
Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Warga Kecamatan Cikarang Barat sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal

Karsih¹, Suwandi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa^{1,2}

✉

Email: anandakarsih75@gmail.com, suwandi@pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 10-07-2025

Disetujui 17-07-2025

Diterbitkan 19-07-2025

Katakunci:

*Pemberdayaan UMKM,
Digital Marketing,
Daya Saing Ekonomi,
Cikarang Barat,
Ekonomi Lokal.*

ABSTRAK

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan digital marketing menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing ekonomi lokal di Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pelatihan digital marketing terhadap peningkatan kapasitas UMKM dalam memasarkan produk dan jasa secara online, serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka, dengan mengacu pada berbagai literatur terkait pemberdayaan UMKM, digital marketing, dan pengembangan ekonomi lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, pelatihan ini mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM dan memperkuat ekosistem ekonomi lokal. Penelitian ini merekomendasikan penguatan program pelatihan berkelanjutan, integrasi teknologi digital yang relevan, dan dukungan kebijakan dari pemerintah daerah untuk memastikan keberlanjutan dampak positif bagi UMKM di Cikarang Barat.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Karsih, & Suwandi. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Warga Kecamatan Cikarang Barat sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 571-576. <https://doi.org/10.63822/fc8kww13>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi di banyak wilayah di Indonesia, termasuk di Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi. UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya keterampilan teknologi, dan rendahnya daya saing sering kali menghambat perkembangan UMKM. Di era digital, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi, khususnya digital marketing, menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Digital marketing memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional (Zed et al., 2024).

Kecamatan Cikarang Barat, sebagai salah satu wilayah industri di Kabupaten Bekasi, memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM. Wilayah ini dikenal sebagai pusat industri manufaktur, namun sektor UMKM di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa juga berkembang pesat. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Kurangnya literasi digital, minimnya pelatihan yang relevan, dan keterbatasan infrastruktur teknologi menjadi beberapa faktor penghambat. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi solusi strategis untuk memberdayakan UMKM agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Safitri et al., 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Cikarang Barat, serta kontribusinya terhadap peningkatan daya saing ekonomi lokal. Pendekatan studi pustaka digunakan untuk menganalisis berbagai literatur terkait pemberdayaan UMKM, strategi digital marketing, dan dampaknya terhadap ekonomi lokal. Penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pelatihan digital marketing, serta merumuskan rekomendasi untuk keberlanjutan program pemberdayaan UMKM. Dengan fokus pada Kecamatan Cikarang Barat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku UMKM dalam merancang strategi pemberdayaan yang efektif (Andriani et al., 2024).

Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing bukanlah hal baru di Indonesia. Berbagai program serupa telah dilaksanakan di berbagai daerah, seperti di Kabupaten Bandung dan Jawa Barat, dengan hasil yang cukup signifikan dalam meningkatkan keterampilan pelaku usaha dan memperluas akses pasar (Kartini et al., 2024). Namun, konteks lokal di Cikarang Barat memiliki karakteristik unik, seperti tingginya aktivitas industri dan heterogenitas pelaku UMKM, yang memerlukan pendekatan yang spesifik. Penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana pelatihan digital marketing dapat disesuaikan dengan kebutuhan UMKM di wilayah ini, serta bagaimana dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, penelitian ini juga akan membahas pentingnya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal dalam mendukung keberhasilan program pemberdayaan (Tanjung & Heriyanti, 2021).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, termasuk jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan dokumen terkait

pemberdayaan UMKM dan digital marketing. Literatur yang digunakan mencakup penelitian terbaru yang relevan dengan topik, seperti yang dilakukan oleh Zed et al. (2024), Safitri et al. (2025), Andriani et al. (2024), Kartini et al. (2024), Tanjung & Heriyanti (2021), dan beberapa referensi lainnya. Proses analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama terkait pemberdayaan UMKM, strategi digital marketing, dan dampaknya terhadap ekonomi lokal. Data dari literatur dianalisis secara deskriptif untuk memahami pola, tren, dan temuan yang relevan dengan konteks Kecamatan Cikarang Barat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyusun argumen yang kuat berdasarkan bukti dari sumber-sumber terpercaya tanpa memerlukan pengumpulan data primer di lapangan (Arfian et al., 2023).

PEMBAHASAN

Peran UMKM dalam Ekonomi Lokal

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di wilayah seperti Cikarang Barat yang merupakan pusat aktivitas ekonomi. UMKM tidak hanya menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, tetapi juga berkontribusi pada diversifikasi ekonomi dan ketahanan terhadap fluktuasi ekonomi global. Menurut Zed et al. (2024), UMKM di Kabupaten Bekasi, termasuk Cikarang Barat, telah menunjukkan potensi besar dalam pengembangan produk lokal, seperti makanan olahan, yang dapat meningkatkan daya saing di pasar regional. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas, yang sering kali disebabkan oleh kurangnya keterampilan pemasaran dan minimnya penggunaan teknologi digital.

Digital marketing menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi tantangan ini. Dengan memanfaatkan platform seperti media sosial, e-commerce, dan website, UMKM dapat menjangkau konsumen di luar batas geografis mereka. Safitri et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan optimalisasi operasional bisnis, termasuk pemasaran digital, dapat membantu UMKM naik kelas dan mencapai keberlanjutan. Di Cikarang Barat, pelaku UMKM yang mayoritas bergerak di sektor kuliner dan kerajinan dapat memanfaatkan strategi seperti iklan di media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran konten untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.

Pentingnya Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing memberikan pelaku UMKM keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Menurut Andriani et al. (2024), edukasi digitalisasi di wilayah seperti Kabupaten Bandung telah berhasil meningkatkan ketahanan usaha UMKM melalui peningkatan literasi digital. Pelatihan ini biasanya mencakup penggunaan platform media sosial, pembuatan konten yang menarik, analisis data pelanggan, dan strategi branding online. Di Cikarang Barat, pelatihan semacam ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan lokal, seperti fokus pada pemasaran produk kuliner atau kerajinan yang memiliki nilai budaya tinggi.

Selain itu, pelatihan digital marketing juga mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM. Kartini et al. (2024) menyoroti pentingnya pelatihan pengelolaan sumber daya manusia di era digital untuk memperkuat jejaring usaha kecil. Di Cikarang Barat, pelaku UMKM dapat membentuk komunitas atau kelompok usaha yang saling mendukung dalam memasarkan produk secara online. Misalnya, mereka dapat berkolaborasi dalam membuat konten promosi bersama atau mengadakan event virtual untuk memamerkan

produk lokal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya saing individu, tetapi juga memperkuat ekosistem UMKM secara keseluruhan.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Keberhasilan pelatihan digital marketing bergantung pada beberapa faktor pendukung, seperti ketersediaan infrastruktur teknologi, dukungan pemerintah, dan motivasi pelaku UMKM. Tanjung dan Heriyanti (2021) menekankan bahwa peningkatan tata kelola berbasis digital di tingkat desa dapat mendukung pemberdayaan ekonomi kreatif. Di Cikarang Barat, pemerintah daerah dapat berperan dalam menyediakan akses internet yang stabil dan perangkat teknologi yang terjangkau bagi pelaku UMKM. Selain itu, kemitraan dengan sektor swasta, seperti penyedia platform e-commerce, juga dapat mempercepat adopsi digital marketing.

Namun, ada pula faktor penghambat yang perlu diperhatikan. Kurangnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama generasi yang lebih tua, sering kali menjadi kendala utama. Selain itu, biaya pelatihan dan keterbatasan waktu untuk mengikuti pelatihan juga dapat menghambat partisipasi. Arfian et al. (2023) mencatat bahwa program pemberdayaan yang sukses harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keterbatasan target peserta. Oleh karena itu, pelatihan di Cikarang Barat perlu dirancang dengan pendekatan yang inklusif, seperti menyediakan materi dalam bahasa yang sederhana dan sesi pelatihan yang fleksibel.

Dampak terhadap Ekonomi Lokal

Pelatihan digital marketing memiliki dampak positif yang signifikan terhadap ekonomi lokal. Dengan meningkatnya keterampilan pemasaran, pelaku UMKM dapat meningkatkan pendapatan mereka, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi wilayah. Susanti et al. (n.d.) menunjukkan bahwa inovasi berbasis sumber daya lokal dapat menjadi pendorong utama peningkatan ekonomi masyarakat. Di Cikarang Barat, produk UMKM seperti makanan olahan dan kerajinan lokal dapat dipromosikan secara lebih luas melalui platform digital, sehingga menarik minat konsumen dari luar wilayah.

Selain itu, pelatihan ini juga dapat menciptakan efek domino, seperti peningkatan lapangan kerja lokal. Ketika UMKM berkembang, mereka cenderung membutuhkan tenaga kerja tambahan untuk memenuhi permintaan pasar. Hanafi (2024) menyoroti bahwa kebijakan perluasan kesempatan kerja di Kabupaten Bekasi dapat didukung oleh penguatan UMKM melalui pendekatan berbasis teknologi. Dengan demikian, pelatihan digital marketing tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi lokal secara keseluruhan.

Rekomendasi untuk Keberlanjutan

Untuk memastikan keberlanjutan program pelatihan digital marketing, beberapa rekomendasi dapat dipertimbangkan. Pertama, pemerintah daerah perlu mengembangkan program pelatihan berkelanjutan yang mencakup pembaruan teknologi terbaru. Kedua, kolaborasi dengan universitas dan lembaga pelatihan dapat meningkatkan kualitas materi dan metode pengajaran. Ketiga, pembentukan komunitas UMKM berbasis digital dapat menjadi wadah untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman antar pelaku usaha.

Terakhir, dukungan kebijakan seperti insentif pajak atau subsidi teknologi dapat mendorong lebih banyak UMKM untuk mengadopsi digital marketing (Nurmaidi & Sabardila, 2025).

KESIMPULAN

Pelatihan digital marketing merupakan strategi yang efektif untuk memberdayakan UMKM di Kecamatan Cikarang Barat dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal. Melalui peningkatan keterampilan digital, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat ekosistem ekonomi lokal. Studi pustaka menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pelaku usaha, tetapi juga menciptakan dampak positif jangka panjang, seperti peningkatan lapangan kerja dan ketahanan ekonomi. Namun, keberhasilan program ini bergantung pada ketersediaan infrastruktur, dukungan pemerintah, dan desain pelatihan yang inklusif. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan pemberdayaan UMKM di Cikarang Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Zed, E. Z., Purnamasari, P., Nugroho, D., & Nawangsih, I. (2024). Pelatihan Pengembangan Produk Olahan Pangan Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Kabupaten Bekasi. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(06), 314-322.
- Safitri, W., Huda, M., Hartati, N., Baldah, N., & Fauzan, E. (2025). Pelatihan Optimalisasi Operasional Bisnis UMKM menuju UMKM Naik Kelas dan Berkelanjutan. *Abdimas Awang Long*, 8(1), 57-65.
- Andriani, D., Azra, A., Afriliadi, M. N. A., & Oktaviana, P. (2024). Edukasi Ketahanan Usaha UMKM Melalui Program Digitalisasi di RW. 06, Kelurahan Manggahang, Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 5(4), 1-8.
- Kartini, T. M., Suhendra, S., Tan, E., & Sellina, S. (2024). Pelatihan Pengelolaan Sdm di Era Digital Pada Karang Taruna dan Usaha Kecil di Provinsi Jawa Barat. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(03), 124-131.
- Tanjung, A., & Heriyanti, S. S. (2021). Peningkatan Tata Kelola Desa Dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Desa Cipayung Kecamatan Cikarang Timur. *Jurnal Pengabdian Pelitabangsa*, 2(01), 7-13.
- Arfian, A., Palasara, N., Yana, A., & Cahyadi, C. (2023). Empowerment of Youth Organizations in Creating Independent Business Opportunities Through IP CCTV Installation Workshops in Cikedokan Village. *TRIDHARMADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Jayakarta*, 3(1), 11-20.
- Susanti, N. I., Penawan, A., Panglipurningrum, Y. S., Rahayu, S., Sapariyah, R. A., Kristiana, Y., ... & Suhardi, E. *INOVASI MAHASISWA DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT BERBASIS SUMBER DAYA WILAYAH*.
- Putu Yudy, W. (2023). File Pendukung Putu Yudy Wijaya.
- Afiah, D. R. Strategi Penguatan Komunitas Kebaya dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Pantai Beting Desa Bahagia, Kecamatan Muara Gembong (Bachelor's thesis, Falkultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi).

-
- Hanafi, S. (2024). Evaluasi Kebijakan Perluasan Kesempatan Kerja Untuk Tenaga Kerja Lokal Di Kabupaten Bekasi (Doctoral dissertation, Politeknik STIA LAN Jakarta).
- Nurmaid, M. R. F., & Sabardila, A. (2025). Peningkatan Kualitas Tata Kelola Destinasi Wisata di Desa Krikilan Kalijambe Kabupaten Sragen. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 6(1), 48-54.