

Pelatihan Marketing dan Manajemen Persediaan Digital sebagai Strategi Kemandirian Ekonomi Komunitas Supermom Boyolali

Yuni Pristiwati Noer Widianingsih¹, Simon Nisja Putra Zai², Eko Diyah Nurkhayati³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swasta Mandiri, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Yuni Pristiwati Noer Widianingsih

E-mail: simonnisja@stas.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai respons terhadap pentingnya pemberdayaan ibu rumah tangga dalam menghadapi perkembangan teknologi digital untuk mendukung kemandirian ekonomi. Komunitas Supermom Boyolali, sebanyak 24 ibu rumah tangga, memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha melalui pemasaran online dan manajemen stok digital. Program ini dirancang dalam tiga tahapan utama yaitu identifikasi kebutuhan, pelatihan teori dasar, dan simulasi bisnis online. Hasil survei awal menunjukkan perlunya peningkatan keterampilan dalam strategi pemasaran digital dan pengelolaan stok yang efisien. Pelatihan teori dasar memberikan pemahaman tentang perilaku konsumen digital, strategi media sosial, serta aplikasi seperti Canva dan Stockpile. Simulasi bisnis online memberikan pengalaman nyata dalam pemasangan produk, pengelolaan stok, dan penyelesaian tantangan bisnis. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan dan kepercayaan diri peserta. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital dan kemandirian ekonomi komunitas, dengan rekomendasi pelatihan lanjutan serta kerja sama berkelanjutan bersama STIE Swasta Mandiri.

Kata kunci- *pengabdian, pelatihan pemasaran, manajemen persediaan, platform digital, UMKM.*

Abstract

This community service program was implemented in response to the critical need for empowering housewives to adapt to digital technology advancements to support economic independence. The Supermom Boyolali Community, consisting of 24 housewives, has significant potential to develop their businesses through online marketing and digital stock management. The program was designed in three main stages: needs identification, basic theory training, and online business simulation. The initial survey revealed the necessity of enhancing skills in digital marketing strategies and efficient stock management. The basic theory training provided participants with insights into digital consumer behavior, social media strategies, and applications such as Canva and Stockpile. The online business simulation offered practical experience in product placement, stock management, and addressing business challenges. Evaluation showed a significant improvement in participants' skills and confidence. This program successfully enhanced digital literacy and economic independence within the community, with recommendations for further training and sustainable collaboration with STIE Swasta Mandiri.

Keywords - *community services, marketing training, management inventory, digital platforms, SMEs.*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia bisnis telah mengalami perubahan besar akibat perkembangan teknologi digital (Rachmad et al., 2023). Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang mulai beralih ke platform digital untuk memasarkan produk mereka. Namun, di balik peluang yang menjanjikan ini, tidak sedikit UMKM yang masih kesulitan untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut (Darmawan et al., 2023). Teknologi digital yang seharusnya menjadi solusi seringkali terasa rumit, terutama bagi mereka yang tidak memiliki pengalaman atau pengetahuan mendalam tentang penggunaan teknologi ini (Wahyudi & Hayati, 2020).

Di tengah perubahan ini, komunitas ibu rumah tangga, seperti Komunitas Supermom Boyolali, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi digital. Banyak dari mereka yang telah menjalankan usaha kecil-kecilan dari rumah, mulai dari menjual makanan hingga produk kerajinan tangan (Baskara, 2022). Sayangnya, upaya mereka sering terhambat oleh kurangnya pengetahuan tentang pemasaran online yang efektif dan pengelolaan stok yang efisien. Kondisi ini tidak hanya membatasi pertumbuhan usaha mereka, tetapi juga membuat mereka sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Purnomo, 2019).

Teori relevan menunjukkan bahwa teknologi digital memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Menurut Baskara (2022) difusi inovasi teknologi dalam UMKM memungkinkan adopsi alat digital yang mendukung kelangsungan usaha, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan peluang baru dalam pasar yang semakin kompetitif.

Inovasi teknologi bisnis juga menjadi faktor kunci dalam menghadapi dinamika pasar. (Purnomo, 2019) menegaskan bahwa inovasi adalah elemen utama dalam proses kreatif-destruktif, di mana bisnis yang mampu beradaptasi dengan teknologi terbaru dapat bertahan dan berkembang. Implementasi inovasi dalam UMKM dapat mencakup penggunaan perangkat lunak manajemen, platform e-commerce, dan alat analitik untuk pengambilan keputusan (Jaza et al., 2024; Taufiq et al., 2023). Platform digital telah terbukti sebagai strategi bisnis yang efektif. platform digital seperti marketplace dan media sosial membantu bisnis kecil menjangkau konsumen secara global dengan biaya yang lebih rendah (Adinugroho et al., 2023; Karyati et al., 2020). Hal ini memberikan akses yang lebih luas terhadap pasar sekaligus memungkinkan interaksi yang lebih personal dengan pelanggan.

Pengelolaan keuangan bisnis digital juga menjadi aspek yang penting untuk keberhasilan UMKM. Menurut Suryani et al. (2024) penggunaan aplikasi keuangan digital seperti software akuntansi memungkinkan pelaku usaha memantau arus kas, menyusun laporan keuangan secara real-time, dan merencanakan investasi dengan lebih baik. Ini mendukung pengambilan keputusan yang berbasis data dan efisiensi operasional (Zai et al., 2024).

Dalam konteks persaingan saat ini, pengelolaan keuangan digital memberikan keunggulan kompetitif (Fauziah & Jawahir, 2024; Sholikhah & Pujiyanto, 2024). Kemampuan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat melalui data keuangan yang akurat memungkinkan UMKM bersaing dengan perusahaan besar. Lebih jauh, inovasi dalam pengelolaan keuangan digital dapat menjadi pembeda utama dalam mempertahankan pangsa pasar (Diana & Laila, 2021; Ihwan et al., 2025).

Komunitas Supermom Boyolali, yang terdiri dari ibu rumah tangga, memiliki potensi besar dalam mengembangkan usaha melalui pemasaran dan pengelolaan stok secara online. Urgensi pengabdian ini terletak pada kebutuhan untuk memberdayakan ibu rumah tangga agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Pelatihan ini dirancang untuk membantu mereka mengatasi kendala dalam pengelolaan usaha, sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan berkontribusi pada ekonomi lokal Boyolali yang lebih kuat.

METODE

Sebagai langkah awal, dilakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan anggota Komunitas Supermom Boyolali. Survei ini bertujuan memahami tingkat pengetahuan, keterampilan,

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dan kebutuhan spesifik peserta, sehingga pelatihan yang dirancang dapat relevan dan tepat sasaran (Fadhilah & Pratiwi, 2021; Saepulrohman et al., 2023; Was'an et al., 2023). Pendekatan peer-to-peer juga diterapkan dengan melibatkan anggota komunitas yang lebih berpengalaman untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman langsung. Informasi yang diperoleh dari proses ini menjadi dasar dalam menyusun modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan komunitas (Zai et al., 2021).

Pelatihan dimulai dengan teori dasar yang menekankan pentingnya pemasaran online dalam mendukung keberlanjutan usaha. Materi yang disampaikan mencakup teori perilaku konsumen di era digital, peran media sosial sebagai alat pemasaran, serta strategi menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan target pasar (Adinugroho et al., 2023; Suryani et al., 2024). Peserta diperkenalkan pada berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, termasuk cara memanfaatkan fitur-fitur unggulan pada platform tersebut untuk keperluan promosi. Selain itu, pelatihan ini juga membahas pengelolaan stok, termasuk pentingnya pencatatan yang akurat untuk mencegah kerugian usaha. Peserta diberikan gambaran mengenai aplikasi manajemen stok seperti Stockpile atau Inventree, yang memungkinkan pengaturan inventaris secara efisien dan real-time, sehingga dapat mendukung pengelolaan usaha secara optimal (Taufiq et al., 2023).

Langkah berikutnya dalam pelatihan yaitu tahap praktik langsung. Praktik langsung memberikan peserta pengalaman konkret dalam menerapkan teori melalui beberapa langkah. Dimulai dengan pembuatan konten media sosial, peserta diajarkan mengambil foto produk, menulis caption persuasif, dan menggunakan aplikasi desain seperti Canva. Selanjutnya, peserta mempraktikkan pendaftaran dan pengelolaan toko online di marketplace seperti Shopee atau Tokopedia, mencakup pengisian data produk, penetapan harga, dan pemanfaatan fitur promosi. Dalam pengelolaan stok, peserta diajarkan menggunakan aplikasi seperti Stockpile untuk mencatat barang masuk dan keluar serta membuat laporan inventaris. Diskusi interaktif di akhir sesi memungkinkan peserta berbagi pengalaman dan tantangan untuk memperdalam pemahaman (Jaza et al., 2024; Was'an et al., 2023).

Simulasi bisnis online dilakukan dengan membagi peserta ke dalam kelompok untuk menjalankan skenario bisnis fiktif. Setiap kelompok memiliki peran spesifik seperti pengelola stok, pemasaran, dan administrasi keuangan. Peserta mensimulasikan transaksi digital, mulai dari pemasangan produk di marketplace hingga pengelolaan pesanan dan stok, sambil menghadapi tantangan seperti komplain pelanggan atau stok terbatas (Fadhilah & Pratiwi, 2021; Saepulrohman et al., 2023). Hasil simulasi dipresentasikan, lengkap dengan strategi, kendala, dan solusi yang digunakan, serta mendapatkan umpan balik untuk meningkatkan keterampilan mereka. Tahapan ini membantu peserta memahami penerapan ilmu secara praktis dalam situasi nyata (Amar et al., 2024; Musta'in et al., 2022; Utomo et al., 2022).

Tahapan akhir pelatihan ini yaitu melakukan kegiatan evaluasi. Kegiatan evaluasi dilakukan untuk menilai hasil pelatihan dan memberikan umpan balik yang konstruktif. Peserta diminta menunjukkan hasil praktik mereka, seperti konten media sosial, pengelolaan toko online, dan pencatatan stok, dengan penilaian berdasarkan kreativitas, keakuratan, dan efektivitas (Alfita et al., 2024; Cahyono & Suryawirawan, 2021; Jureid, 2024; Susianti et al., 2022). Diskusi kelompok diadakan untuk berbagi pengalaman dan tantangan, sementara fasilitator memberikan feedback terarah untuk meningkatkan kualitas hasil praktik (Afandi, 2022; Katias et al., 2022; Wahyudi & Hayati, 2020). Peserta juga menyusun rencana tindak lanjut guna menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam usaha mereka. Sebagai penutup, kuesioner diisi untuk mengukur keberhasilan pelatihan dan memperoleh masukan mengenai relevansi materi dan metode pelatihan. Berikut tabel tahapan pelaksanaan pengabdian.

Tabel 1.
Tahapan kegiatan pengabdian

Tahapan Kegiatan	Deskripsi Singkat	Tanggal	Penanggung jawab
Identifikasi Kebutuhan	Survei untuk memahami kebutuhan peserta dan menyusun modul pelatihan. Pendekatan peer-to-peer digunakan untuk berbagi pengetahuan langsung.	10-15 Sep 2024	1
Pelatihan Teori Dasar	Materi tentang pemasaran online, perilaku konsumen digital, penggunaan media sosial, dan pengelolaan stok dengan aplikasi digital.	9-Sep-24	2
Praktik Langsung	Peserta mempraktikkan pembuatan konten media sosial, pendaftaran toko online, dan pencatatan stok menggunakan aplikasi digital.	22-Sep-24	3
Simulasi Bisnis Online	Simulasi tim dalam menjalankan bisnis digital, termasuk pemasangan produk, pengelolaan stok, dan strategi pemasaran.	22 sept - 20 Okt 24	2
Evaluasi dan Feedback	Penilaian hasil praktik, diskusi kelompok, pemberian feedback, penyusunan rencana tindak lanjut, dan pengisian kuesioner.	25 Okt 2024	1

Sumber: kegiatan pelaksanaan pengabdian (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi kebutuhan

Tahap identifikasi kebutuhan dimulai dengan pelaksanaan survei awal yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan spesifik anggota Komunitas Supermom Boyolali. Survei dilakukan dengan metode wawancara terstruktur dan kuesioner, yang dirancang untuk menggali informasi terkait tingkat pengetahuan, keterampilan, dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha kecil. Proses ini melibatkan partisipasi aktif dari empat orang ibu rumah tangga sebagai responden utama, yang dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam komunitas serta pengalaman mereka dalam menjalankan usaha.

Selama proses survei, ditemukan dua kebutuhan utama yang mendesak, yaitu:

1. Kemampuan Pemasaran Online

Para peserta merasa perlu memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Beberapa responden mengungkapkan kesulitan dalam membuat konten menarik untuk produk mereka dan kurangnya pengetahuan tentang fitur-fitur platform digital seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business.

2. Manajemen Stok yang Efisien

Peserta juga mengidentifikasi kendala dalam pencatatan stok yang sering kali dilakukan secara manual dan rawan kesalahan. Hal ini menyebabkan sulitnya melacak arus barang masuk dan keluar, yang berpotensi menyebabkan kerugian usaha.

Pendekatan peer-to-peer diterapkan sebagai bagian integral dari proses identifikasi kebutuhan. Dalam diskusi kelompok kecil, dua anggota komunitas yang lebih berpengalaman berbagi wawasan mereka tentang praktik terbaik dalam pemasaran online dan pengelolaan stok. Hal ini memberikan perspektif langsung kepada anggota lain mengenai tantangan dan solusi praktis yang dapat diterapkan. Selain itu, diskusi ini mendorong suasana belajar yang lebih interaktif dan kolaboratif, di mana peserta merasa nyaman mengemukakan kebutuhan dan aspirasi mereka.

Hasil survei dan diskusi tersebut dianalisis untuk menyusun modul pelatihan yang relevan dan tepat sasaran. Modul ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan utama yang telah diidentifikasi, dengan fokus pada keterampilan teknis yang dapat langsung diaplikasikan dalam pengelolaan usaha kecil. Dengan pendekatan ini, tahapan identifikasi kebutuhan tidak hanya menjadi fondasi pelatihan yang efektif, tetapi juga memberdayakan peserta melalui keterlibatan aktif mereka dalam proses perencanaan.

Pelatihan teori dasar

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, pelatihan teori dasar dirancang untuk memenuhi dua kebutuhan utama komunitas, yaitu kemampuan pemasaran online dan manajemen stok yang efisien. Pelatihan ini dilaksanakan dengan menggunakan modul pelatihan yang relevan, memadukan teori dengan diskusi interaktif untuk meningkatkan pemahaman peserta. Berikut adalah pemaparan materi dan hasil yang dicapai:

Tabel 2.
Pemaparan materi dan pencapaian hasil

Materi Pelatihan	Pemaparan Materi	Hasil Pelatihan
Pemasaran Online	1. Perilaku Konsumen Digital: Pengenalan pola konsumsi di era digital.	1. Peserta memahami pentingnya media sosial sebagai alat pemasaran.
	2. Peran Media Sosial: Penjelasan platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business.	2. Peserta mampu merancang strategi konten sesuai target pasar.
	3. Strategi Konten: Panduan membuat konten menarik dengan aplikasi seperti Canva.	3. Setiap peserta membuat draft konten pemasaran sederhana.
Manajemen Stok	1. Pentingnya Pencatatan Stok: Dampak pencatatan yang akurat pada usaha.	1. Peserta memahami risiko pencatatan stok manual.
	2. Penggunaan Aplikasi Digital: Pengenalan aplikasi seperti Stockpile dan Inventree.	2. Peserta berhasil mencoba aplikasi manajemen stok.
	3. Strategi Pengelolaan Stok: Cara menetapkan sistem pencatatan yang efektif.	3. Beberapa peserta mulai merencanakan implementasi aplikasi digital.

Sumber: kegiatan pelaksanaan pengabdian (2024)

Pelatihan teori dasar diikuti oleh 24 ibu rumah tangga dari Komunitas Supermom Boyolali. Materi meliputi pemasaran online, seperti penggunaan media sosial dan pembuatan konten menarik, serta manajemen stok dengan aplikasi digital seperti Stockpile. Peserta memahami pentingnya pemasaran dan pencatatan stok, berhasil membuat draft konten, dan mencoba aplikasi stok. Pelatihan ini meningkatkan keterampilan dan motivasi peserta untuk menerapkan teknologi dalam usaha mereka.

Praktik dan simulasi bisnis online

Kegiatan praktik langsung dan simulasi bisnis online memberikan pengalaman nyata kepada peserta dalam menjalankan usaha digital. Peserta menunjukkan peningkatan keterampilan teknis dan strategi, serta merasa lebih percaya diri dalam mengelola bisnis kecil mereka. Kegiatan ini berhasil menciptakan fondasi yang kuat bagi peserta untuk menerapkan teknologi digital dalam usaha mereka.

Berikut hasil praktik dan simulasi bisnis online pada komunitas supermom boyolali:

Tabel 3.

Praktik dan simulasi bisnis online

Kegiatan	Deskripsi	Hasil	Metode Pelaksanaan
Pemasangan Produk	Tim mengunggah produk ke marketplace dengan deskripsi, foto, dan harga yang relevan.	Peserta mampu membuat pemasangan produk yang menarik dan informatif.	Setiap tim mengelola data produk dan mengunggahnya ke marketplace yang disimulasikan.
Pengelolaan Stok	Tim mencatat barang masuk dan keluar menggunakan aplikasi digital seperti Stockpile.	Peserta memahami pentingnya pencatatan stok dan berhasil menggunakan aplikasi digital secara efisien.	Peserta dibimbing untuk menggunakan aplikasi stok secara langsung melalui simulasi inventaris.
Strategi Pemasaran	Tim merancang strategi promosi produk melalui media sosial menggunakan konten yang telah dibuat sebelumnya.	Peserta mampu menyusun strategi pemasaran efektif yang meningkatkan daya tarik produk.	Tim bekerja sama untuk merancang promosi media sosial berbasis target pasar.
Penyelesaian Tantangan	Tim menghadapi simulasi masalah, seperti keluhan pelanggan atau keterbatasan stok, dan mencari solusi inovatif.	Peserta menunjukkan kemampuan problem-solving dengan menyelesaikan tantangan skenario bisnis.	Tim bekerja dalam kelompok untuk menyelesaikan masalah yang diberikan oleh fasilitator.

Pembuatan Konten Kreatif dan Unik	Peserta diajarkan membuat konten yang menarik dan unik untuk media sosial menggunakan aplikasi seperti Canva.	Peserta mampu membuat konten kreatif yang sesuai dengan karakter produk, meningkatkan daya tarik di media sosial.	Peserta didampingi dalam merancang konten media sosial, mulai dari desain hingga penulisan caption yang persuasif.
-----------------------------------	---	---	--

Sumber: kegiatan pelaksanaan pengabdian (2024)

Simulasi bisnis online yang dilakukan oleh Komunitas Supermom Boyolali berhasil memberikan pengalaman nyata kepada peserta dalam mengelola bisnis digital. Peserta mampu membuat pemasangan produk yang informatif di marketplace, mencatat stok secara efisien menggunakan aplikasi digital, dan merancang strategi pemasaran kreatif melalui media sosial. Selain itu, peserta juga menunjukkan kemampuan problem-solving dengan menyelesaikan tantangan skenario bisnis, seperti menangani keluhan pelanggan dan stok terbatas. Kegiatan ini meningkatkan keterampilan teknis, kolaborasi tim, dan kepercayaan diri peserta dalam menghadapi dinamika bisnis digital.

Evaluasi Kegiatan

Pelatihan simulasi bisnis online untuk Komunitas Supermom Boyolali menunjukkan hasil yang positif berdasarkan evaluasi dan feedback yang diterima. Dari sisi pemahaman materi, peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan. Sebagian besar mampu memahami konsep pemasaran online, manajemen stok, dan strategi bisnis digital. Teori yang diajarkan terbukti dapat diterapkan dengan baik selama simulasi, seperti pembuatan konten kreatif, pemasangan produk di marketplace, dan pengelolaan stok menggunakan aplikasi digital.

Dalam hal keterampilan teknis, peserta yang sebelumnya kurang akrab dengan teknologi berhasil menggunakan aplikasi seperti Canva untuk membuat konten unik dan Stockpile untuk pencatatan stok. Meskipun beberapa peserta membutuhkan waktu untuk beradaptasi, hasil akhir menunjukkan peningkatan kemampuan yang nyata. Selain itu, kerja sama tim menjadi salah satu pencapaian penting. Peserta mampu berkolaborasi dalam menyelesaikan tugas kelompok, termasuk menangani tantangan seperti keluhan pelanggan dan keterbatasan stok. Namun, beberapa tim membutuhkan bimbingan lebih lanjut dalam pembagian peran agar lebih efektif.

Fasilitator memberikan apresiasi atas antusiasme dan kreativitas peserta selama pelatihan. Pembuatan konten media sosial yang menarik dan ketepatan dalam pengelolaan stok menjadi keunggulan yang menonjol. Namun, terdapat area yang perlu ditingkatkan, seperti pemahaman lebih mendalam tentang strategi pemasaran digital dan penguasaan aplikasi digital. Fasilitator merekomendasikan pelatihan lanjutan untuk memperdalam keterampilan peserta, terutama dalam optimalisasi teknologi untuk usaha mereka. Selain itu, disarankan pembentukan kelompok diskusi pascapelatihan untuk menjaga semangat kolaborasi dan berbagi pengalaman.

Dari sisi peserta, mereka menyatakan bahwa pelatihan ini relevan dengan kebutuhan mereka dan memberikan manfaat besar dalam pengelolaan usaha kecil. Pelatihan ini membantu mereka memahami teknologi baru, meningkatkan keterampilan praktis, dan memberikan kepercayaan diri untuk menerapkan strategi yang diajarkan. Peserta juga memberikan masukan untuk memperpanjang durasi pelatihan, terutama pada sesi praktik langsung, sehingga mereka memiliki lebih banyak waktu untuk memahami dan menguasai materi.

Secara keseluruhan, pelatihan simulasi bisnis online ini berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi peserta. Untuk mempertahankan hasil yang dicapai, diperlukan

pendampingan lanjutan dan sesi pelatihan tambahan guna memperkuat implementasi teknologi dalam pengelolaan usaha peserta.

Pembahasan

Pelaksana program pengabdian kepada masyarakat oleh LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swasta Mandiri yang telah dijalankan beberapa dosen telah memberikan dampak signifikan bagi pengembangan pengetahuan dan kontribusi nyata bagi masyarakat. Pelatihan untuk Komunitas Supermom Boyolali dilaksanakan secara komprehensif, dimulai dengan tahap identifikasi kebutuhan yang menjadi fondasi penting bagi seluruh kegiatan. Pada tahap ini, survei awal dan pendekatan peer-to-peer digunakan untuk menggali kebutuhan spesifik peserta. Hasilnya menunjukkan bahwa komunitas memerlukan peningkatan keterampilan dalam pemasaran online dan manajemen stok. Tantangan utama meliputi kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi dan pencatatan stok yang masih dilakukan secara manual. Pendekatan peer-to-peer memungkinkan anggota komunitas yang lebih berpengalaman untuk berbagi pengetahuan langsung, menciptakan suasana belajar yang kolaboratif dan mendalam.

Berdasarkan hasil tersebut, pelatihan teori dasar dirancang untuk memberikan pemahaman teknis yang relevan. Peserta diperkenalkan pada konsep pemasaran online, termasuk perilaku konsumen digital, strategi penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, serta pembuatan konten menarik menggunakan Canva. Dalam pengelolaan stok, peserta diajarkan pentingnya pencatatan yang akurat dan dikenalkan pada aplikasi digital seperti Stockpile untuk meningkatkan efisiensi. Pelatihan ini memberikan dampak nyata, di mana peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap konsep yang diajarkan dan mampu membuat draft konten serta mengenal alat digital yang mendukung usaha mereka.

Simulasi bisnis online menjadi langkah lanjutan yang memberikan pengalaman praktis kepada peserta. Dalam kegiatan ini, peserta dibagi menjadi tim kecil untuk menjalankan skenario bisnis fiktif. Aktivitas meliputi pemasangan produk di marketplace dengan deskripsi dan harga yang relevan, pengelolaan stok menggunakan aplikasi digital, serta perancangan strategi pemasaran melalui media sosial. Peserta juga diajarkan membuat konten kreatif yang unik untuk meningkatkan daya tarik produk. Simulasi ini memberikan tantangan berupa keluhan pelanggan atau keterbatasan stok, yang memaksa peserta untuk berpikir kritis dan menemukan solusi inovatif. Hasilnya, peserta menunjukkan peningkatan dalam kolaborasi tim, penggunaan teknologi digital, dan kemampuan problem-solving yang diperlukan untuk mengelola usaha kecil secara efektif.

Evaluasi pelatihan menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Mereka merasa materi yang diberikan relevan dan aplikatif terhadap kebutuhan usaha mereka. Peserta juga menyatakan bahwa pelatihan ini membantu mereka menguasai teknologi baru dan meningkatkan kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis digital. Namun, beberapa peserta menyarankan perpanjangan durasi praktik langsung agar lebih banyak waktu untuk menguasai materi secara mendalam. Fasilitator mencatat antusiasme peserta dan merekomendasikan pelatihan lanjutan untuk memperkuat implementasi teknologi serta pembentukan kelompok diskusi pascapelatihan untuk mempertahankan semangat kolaborasi.

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan ini berhasil memberdayakan Komunitas Supermom Boyolali dengan memberikan pemahaman, keterampilan, dan motivasi yang aplikatif dalam mendukung keberlanjutan usaha kecil mereka. Pelatihan ini membekali peserta dengan fondasi yang kuat untuk mengelola usaha secara lebih profesional, sekaligus membuka peluang untuk mendalami teknologi digital dalam bisnis di masa depan.



Gambar 1.
Dokumentasi Kegiatan

KESIMPULAN

Pelatihan yang diberikan kepada Komunitas Supermom Boyolali telah berhasil memberdayakan anggota komunitas, terutama ibu rumah tangga, dalam meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial yang relevan untuk usaha kecil mereka. Melalui identifikasi kebutuhan, pelatihan teori dasar, dan simulasi bisnis online, peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pemasaran online, pengelolaan stok, serta kemampuan problem-solving. Mereka juga mampu memanfaatkan aplikasi digital seperti Canva dan Stockpile untuk mendukung usaha mereka secara lebih efisien. Simulasi bisnis memberikan pengalaman praktis yang memperkuat keterampilan kolaborasi dan kreativitas dalam menyelesaikan tantangan bisnis. Evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini relevan, aplikatif, dan meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menjalankan usaha kecil.

Namun, meskipun hasil yang dicapai signifikan, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti pendalaman materi teknologi digital dan durasi praktik langsung yang dirasakan kurang memadai oleh peserta. Untuk memastikan keberlanjutan dan optimalisasi hasil pelatihan, diperlukan langkah-langkah strategis tambahan.

Komunitas Supermom Boyolali disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan tentang pemasaran digital dan pengelolaan usaha, membentuk kelompok diskusi untuk berbagi pengalaman, memaksimalkan media sosial untuk promosi, serta melibatkan mentor untuk mendukung implementasi hasil pelatihan.

STIE Swasta Mandiri direkomendasikan menjalin kerja sama berkelanjutan dengan komunitas melalui pelatihan rutin, monitoring, dan evaluasi. Selain itu, memperluas jaringan kemitraan dan mengembangkan kurikulum berbasis kebutuhan masyarakat dapat memperkuat kontribusi institusi dalam pemberdayaan komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh anggota Komunitas Supermom Kabupaten Boyolali atas semangat dan partisipasi luar biasa dalam pelatihan ini. Kami juga sangat menghargai dukungan penuh dari pengurus komunitas dan pemerintah setempat yang telah menjadi bagian penting dari keberhasilan kegiatan ini. Penghargaan khusus juga kami sampaikan kepada STIE Swasta Mandiri Surakarta atas komitmennya dalam menyediakan materi pelatihan yang relevan dan bermanfaat. Kolaborasi yang terjalin erat ini telah menciptakan pelatihan yang sukses, memberikan wawasan baru, serta meningkatkan literasi dan keterampilan keuangan bagi peserta. Semoga ilmu yang diperoleh menjadi langkah awal yang berharga dalam pengelolaan keuangan keluarga untuk masa depan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, M., Sari, R., & Rasyid, R. A. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media Instagram. *Indonesia Berdaya*, 4(3), 895–902.
- Afandi, A. (2022). *Metodologi pengabdian masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan
- Alfita, R., Nahari, R. V., Pramudia, M., & Kartika, K. (2024). Pelatihan digital marketing untuk UMKM batik. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 5(2), 93–100.
- Amar, A., Affandi, A., Sunandar, A., Azizah, M. B. A., Sahroni, S., & Arianto, N. (2024). Strategi pemasaran digital yang efektif dalam upaya peningkatan daya saing UMKM Keduemas Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(2), 282–293.
- Baskara, I. (2022). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era New Normal. *Abdimas*, 8(4), 241–250.
- Cahyono, K. E., & Suryawirawan, O. A. (2021). Pelatihan Pengelolaan Persediaan, Pemasaran Dan Pembukuan Sederhana Untuk UMKM Desa Pakis Kecamatan Kunjang Kabupaten Kediri: Pengabdian Masyarakat UMKM Desa Pakis Kediri. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 4(2), 122–126.
- Darmawan, D., Tinambunan, A. P., Hidayat, A. C., Sriharyati, S., Hamid, H., Estiana, R., Sono, M. G., Ramli, A., Sondeng, S., & Mareta, S. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Diana, D., & Laila, N. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1).
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). *Strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing*.
- Fauziyah, N. N., & Jawahir, M. (2024). Pemberdayaan Pelaku UMKM Perikanan Melalui Digitalisasi di Kabupaten Maluku Tengah dengan Metode ABCD. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2739–2745.
- Ihwan, K., Susanto, B. F., & Surya, R. Z. (2025). PkM Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM. *TRIMAS: Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 23–31.
- Jaza, M. M., Khoiruddin, M. I., Pinasty, R. N., Barira, I. N., & Adhitya, T. (2024). Integrasi Kasir Pintar Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Warung Kuliner Dhoho Plaza Kota Kediri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 537–542.
- Jureid, J. (2024). Pelatihan E-Commerce (Digital Marketing) pada Umkm Kue Khas Desa Kayu Laut Mandailing Natal. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 55–63.
- Karyati, D., Budiman, A., Rohayani, H., & Sunaryo, A. (2020). Model Home Industri Seni: Studi Hasil

- Pelatihan Pembuatan Busana Tari Dalam Membantu Kemandirian Ekonomi Keluarga. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 682–692.
- Katias, P., Herlambang, T., & Anshori, M. Y. (2022). Pengembangan Sistem Manajemen Strategi Dengan Pelatihan Simulasi Estimasi Saham Perusahaan Di PT. Indo Dynamic Technology. *Semanggi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 147–152.
- Musta'in, M. M., Muafiqie, M. S. D. H., Karman, M. S. A., & Kalsum, M. M. U. (2022). *Ekonomi Kreatif Berbasis Digital dan Kemandirian Masyarakat Era Society 5.0*. Global Aksara Pers.
- Purnomo, F. (2019). Program ladit (lapak digital): optimalisasi media digital sebagai wadah dalam pengembangan UMKM di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89–95.
- Rachmad, Y. E., Asmara, M. A., Purwanto, H., Thamrin, J. R., Violin, V., Awang, M. Y., Mahmud, S. F., & Wibowo, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital Terkini (Perubahan Era Manajemen Pemasaran Kearah Digitalisasi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Saepulrohman, A., Martha, L. P., Adriansyah, P. N. A., & Heliawati, L. (2023). Pendampingan UMKM Penjahit Berbasis Teknologi Digital dalam Perspektif Industri Kreatif di Bogor Utara. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 14–22.
- Sholikha, W. S., & Pujiyanto, W. E. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran pada Sentra UMKM Telur Asin Melalui Digital Marketing di Desa Jenggot Kecamatan Krembung. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(1), 88–94.
- Suryani, P., Daurrohmah, E. W., Gaol, L. L., Puspitasari, N. F. D., Robiansyah, A., Rahmawati, A., Yulianto, K. S., & Oktari, V. (2024). Mendorong Kewirausahaan Mahasiswa: Program Pendampingan Pengembangan Usaha 'Jaemur Crispy.' *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 658–665.
- Susianti, H. W., Dianasari, D. A. M. L., Tirtawati, N. M., Liestiandre, H. K., Negarayana, I. B. P., Lilasari, N. L. N. T., Saputra, I. G. G. S., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 54–61.
- Taufiq, A., Anam, S., Hasbullah, H., Efendi, J., & Amar, S. S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan untuk Peningkatan Pendapatan Kelompok Perempuan Usaha Mikro di Desa Larangan Luar Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 107–116.
- Utomo, S. B., Suprihadi, H., & Dewi, M. A. (2022). Pelatihan Pengembangan Paguyuban UMKM Bertransformasi Menjadi Digitalisasi Koperasi Produsen di Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 2(1), 298–304.
- Wahyudi, D., & Hayati, M. (2020). Pengabdian Masyarakat dari Rumah di Era New Normal. *CV Iqra*.
- Was'an, G. H., Utarindasari, D., & Suratminingsih, S. (2023). Transformasi Digital untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi: Pengabdian dalam Implementasi Solusi Inovatif. *Bhakti Yustisia*, 1(1), 22–28.
- Zai, S. N. P., Nurkhayati, E. D., & Widianingsih, Y. P. N. (2024). Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui pelatihan manajemen keuangan rumah tangga pada komunitas Supermom di kabupaten Boyolali. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(10), 1629–1637.
- Zai, S. N. P., Sutipa, E., Eko, Z. A., & Sukmajati, A. (2021). Pelatihan platform digital bisnis dan aplikasi keuangan pada UMKM jaringan muda Wonosari–Delanggu di masa pandemi COVID-19. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 303–308.