

Optimalisasi Kolaborasi Karang Taruna dan Home Industri Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dusun Parenan 2 Melalui Digital Marketing

Hamidah Tussifah*, Qatrunnada Salsabila, Salma Rizani, Arfita Maula Nugraheni, Shaafa Amaliah Marendengi, Hilya Laila Karima Abidin, Zahro Nita Bil Mai, Ummu Salamah, Faradina Ilma Deannova, Asif trisnani
Universitas Darussalam Gontor

Info Artikel

Email korespondensi:

Hamidah Tussifah
hamidatussyifa@unida.gontor.ac.id

Keyword:

Digital marketing, Karang Taruna, social Welfare

Kata Kunci:

Digital Marketing, Karang Taruna, Kesejahteraan Masyarakat

Abstract

Abundant natural resources cannot guarantee the welfare of a community. Without superior human resources and collaboration between various elements of society, natural resources will be underutilized. The community service program in Parenan 2 hamlet seeks to optimize natural resources through collaboration between Karang Taruna (Youth Organization) and home industries to improve community welfare through the implementation of digital marketing. The main problems faced by home industry players are low digital literacy, limited market access and a lack of branding and online marketing strategies. The program's implementation methods include digital marketing training, social media optimization, and strengthening product identity through packaging design and promotional strategies. This collaboration has resulted in increased human resources capacity, expanded market research, and increased sales volume of local products. Furthermore, youth involvement in the digital marketing process encourages the growth of innovation and community-based economic independence. The results of the activity indicate that the synergy between Karang Taruna and home industry players is able to create a business ecosystem that is more adaptive to technological developments, thus positively impacting the sustainable increase in income and welfare of the Parenan 2 hamlet community.

Abstrak

Kekayaan alam yang melimpah tidak bisa menjadi jaminan kesejahteraan suatu masyarakat. Tanpa disertai sumber daya manusia yang unggul dan kolaborasi berbagai elemen masyarakat kekayaan alam akan kurang termanfaatkan secara optimal. Program pengabdian masyarakat di dusun Parenan 2 berusaha untuk mengoptimalkan kekayaan alam melalui kolaborasi antara Karang Taruna dan home industri dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan digital marketing. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku home industri adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pasar, serta kurangnya strategi branding dan pemasaran online. Metode pelaksanaan program ini meliputi pelatihan digital marketing, optimalisasi media sosial, serta penguatan identitas produk melalui desain kemasan dan strategi promosi. Kolaborasi ini menghasilkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan volume penjualan produk lokal. Selain itu, keterlibatan pemuda dalam proses pemasaran digital mendorong tumbuhnya inovasi dan kemandirian ekonomi berbasis komunitas. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sinergi antara Karang Taruna dan pelaku home industri mampu menciptakan ekosistem usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Dusun Parenan 2 secara berkelanjutan.



This is an open-access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license

PENDAHULUAN

Pembangunan desa pada hakikatnya merupakan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal dan penguatan kapasitas sumber daya manusia. Dusun Parenan 2 sebagai wilayah agraris dan kreatif, memiliki potensi ekonomi berbasis rumah tangga (*home industry*) di bidang kuliner yang cukup berkembang. Namun, potensi tersebut belum dikelola secara maksimal dan terintegrasi. Beberapa kendala fundamental yang masih dihadapi oleh para pelaku usaha lokal meliputi keterbatasan inovasi produk, manajemen usaha yang masih sederhana, pemasaran yang belum berbasis digital, serta rendahnya keterlibatan generasi muda dalam aktivitas ekonomi produktif menjadi tantangan tersendiri dalam keberlanjutan ekonomi desa. Kondisi ini sejalan dengan temuan Pradiani (2017) yang menyatakan bahwa sebagian besar usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan *digital marketing* sebagai strategi peningkatan daya saing, rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, serta minimnya pendampingan menjadi faktor utama yang menghambat optimalisasi pemasaran berbasis digital. Keterbatasan pemahaman berbasis digital ini sering kali mengakibatkan UMKM kehilangan peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan memperluas jangkauan pasar mereka (Naury, 2024). Demikian pula Amalia et al. (2023) menyebutkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bisa menciptakan peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM.

Strategi penguatan ekonomi lokal memerlukan sinergi dengan beberapa elemen masyarakat diantaranya Karang Taruna. Karang taruna sebagai wadah organisasi kepemudaan, memiliki posisi strategis untuk menjadi motor penggerak ekonomi apabila perannya dioptimalkan secara kolaboratif (Sariningsih et al., 2024). Pemanfaatan tepat guna, seperti pelatihan platform *digital*, menjadi instrument penting dalam menjembatani produk lokal dengan cakupan pasar yang lebih luas (Kiarie et al., 2025). Melalui peran aktif pemuda, hambatan geografis dan keterbatasan akses informasi dapat diatasi secara efektif.

Berbagai literatur menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro dan kecil (UMKM) mampu meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi desa secara signifikan melalui intervensi *digital marketing*. Kajian mengenai penguatan UMKM berbasis komunitas menegaskan bahwa pelatihan manajemen, inovasi produk dan adaptasi teknologi adalah faktor kunci keberhasilan usaha di era digital. Namun, masih ada literatur yang menyebutkan bahwa peran Karang Taruna dalam pembangunan desa sering kali masih menunjukkan keterbatasan, di mana kontribusi cenderung bersifat sementara dan belum terintegrasi dengan pengembangan sektor usaha produktif secara berkelanjutan (Dewi Adila et al., 2025). Selain itu, studi pengabdian masyarakat terdahulu umumnya lebih memfokuskan pada peningkatan kapasitas individu pelaku usaha tanpa secara spesifik mengintegrasikan peran kelembagaan pemuda sebagai penggerak ekosistem ekonomi lokal (Bastian & Farihin, 2025). Peran Karang Taruna dapat membantu dalam pengembangan pemuda produktif melalui pelatihan guna peningkatan kapabilitas dan juga kecakapan para pemuda dalam hal menguasai keterampilan, khususnya di bidang kewirausahaan. Dengan bekerja dengan usaha atau instansi yang sah, Karang Taruna juga dapat membantu membuka lapangan pekerjaan baru. Secara global, transformasi ekonomi digital dipandang sebagai instrumen strategis dalam mendorong pembangunan inklusif dan penguatan ekonomi

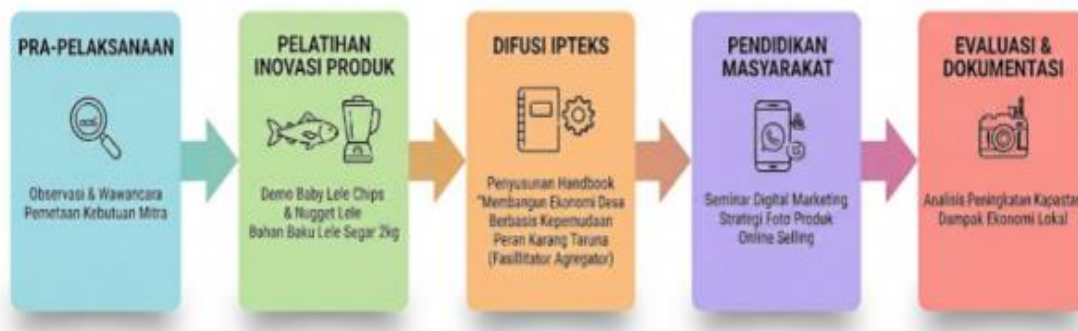
masyarakat pedesaan (Nation, 2024). Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini layak untuk dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dusun parenan 2. Sementara itu integrasi strategi digital marketing dalam model pemberdayaan berbasis komunitas menjadi relevan untuk diterapkan dalam program pengabdian ini sebagai pendekatan yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi kontemporer.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Dusun Parenan 2 desa Setono Ngrambe Ngawi yang dimulai tanggal 8 februari sampai dengan 5 Maret 2026. Program ini melibatkan pelaku home industry (UMKM) dan anggota Karang Taruna sebagai mitra utama. Rancangan pengabdian ini menggunakan pendekatan kombinasi yang meliputi wawancara, pelatihan dan difusi ipteks. Sebelum program ini dijalankan kegiatan pre test kami lakukan sebagai upaya untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan para mitra. Setelah pre test kami lakukan baru disusun beberapa program kerja yang cocok untuk dusun parenan 2. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif dan wawancara untuk memetakan kebutuhan serta potensi mitra sebelum program dijalankan, yang kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan peningkatan kapasitas masyarakat.

Pelaksanaan program kerja diawali dengan pelatihan inovasi produk olahan berbahan dasar lele. Produk olahan berupa baby lele chips dan nugget lele ini menjadi inovasi untuk meningkatkan pendapatan petani lele. Semula petani lele hanya menjual anakan ikan lele saja setelah dilakukan pelatihan maka usaha petani lele bisa lebih ditingkatkan menjadi olahan produk makanan siap saji. Dengan baby lele chips ini bisa mengurangi masalah petani lele, disaat banyak anakan ikan lele belum terjual maka anakan ikan lele bisa dijadikan produk inovatif lainnya. Pada tahap ini, dilakukan demonstrasi langsung pembuatan produk kreatif berupa *baby lele chips* dan nugget lele. Pelatihan ini melibatkan ibu-ibu rumah tangga dan anggota Karang Taruna secara aktif, mulai dari proses pembersihan bahan hingga teknik penggorengan yang tepat untuk menghasilkan produk yang tahan lama.

Program kerja lainnya dalam pengabdian ini adalah dilakukannya seminar tentang digital marketing. Dalam kegiatan ini dilaksanakan tahap Difusi Ipteks melalui penyusunan *handbook* sebagai panduan teknis bagi Karang Taruna dalam menjalankan peran sebagai Fasilitator, Akselerator, dan Agregator (Bachtiar, 2022). Buku ini dirancang untuk mengatur strategi sinergi, mencakup alur pendataan (*mapping*), penilaian kebutuhan (*needs assessment*), hingga prosedur pembuatan nota kesepakatan (MoU) sederhana antara pemuda dan pelaku usaha. Penyusunan *handbook* (buku saku) bertajuk "Membangun Ekonomi Desa Berbasis Kepemudaan" diharapkan bisa menjadi pedoman atau peningkatan literasi dalam berwirausaha. Kegiatan pengabdian masyarakat ini ditutup dengan dilakukannya post test sebagai bahan evaluasi dari program kerja yang telah direncanakan di awal program. Semua program kerja dilaksanakan di rumah bapak khoerun sebagai ketua Karang Taruna yang dihadiri pula oleh beberapa home industry (UMKM).



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat

HASIL

Pelaksanaan program pengabdian di Dusun Parenan 2 telah menghasilkan transformasi nyata pada kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) mitra. Pada aspek produksi, pelatihan inovasi lele berhasil mengubah pola pikir masyarakat dari sekedar produsen bahan mentah menjadi pelaku industri kreatif yang mampu menghasilkan produk bernilai tambah seperti *baby lele chips* dan *nugget lele*. Peningkatan pengetahuan ini tidak hanya mencakup aspek teknis pengolahan pangan, tetapi juga pemahaman mengenai kewirausahaan sosial sebagai sarana untuk membuka lapangan kerja baru. Dengan adanya diversifikasi produk lokal seperti *baby lele chips* dan *nugget lele*, masyarakat kini memiliki kemandirian ekonomi yang lebih tangguh dalam mengelola potensi sumber daya yang ada secara mandiri.



Gambar 2. Proses Demonstrasi Pembuatan Baby Lele Chips



Gambar 3. Hasil Baby Lele Chips

Peningkatan SDM yang paling fundamental terlihat pada penguatan kompetensi manajerial anggota Karang Taruna melalui implementasi *handbook* kolaborasi “*Membangun Ekonomi Desa Berbasis Kepemudaan*”. Pemuda Karang Taruna kini memiliki kerangka kerja profesional untuk menjalankan tiga peran strategis, yaitu sebagai Fasilitator yang memfasilitasi legalitas usaha dan akses modal, Akselerator yang mendampingi digitalisasi produk, serta Agregator yang mengelola sistem penjualan satu pintu. Pemahaman serta penguasaan alur kerja sama yang sistematis mulai dari tahap pendataan (*mapping*), penilaian kebutuhan (*needs assessment*), hingga penyusunan kesepakatan bagi hasil dalam bentuk MoU sederhana menunjukkan bahwa SDM Karang Taruna telah bertransformasi menjadi mitra profesional bagi UMKM yang mengedepankan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam setiap kegiatan ekonomi yang dijalankan.



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing dan Sosialisasi Hand Book



Gambar 5. Hand Book Untuk Peningkatan Literasi Bisnis Digital

Pada pilar pemasaran, edukasi *digital marketing* menunjukkan peningkatan literasi digital signifikan di kalangan pelaku UMKM dusun dan ibu-ibu anggota Karang Taruna. Mitra kini memahami bahwa pemasaran digital merupakan instrumen kunci efisiensi biaya yang memungkinkan proses penjualan dilakukan secara mandiri dari rumah dengan jangkauan pasar yang melampaui batas geografis desa. Perubahan perilaku ini tampak pada keterampilan baru dalam memproduksi konten visual yang kompetitif. Mitra kini mampu mempraktikkan teknik fotografi produk yang jernih serta menyusun deskripsi produk yang informatif. Sinergi ini tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi desa yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, membuka lapangan kerja dan kemandirian secara finansial.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Parenan 2 dapat disimpulkan telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan menggerakkan ekonomi desa melalui tiga pilar utama. Pertama, inovasi produk olahan lele telah memberikan pengetahuan teknis baru bagi ibu-ibu anggota Karang Taruna dalam menciptakan produk bernilai tambah (*baby lele chips* dan nugget lele), yang berpotensi menjadi komoditas unggulan desa. Kedua, implementasi *handbook*, "*Membangun Ekonomi Desa Berbasis Kepemudaan*" secara signifikan berhasil menguatkan kompetensi manajerial Karang Taruna.

Ketiga, seminar *digital marketing* telah meningkatkan literasi digital mitra secara tajam, yang dibuktikan dengan perubahan perilaku dalam memproduksi konten visual yang berkualitas serta kedisiplinan dalam melakukan promosi di platform digital. Secara keseluruhan, sinergi antara peran strategis pemuda dan produktivitas pelaku usaha telah menciptakan ekosistem ekonomi desa yang lebih adaptif dan kompetitif. Keberlanjutan program ini diharapkan dapat terus terjaga melalui panduan operasional yang telah disusun, sehingga kemandirian ekonomi masyarakat Dusun Parenan 2 dapat terus berkembang di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics Management and Business*, 2(2), 142–156.
- Bachtiar, S. (2022). *Optimalisasi Peran Pemuda Karang Taruna dalam Peningkatan Ekonomi Lokal di Kelurahan Geluran Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo Skripsi*.
- Bastian, A. P., & Farihin, A. (2025). Peran Karang Taruna Dalam Pemberdayaan Pemuda Desa Pasirbungur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 169–177. <https://doi.org/10.56145/ekobis.v5i1.308>
- Dewi Adila, A. S., Hadi Manggolo, N. S. K., & Nashifa, C. (2025). Pelatihan Keterampilan Digital Marketing Bagi Karang Taruna Candiretno. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 1330–1336.
- Nation, U. (2024). *Digital Economy Report, Shaping and environmentally sustainable and inclusive digital future*
- Naury, Chairullah, Eka Budhi Santosa, & Mursid Dwi Hastomo. (2024). *Literasi Digital dan Peningkatan Daya Saing UMKM Masa Kini*. Politeknik Harapan Bangsa Surakarta
- Sariningsih, Y., Gunawan, U. P., & Inayah, F. N. (2024). Opportunities and Challenges for “Karang Taruna” as a Human Service Organization to Strengthenin UBE’s Management. *Journal of Economic Empowerment Strategy (JEES)*, 7(1), 34–57. <https://doi.org/10.23969/jees.v7i1.12517>
- Kiarie, J., Owusu, E., & Hagabirema, G. (2025). The Role of Digital Marketing in Expanding Rural Markets in Sub-Saharan Africa. *Aurora: Journal of Emerging Business Paradigms*, 2(1), 1–11