kemajuan teknologi digital yang pesat serta dukungan dari pihak terkait. Adapun faktor yang menghambat pelaksanaan dan penerapan digital marketing yaitu karakter peserta pelatihan yang individualis, serta kurangnya SDM yang diberdayakan yang mengakibatkan tidak optimalnya pelaksanaan pelatihan digital marketing.

DAFTAR REFERENSI

- Arbarini, M., Ilyas, Kisworo, B., Malik, A., & Siswanto, Y. (2022). Pelatihan Ecoprinting Berbasis Participatory Learning and Action upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 02(Vol 2, No 3 (2022): September), 857–866.
<https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas/article/view/1422/1107>
- Arbarini, M., Rahmat, A., Ismaniar, Isa, Abd. H., & Siswanto, Y. (2022). Equivalency Education: Distance Learning and Its Impact in Indonesia. *Journal of Nonformal Education*, 8(1), 12–22.
- Arbarini, M., Suminar, T., Desmawati, L., & Mulyono, S. E. (2022). Pemberdayaan Perempuan Desa dengan Keterampilan Batik Gesek Godhong untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif. *Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 02(4), 1137–1146.
- Budiono, T. D. (2022). Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Pemberdayaan Masyarakat Islam Pada Bank Sampah Songolikoer. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 4(1), 95–116. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i1.214>
- Cahya, A. D., Rahmadani, D. A., Wijiningrum, A., & Swasti, F. F. (2021). Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 230–242. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.861>
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS:*

- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369.
<https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Ghozali, Z., Boari, Y., Aziza, Ir. N., Anggraini, H., Kurniastuti, C., Mawarni, I., & Loso Judijanto. (2024). *Manajemen Industri (Teori Komprehensif)* (Issue May).
https://www.researchgate.net/publication/380461692_MANAJEMEN_INDUSTRI_Teori_Komprehensif
- Hidayatullah, F. A., & Suminar, T. (2019). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Candi Plaosan Melalui Program Desa Wisata Untuk Kemandirian. *Lifelong Education Journal*, 1(1), 1–11.
- Lestari, T. S., & Suminar, T. (2020). Pemberdayaan sebagai Upaya Peningkatan Konservasi Budaya Lokal di Desa Menari Tanon. *Journal of Nonformal Education and ...*, 4(1), 1–16.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jnfc/article/view/34481>
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87–101. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.15151>
- Rahmat, H. K., Banjarnahor, J., Ma'rufah, N., & Widana, I. D. K. K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Oleh Bintara Pembina Desa (Babinsa) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 91–107. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/1237>
- Saleh, A., & Mujahiddin, M. (2020). Challenges and Opportunities for Community Empowerment Practices in Indonesia during the Covid-19 Pandemic through Strengthening the Role of Higher Education. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1105–1113.
<https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.946>
- Sutarto, J., Mulyono, S. E., Nurhalim, K., & Pratiwi, H. (2018). Model Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kecakapan Hidup Berbasis Keunggulan Lokal Desa Wisata Mandiri Wanurejo Borobudur Magelang. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 35(1), 27–40.
- Suwandi, M. A., & Prihatin, S. D. (2020). Membangun Keberdayaan Nelayan: Pemberdayaan Masyarakat Nelayan Melalui “Kelompok Usaha Bersama Berkah Samudra” di Jepara, Indonesia. *JISPO (Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik)*, 10(2), 231–255.
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/9451>
- Was'an, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital Di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, 1(1), 31–36. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.7>
- Wibowo, A. R., & Mulyono, S. E. (2018). Pemberdayaan masyarakat Melalui Pelatihan Budidaya Cacing. *Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 5(1), 54–66.