

Pelatihan Bisnis Online Karang Taruna untuk Pengembangan UMKM di Dusun Polaman, Bantul

**Bambang Robi'in¹ Nabila Na'ma Aisa² Beni Suhendra Winarso³ Gibbran Prathisara⁴
Sheraton Pawestri⁵**

Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Ahmad Dahlan,
Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia^{1,5}

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan,
Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia^{2,3}

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad
Dahlan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia⁴

Email: bambang.robiin@tif.uad.ac.id¹ nabila.aisa@act.uad.ac.id² beni.winarso@act.uad.ac.id³
gibbran.prathisara@comm.uad.ac.id⁴ sheraton@tif.uad.ac.id⁵

Abstract

This community service aims to empower Karang Taruna Krida Remaja in Dusun Polaman, Bantul, through online business training and digital-based MSME development. The activities were conducted from February to March 2025, consisting of four main training sessions: digital marketing, e-commerce, capacity building for Karang Taruna, and product and marketing research. The methods included training, mentoring, observation, and evaluation. Results showed significant improvement in digital marketing skills and content creation, as well as Karang Taruna's role as a marketing hub for MSMEs. This program supports the development of a digital village and reduces youth unemployment. Follow-up recommendations include advanced training and collaboration with local government and private sectors to provide technological facilities. This service contributes to youth economic independence and MSME development in rural areas.

Keywords: Karang Taruna, MSMEs, Online Business, Digital Marketing, Youth Empowerment.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan memberdayakan Karang Taruna Krida Remaja Dusun Polaman, Bantul, melalui pelatihan bisnis online dan pengembangan UMKM berbasis digital. Kegiatan berlangsung Februari–Maret 2025 dengan empat pelatihan utama: digital marketing, e-commerce, peningkatan kapasitas Karang Taruna, dan riset produk serta pemasaran. Metode meliputi pelatihan, pendampingan, observasi, dan evaluasi. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan kemampuan digital marketing dan pembuatan konten, serta peran Karang Taruna sebagai hub pemasaran UMKM. Program ini mendukung pengembangan kampung digital dan mengurangi pengangguran pemuda. Rekomendasi tindak lanjut mencakup pelatihan lanjutan dan kolaborasi dengan pemerintah desa serta pihak swasta untuk penyediaan fasilitas teknologi. Pengabdian ini berkontribusi pada kemandirian ekonomi pemuda dan pengembangan UMKM di wilayah pedesaan.

Kata Kunci: Karang Taruna, UMKM, Bisnis Online, Digital Marketing, Pemberdayaan Pemuda



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama di wilayah pedesaan yang menjadi basis kehidupan masyarakat lokal. UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, di era digital saat ini, banyak UMKM di desa masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal digitalisasi dan pemasaran online. Digitalisasi UMKM menjadi tantangan global yang harus diatasi agar pelaku usaha dapat memperluas pasar, meningkatkan produktivitas, dan daya saing di tengah

persaingan ekonomi digital yang semakin ketat (Usman et al., 2024). Transformasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional, sehingga UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan dan mandiri (Hendrawan et al., 2024; INDEF, 2024). Permasalahan pengangguran pemuda merupakan isu global yang terus menjadi perhatian berbagai negara, termasuk Indonesia. Menurut International Labour Organization (2023), tingkat pengangguran pemuda secara global masih tinggi, dan hal ini berdampak pada rendahnya produktivitas serta kesejahteraan masyarakat. Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan pelatihan bisnis online menjadi salah satu solusi strategis untuk mengatasi pengangguran dan meningkatkan kemandirian ekonomi pemuda.

Di Dusun Polaman, Kalurahan Triwidadi, Kapanewon Pajangan, Kabupaten Bantul, permasalahan yang dihadapi mitra sangat spesifik. Beberapa UMKM lokal yang memproduksi makanan ringan seperti peyek dan emping garut masih mengelola usahanya secara konvensional tanpa kemasan yang menarik dan legalitas yang memadai. Sumber daya pendukung lain juga terbatas. Meskipun Polaman sudah memiliki website untuk mempromosikan produk dengan cita-cita mengembangkan kampung digital, banyak pemuda yang masih bekerja serabutan atau menganggur. Karangtaruna yang menaungi komunitas pemuda juga lebih banyak berfokus pada kegiatan sosial kemasyarakatan dan belum optimal dalam bidang ekonomi. Kondisi ini menunjukkan kebutuhan mendesak untuk pelatihan dan pembinaan agar Karangtaruna dapat menjadi pusat pengembangan dan pemasaran UMKM yang produktif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan bisnis online dan digital marketing efektif dalam meningkatkan kemampuan pemuda untuk mengelola dan mengembangkan UMKM secara mandiri (Aditya & Rusdianto, 2023; Khairani et al., 2021). Selain itu, kebijakan pemerintah seperti Program Kampung Digital dan pengembangan UMKM berbasis teknologi informasi mendukung pelaksanaan kegiatan ini sebagai upaya pemberdayaan ekonomi lokal. Pembinaan karangtaruna sebagai hub pemasaran dan pelaku bisnis online diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi pemuda (Purwito et al., 2024).

Dari permasalahan yang dihadapi mitra, tim merumuskan berbagai solusi yang bisa ditawarkan dalam kegiatan ini meliputi pembinaan Karangtaruna terkait pengelolaan produk UMKM, pelatihan digital marketing dan e-commerce, serta pelatihan riset pasar. Karangtaruna juga akan difasilitasi menjadi pusat pemasaran produk UMKM di Polaman, sehingga dapat meningkatkan peran ekonomi mereka secara signifikan. Tim PkM UAD mengusung tema pengabdian yakni Pelatihan Bisnis Online Karang Taruna Untuk Mendukung Pengembangan Umkm Di Dusun Polaman. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah memberdayakan Karangtaruna di Polaman untuk menjadi pelaku bisnis online yang mandiri dan produktif, sekaligus mengembangkan UMKM lokal melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, diharapkan dapat mengurangi pengangguran pemuda dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa dari Program Studi Informatika, Akuntansi, dan Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan (UAD). Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan kepada mitra, yaitu Karang Taruna Krida Remaja, Dusun Polaman, Kalurahan Triwidadi, Kapanewon Pajangan, Kabupaten Bantul. Profil mitra adalah Karangtaruna Dusun Polaman yang beranggotakan sekitar 20 pemuda aktif. Dusun Polaman memiliki akses internet dan website komunitas yang dikelola oleh Karangtaruna dengan tujuan mengembangkan kampung digital. Namun, sebagian besar pemuda masih menghadapi kendala dalam pengembangan usaha mandiri dan pemasaran

produk UMKM secara digital. Oleh karena itu, Karangtaruna dipilih sebagai mitra utama untuk diberdayakan agar dapat menjadi pusat pengembangan dan pemasaran produk UMKM di wilayah tersebut (Purwito et al., 2024). Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahap utama. Tahap pra pelaksanaan mencakup identifikasi kebutuhan mitra melalui survei dan observasi lapangan serta wawancara mendalam dengan anggota Karangtaruna dan pelaku UMKM. Tahap kegiatan utama terdiri dari empat pelatihan yang dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2025, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Waktu	Materi Pelatihan	Pemateri
Februari 2025	Strategi Digital Marketing	Dosen Informatika UAD
Februari 2025	Pelatihan E-commerce	Dosen Ilmu Komunikasi UAD
Maret 2025	Peningkatan Kapasitas Karangtaruna	Dosen Akuntansi UAD
Maret 2025	Riset Produk dan Pemasaran	Dosen Akuntansi UAD

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkelanjutan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan dengan metode diskusi kelompok, wawancara mendalam, observasi langsung, serta penugasan praktik untuk mengukur kemampuan dan penerapan materi oleh mitra. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan efektivitas pelatihan dan peningkatan kapasitas Karangtaruna sebagai hub pengembangan UMKM di Polaman.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sepanjang Bulan Februari hingga Maret 2025 dengan kurang lebih 20 peserta yang merupakan anggota Karang Taruna Krida Remaja, Dusun Polaman, Pajangan, Bantul. Terdapat 4 kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh Tim PkM UAD.

Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing dilaksanakan pada tanggal 22 Februari 2025 dengan fokus pada strategi pemasaran digital, urgensi digital marketing, perilaku pengguna online, dan pentingnya desain dalam pemasaran digital. Materi pelatihan juga dilengkapi dengan berbagai contoh toko online populer yang umum digunakan saat ini, seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana perilaku konsumen berubah di era digital dan bagaimana memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Pemateri dalam pelatihan ini adalah Dosen Prodi Informatika UAD. Agenda ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya digital marketing dalam mengembangkan usaha. Peserta mulai mampu mengidentifikasi target pasar secara online dan memahami elemen desain yang menarik untuk konten pemasaran. Observasi selama pelatihan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta dalam mempelajari pembuatan konten digital.



Gambar 1. Penyampaian Materi Strategi Digital Marketing

Pelatihan E-commerce

Pelatihan e-commerce telah terlaksana pada 22 Februari 2025, menitikberatkan pada peningkatan kapasitas pemuda dalam digital marketing dan pemanfaatan program afiliasi. Dosen Ilmu Komunikasi UAD memberikan pelatihan mengenai strategi pembuatan konten digital yang mendukung monetisasi, khususnya melalui platform Shopee Affiliate dan TikTok Shop. Materi mencakup cara mendaftar, mekanisme kerja program afiliasi, serta strategi konten seperti review produk, perbandingan produk, dan video tutorial. Selain itu, peserta diperkenalkan dengan jenis-jenis konten yang efektif menarik perhatian audiens dan pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok untuk menyebarkan link afiliasi secara optimal. Tim juga membekali peserta dengan wawasan perbedaan strategi konten antara afiliator dan kreator YouTube serta potensi penghasilan dari masing-masing.

Peningkatan Kapasitas Karangtaruna

Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 7 Maret 2025 dengan tujuan memberikan motivasi dan bekal kepada Karangtaruna untuk memulai berwirausaha dan berpikir kreatif. Materi difokuskan pada peran Karangtaruna sebagai fasilitator, inkubator, distributor, dan sekaligus seller produk UMKM di Dusun Polaman. Peserta diajak untuk memahami pentingnya peran mereka sebagai hub pengembangan UMKM yang dapat menghubungkan produsen dengan pasar digital. Materi disampaikan oleh Dosen Akuntansi UAD yang juga merupakan pelaku usaha di Yogyakarta. Hasil monitoring melalui diskusi dengan mitra menunjukkan bahwa peserta mulai memiliki kesadaran dan kesiapan untuk mengambil peran strategis dalam pengembangan UMKM. Mereka juga mulai merancang langkah-langkah konkret untuk mengelola pemasaran produk secara kolektif.



Gambar 3. Penyampaian Materi Peningkatan Kapasitas Karang Taruna



Gambar 4. Foto Bersama Tim PkM UAD dan Karang Taruna Krida Remaja

Riset Produk dan Pemasaran

Pelatihan riset produk dan pemasaran yang dilaksanakan pada 7 Maret 2025 mencakup riset pasar dan segmentasi konsumen, strategi branding dan diferensiasi produk, serta evaluasi dan pengembangan produk lanjutan. Peserta diajarkan cara mengidentifikasi kebutuhan pasar dan menentukan segmen yang tepat untuk produk UMKM mereka. Kegiatan dipandu oleh Dosen Akuntansi UAD. Melalui diskusi, peserta mampu merumuskan strategi pemasaran yang lebih terarah dan memahami pentingnya diferensiasi produk untuk memenangkan persaingan pasar. Pada pelatihan ini, peserta melakukan identifikasi jenis-jenis produk potensial yang dimiliki masyarakat Dusun Polaman dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Rencana selanjutnya, Karang Taruna Krida Remaja menyusun strategi untuk membawa produk-produk potensial tersebut ke pasar yang lebih luas baik secara langsung maupun melalui platform online.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara berkelanjutan selama pelaksanaan kegiatan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan penugasan praktik. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan dalam pemahaman dan kemampuan peserta, terutama dalam pembuatan konten digital dan pemanfaatan platform afiliasi. Mitra juga mampu melakukan riset pasar dengan memanfaatkan platform online. Evaluasi pasca kegiatan melalui diskusi dan wawancara mengindikasikan bahwa terdapat peningkatan minat oleh Karangtaruna untuk menjalankan peran sebagai hub pemasaran UMKM, meskipun masih dalam tahap awal. Peserta juga menunjukkan motivasi tinggi untuk terus mengembangkan usaha dan memanfaatkan teknologi digital. Untuk semakin menguatkan skil mitra dalam berwirausaha, tim PkM juga memberikan penugasan kepada anggota Karangtaruna untuk memulai menjadi hub antara pelaku UMKM di Desa Polaman dengan konsumen.

Kendala yang Dihadapi dan Saran Solusi

Beberapa kendala yang muncul selama pelaksanaan antara lain keterbatasan waktu pelatihan yang membuat beberapa materi terasa padat, serta variasi kemampuan peserta yang cukup beragam sehingga perlu pendekatan pembelajaran yang lebih personal. Sebagai solusi, tim PkM akan mengadakan pelatihan lanjutan dengan durasi lebih panjang dan sesi pendampingan intensif secara berkala. Tim juga berkomunikasi dengan salah satu anggota karangtaruna yang sudah memiliki pengalaman dalam mengelola e-commerce untuk terus melanjutkan edukasi digital marketing di Dusun Polaman. Solusi ini juga merupakan bentuk tindak lanjut dari tim PkM untuk mencapai tujuan pengabdian dengan lebih efektif dan maksimal. Penyediaan fasilitas teknologi yang memadai juga perlu didorong, misalnya melalui kerja sama dengan pemerintah desa atau pihak swasta. Pendekatan pembelajaran berbasis kelompok kecil dapat membantu mengatasi perbedaan kemampuan peserta agar hasil pelatihan lebih optimal.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat dengan tema Pelatihan Bisnis Online dan Pengembangan UMKM di Polaman Triwidadi Pajangan Bantul berhasil memberdayakan Karangtaruna dan pemuda setempat untuk menjadi pelaku bisnis online yang mandiri dan produktif. Kegiatan pelatihan yang meliputi digital marketing, e-commerce, peningkatan kapasitas Karangtaruna, serta riset produk dan pemasaran telah memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan yang signifikan. Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta dalam pembuatan konten digital dan pemanfaatan platform afiliasi, serta kesadaran yang lebih tinggi untuk menjalankan peran sebagai hub pemasaran UMKM di Dusun Polaman. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian untuk mengurangi pengangguran pemuda dan

meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Dampak positif kegiatan ini tidak hanya dirasakan oleh Karang Taruna Krida Remaja, tetapi juga oleh masyarakat dan UMKM di Polaman Triwidadi Pajangan dalam jangka panjang. Pemberdayaan karang taruna sebagai pusat pemasaran dan penggerak ekonomi digital memberikan peluang kerja baru bagi pemuda yang sebelumnya sebagian besar tidak bekerja atau hanya menjadi reseller. Kegiatan ini juga mendukung cita-cita pengembangan kampung digital yang inovatif dan mandiri, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Saran

Sebagai tindak lanjut, disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan dengan durasi lebih panjang dan pendampingan intensif secara berkala agar peningkatan softskill dan hardskill peserta dapat lebih optimal. Penelitian atau pengabdian terapan selanjutnya dapat difokuskan pada pengembangan produk inovatif berbasis kearifan lokal serta pemanfaatan teknologi digital yang lebih mendalam, seperti pemasaran melalui media sosial secara profesional dan pengelolaan logistik UMKM. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah desa dan pihak swasta dalam penyediaan fasilitas teknologi dan akses pasar digital perlu terus diperkuat untuk mendukung keberlanjutan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Hendrawan, S. A., Afdhal Chatra, Nurul Iman, Soemarno Hidayatullah, & Degdo Suprayitno. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 6, 141–149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- INDEF. (2024). *PeranPlatformDigitalTerhadapPengembanganUmkmDiIndonesia*. 10–40.
- International Labour Organization. (2023). *World and Social Outlook Employment Trends 2023*.
- Khairani, L., Ramlan, R., & Pulungan, D. R. (2021). Economic empowerment based on the strengthening of social capital in the implementation of village-owned enterprises. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 34(2), 209. <https://doi.org/10.20473/mkp.v34i22021.209-220>
- Purwito, L., Sucipto, Zulkarnain, & Widyaswari, M. (2024). Pengembangan Umkm Melalui Program Inkubasi. *Community Development Journal*, 5(5), 10207–10215.
- Usman, F., Syahrani, Hidayat, N., Novita, M., & Tunaima, N. (2024). Digitalisasi Pemasaran dan Pemberdayaan UMKM: Upaya Meningkatkan Ekonomi Desa Liagu, Sekatak, Bulungan. *Community Engagement & Emergence Journal*, 5(3), 387–398.