



Pemasaran Digital bagi Pekerja Migran di Taiwan: Strategi Efektif Menjangkau Pasar Diaspora

Nurvita Trianasari¹, Didin Kristinawati^{2*}, Roy Budiharjo³, Ardio Sagita⁴, Aulia Ferina Sendhitasari⁵,
Muhammad Ilham Rizky Putra⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

*Corresponding author: didinkm@telkomuniversity.ac.id

Received: 5 March 2026 Revised: 25 March 2026 Accepted: 5 May 2026

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v5i2.1827>

Abstract

This community service program aimed to empower Indonesian migrant workers in Taiwan by improving their digital marketing skills and digital financial literacy to help them reach diaspora markets, manage income effectively, and support long-term financial planning. The program was conducted at the Hsinchu Islamic Association on July 27, 2025, involving 18 participants aged 30–53, with 16 completing the evaluation questionnaire. A hybrid learning approach combining offline and online activities was used through lectures, presentations, and interactive discussions. Program effectiveness was evaluated using pre- and post-tests as well as a seven-point Likert scale questionnaire covering program relevance, alignment with objectives, time allocation, team responsiveness, and sustainability expectations. Data were analyzed using SPSS and the Shapiro-Wilk normality test. Results showed very high participant satisfaction, with 87.5%–100% positive responses across all evaluation aspects and no negative feedback. The highest appreciation was given to the quality of team service and expectations for program continuation. All participants expressed strong interest in future programs, indicating successful knowledge transfer and strong engagement with the diaspora community. The program demonstrates potential as a replicable model for empowering Indonesian migrant workers in other countries.

Keywords: digital marketing, migrant workers, diaspora market, human resource development, community empowerment

1. Pendahuluan

Migrasi tenaga kerja Indonesia ke luar negeri merupakan fenomena yang telah berlangsung selama beberapa dekade dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui remitansi yang dikirimkan ke tanah air (Barnardi et.al, 2025). Taiwan menjadi salah satu destinasi utama pekerja migran Indonesia, dengan jumlah mencapai ratusan ribu orang yang tersebar di berbagai sektor pekerjaan mulai dari industri manufaktur, perawatan kesehatan, hingga pekerjaan rumah tangga (Maksum et. al., 2021). Dalam era digital yang berkembang pesat, pekerja migran Indonesia di Taiwan menunjukkan tingkat konektivitas digital yang semakin tinggi, dengan mayoritas aktif menggunakan platform media sosial seperti Facebook, TikTok, dan YouTube (Rumintjap, 2025). Fenomena ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha dan UMKM Indonesia untuk menjangkau pasar diaspora secara digital, sekaligus menciptakan ekosistem ekonomi yang saling menguntungkan antara pekerja migran di luar negeri dengan pelaku usaha di dalam negeri.

Namun demikian, potensi pasar digital di kalangan pekerja migran Indonesia di Taiwan masih belum dimanfaatkan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan pemahaman tentang strategi digital marketing yang efektif untuk menjangkau komunitas diaspora, kurangnya infrastruktur pembayaran lintas negara yang memadai, serta terbatasnya waktu luang pekerja migran yang bergantung pada jadwal kerja yang padat dan izin dari majikan (Wisnujati et al., 2024). Pengalaman dalam program pengabdian masyarakat di Indonesia menunjukkan bahwa edukasi pemasaran digital dapat memberikan dampak signifikan bagi komunitas lokal, seperti yang dilaporkan dalam kegiatan pelatihan pemasaran digital untuk Bina Desa Wisata Cibodas di Kecamatan Pasirjambu Kabupaten



Bandung, yang berhasil meningkatkan kemampuan pelaku usaha lokal dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi dan penjualan produk (Fariska et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya gap antara demand yang tinggi dari pekerja migran dengan supply yang belum terorganisir dengan baik dari sisi pelaku usaha.

Lebih lanjut, literasi digital dan keuangan di kalangan pekerja migran juga masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan. Banyak pekerja migran yang memiliki penghasilan relatif tinggi namun belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang pengelolaan keuangan digital, investasi, dan perencanaan keuangan jangka panjang (Rahmawati et al., 2024). Hal ini berisiko menyebabkan mereka hanya fokus pada pengumpulan uang tanpa strategi pengelolaan yang baik, sehingga ketika kembali ke Indonesia, bekal finansial yang dimiliki tidak mencukupi untuk membangun kehidupan yang lebih baik atau memulai usaha (Kusumo et al., 2023).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam pemberdayaan ekonomi komunitas diaspora. Platform media sosial dan e-commerce telah menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun koneksi, berbagi informasi, dan melakukan transaksi bisnis lintas batas negara (Duan et al., 2021). Komunitas pekerja migran Indonesia di Taiwan terbagi dalam beberapa segmen berdasarkan lokasi geografis dan jenis pekerjaan, seperti pekerja pabrik di kawasan industri Hsinchu dan Taichung, perawat di rumah sakit, serta pekerja rumah tangga yang tersebar di berbagai kota besar Taiwan. Pemahaman tentang pentingnya etika dan keamanan digital juga menjadi aspek krusial dalam pemberdayaan masyarakat di era digital, sebagaimana ditunjukkan dalam program edukasi etika dan keamanan digital di Desa Pamupukan, Kuningan, yang berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penggunaan teknologi digital yang bijak dan aman (Shaufiah et al., 2024).

Motivasi utama dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan solusi konkret terhadap tantangan-tantangan yang dihadapi oleh pekerja migran Indonesia di Taiwan dalam konteks pemanfaatan teknologi digital untuk pemberdayaan ekonomi. Universitas Telkom, melalui Fakultas Ekonomi dan Bisnis, memiliki tanggung jawab sosial untuk berbagi ilmu pengetahuan dan keahlian kepada masyarakat, tidak hanya di dalam negeri tetapi juga kepada diaspora Indonesia di luar negeri. Sebagai institusi pendidikan tinggi yang fokus pada bidang teknologi dan bisnis digital, Universitas Telkom memiliki kompetensi yang relevan untuk memberikan edukasi tentang strategi digital marketing yang efektif serta literasi keuangan digital yang dapat meningkatkan kesejahteraan pekerja migran. Pengalaman Universitas Telkom dalam berbagai program pengabdian masyarakat, baik di bidang literasi keuangan (Budiharjo et al., 2024), pemasaran digital (Fariska et al., 2023), maupun literasi digital (Shaufiah et al., 2024), memberikan fondasi yang kuat untuk pelaksanaan program abdimas internasional di Taiwan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini juga sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya SDG 1 tentang pengentasan kemiskinan, SDG 4 tentang pendidikan berkualitas, SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta SDG 10 tentang pengurangan kesenjangan (United Nations, 2023). Dengan membekali pekerja migran Indonesia di Taiwan dengan pengetahuan dan keterampilan digital marketing serta literasi keuangan, diharapkan mereka dapat meningkatkan pendapatan, mengelola keuangan dengan lebih baik, dan mempersiapkan masa depan yang lebih cerah ketika kembali ke Indonesia. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat membuka peluang bagi pekerja migran untuk menjadi entrepreneur atau reseller produk-produk Indonesia di Taiwan, sehingga menciptakan nilai tambah ekonomi bagi mereka sendiri maupun bagi pelaku UMKM di Indonesia.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui kolaborasi antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom dengan Hsinchu Islamic Association (HIA), sebuah organisasi kemasyarakatan yang menaungi komunitas Muslim Indonesia di Hsinchu, Taiwan. Kolaborasi ini bersifat strategis karena HIA memiliki akses langsung kepada komunitas pekerja migran Indonesia serta memahami secara mendalam kebutuhan, karakteristik, dan tantangan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui kemitraan ini, program pengabdian kepada masyarakat dapat dirancang dengan lebih kontekstual dan aplikatif, sehingga materi yang disampaikan benar-benar relevan dengan kondisi riil yang dihadapi oleh peserta.



Secara spesifik, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) memberikan pemahaman tentang potensi pasar digital di kalangan pekerja migran Indonesia di Taiwan dan bagaimana memanfaatkannya; (2) mengajarkan strategi digital marketing yang efektif untuk menembus pasar diaspora, termasuk penggunaan media sosial, pembuatan konten yang relevan, dan pemanfaatan micro-influencer; serta (3) meningkatkan literasi keuangan digital pekerja migran agar mereka dapat mengelola penghasilan dengan lebih baik, melakukan perencanaan keuangan jangka panjang, dan mempersiapkan masa depan yang lebih sejahtera. Dengan demikian, program pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan transfer pengetahuan secara satu arah, tetapi juga berupaya membangun kapasitas dan memberdayakan pekerja migran Indonesia di Taiwan agar mereka dapat menjadi agen perubahan ekonomi, baik untuk diri mereka sendiri, keluarga di Indonesia, maupun komunitas diaspora secara lebih luas.

2. Metodologi

2.1 Sasaran Pengabdian

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pekerja migran Indonesia yang bekerja di Taiwan, khususnya yang tergabung dalam komunitas Hsinchu Islamic Association (HIA) di Hsinchu, Taiwan. Peserta terdiri dari berbagai latar belakang pekerjaan, termasuk pekerja pabrik, perawat, dan pekerja rumah tangga, dengan rentang usia 30 hingga 53 tahun. Berdasarkan hasil pre-assessment, mayoritas peserta merupakan pekerja migran yang memiliki akses internet dan aktif menggunakan media sosial, namun memiliki keterbatasan waktu luang yang bergantung pada izin majikan dan jadwal kerja mereka. Total peserta yang terlibat dalam kegiatan ini adalah 18 orang yang hadir secara onsite di lokasi acara, serta beberapa peserta tambahan yang mengikuti secara online melalui platform video conference.

Pemilihan sasaran ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, pekerja migran Indonesia di Taiwan merupakan kelompok yang memiliki potensi ekonomi tinggi namun masih memerlukan pemberdayaan dalam hal literasi digital dan keuangan. Kedua, komunitas yang tergabung dalam HIA memiliki struktur organisasi yang baik dan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan, sehingga memudahkan koordinasi dan memastikan keberlanjutan dampak program. Ketiga, lokasi Hsinchu dipilih karena merupakan salah satu kawasan industri terbesar di Taiwan dengan konsentrasi pekerja migran Indonesia yang cukup signifikan, terutama di sektor manufaktur dan elektronik.

2.2 Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Hsinchu Islamic Association (HIA), yang berlokasi di Hsinchu, Taiwan, pada hari Minggu tanggal 27 Juli 2025. Pemilihan lokasi ini sangat strategis karena HIA merupakan pusat kegiatan keagamaan dan sosial bagi komunitas Muslim Indonesia di Hsinchu dan sekitarnya. Fasilitas yang tersedia di HIA, termasuk ruang pertemuan yang memadai, proyektor, dan koneksi internet, sangat mendukung pelaksanaan kegiatan yang melibatkan presentasi materi dan sesi interaktif.

Pemilihan waktu pelaksanaan pada hari Minggu mempertimbangkan bahwa mayoritas pekerja migran memiliki waktu libur pada akhir pekan, meskipun tetap bergantung pada kebijakan majikan masing-masing. Waktu pelaksanaan dimulai pada pagi hari setelah kegiatan ibadah shalat Dzuhur berjamaah, sehingga memungkinkan peserta untuk menghadiri kegiatan tanpa harus mengorbankan kewajiban keagamaan mereka. Format hybrid (onsite dan online) diterapkan untuk mengakomodasi peserta yang tidak dapat hadir secara fisik karena keterbatasan izin atau jarak tempat kerja yang jauh dari lokasi kegiatan.

2.3 Materi Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dengan memberikan materi yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan pekerja migran Indonesia di Taiwan yaitu 'Strategi Efektif Menjangkau Pasar Diaspora' yang meliputi: (i) Menjelaskan besarnya peluang ekonomi yang dapat dimanfaatkan melalui pemasaran digital kepada komunitas diaspora Indonesia di Taiwan, termasuk statistik pengguna media sosial, pola belanja online, dan tren konsumsi digital; (ii) Mengidentifikasi segmentasi komunitas pekerja migran berdasarkan kota dan jenis pekerjaan, serta memahami preferensi konsumen terhadap produk-produk Indonesia seperti makanan, skincare, pakaian, dan produk religi; (iii) Strategi Digital



Marketing Efektif: Memberikan panduan praktis tentang penggunaan Facebook Group dan WhatsApp Group untuk menjangkau komunitas migran, pembuatan konten pendek dan menarik di TikTok dan Instagram Reels, pemanfaatan micro-influencer diaspora (TKW/TKI yang aktif di media sosial), serta strategi untuk menyediakan sistem pemesanan dan pengiriman barang lintas negara. Pendekatan ini mengadaptasi metode yang telah terbukti efektif dalam pelatihan pemasaran digital untuk komunitas lokal, seperti yang dilakukan di Desa Wisata Cibodas, di mana pelaku usaha dilatih untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital dalam memasarkan produk lokal mereka (Fariska et al., 2024); (iv) Memberikan contoh-contoh konten yang resonan dengan audiens diaspora, seperti cerita sukses TKI/TKW yang membuka usaha setelah pulang, video unboxing produk Indonesia dari Taiwan, live streaming promo atau giveaway, serta konten tips hemat, pengiriman barang, dan pengelolaan keuangan; serta (v) Mendiskusikan hambatan-hambatan yang sering dihadapi dalam digital marketing untuk pasar diaspora, seperti perbedaan waktu dan kesibukan kerja migran, kurangnya infrastruktur pembayaran lintas negara, serta solusi praktis seperti penjadwalan konten pada waktu luang (malam/minggu), kerja sama dengan jasa remitansi atau pengiriman barang, dan penggunaan platform pembayaran internasional. Aspek etika dan keamanan digital juga ditekankan dalam sesi ini, mengingat pentingnya penggunaan platform digital yang aman dan bertanggung jawab, sebagaimana telah disampaikan dalam program edukasi masyarakat di Pamupukan, Kuningan (Shaufiah et al., 2024).

2.4 Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan kombinasi beberapa metode untuk memastikan transfer pengetahuan yang efektif dan aplikatif yaitu: (i) Metode ceramah dan presentasi sebagaimana Gambar 1 dimulai dengan presentasi materi menggunakan slide PowerPoint yang telah dirancang dengan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan contoh-contoh kasus yang relevan dengan kehidupan sehari-hari pekerja migran (Muyassar et al., 2025). Penyampaian materi dilakukan dengan gaya komunikasi yang hangat dan interaktif, menghindari jargon akademik yang sulit dipahami, serta disesuaikan dengan tingkat pemahaman audiens (Panigoro et al., 2024); serta (ii) metode diskusi dan tanya jawab setelah penyampaian materi, dibuka sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada peserta mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, atau mendiskusikan tantangan yang mereka hadapi. Sesi ini sangat penting untuk memastikan bahwa materi yang disampaikan benar-benar dipahami dan dapat diaplikasikan dalam konteks kehidupan nyata peserta.

2.5 Instrumen Evaluasi Kegiatan

Untuk mengukur efektivitas kegiatan dan memastikan bahwa tujuan pembelajaran tercapai, tim abdimas menggunakan beberapa instrumen evaluasi yaitu: (i) Pre-Test sebelum kegiatan dimulai sebagaimana Gambar 2, seluruh peserta diminta untuk mengisi kuesioner pre-test yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang pengetahuan dasar mereka terkait digital marketing dan literasi keuangan digital. Pre-test ini bertujuan untuk mengukur baseline knowledge peserta dan membantu tim abdimas menyesuaikan penyampaian materi sesuai dengan tingkat pemahaman awal peserta; (ii) Post-Test yang diberikan setelah seluruh sesi selesai, peserta kembali diminta untuk mengisi kuesioner post-test dengan pertanyaan yang serupa dengan pre-test. Perbandingan antara hasil pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti kegiatan. Analisis statistik deskriptif diterapkan untuk mengevaluasi perubahan tingkat pemahaman peserta; serta (iii) Kuesioner evaluasi program yang terdiri dari lima pertanyaan kunci menggunakan skala Likert 1-7 (dari Sangat Tidak Setuju, hingga Sangat Setuju) dengan pertanyaan tentang apakah program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri, apakah program ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat Sasarnya, apakah waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan, apakah dosen Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan, serta apakah masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang.

Hasil dari kuesioner evaluasi program ini dianalisis menggunakan metode distribusi frekuensi dan persentase untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan peserta terhadap berbagai aspek pelaksanaan program. Selama kegiatan berlangsung, tim abdimas melakukan observasi terhadap partisipasi aktif peserta, antusiasme dalam mengikuti kegiatan, dan kualitas interaksi selama sesi tanya jawab. Seluruh

kegiatan juga didokumentasikan melalui foto dan video untuk keperluan pelaporan dan sebagai bahan evaluasi internal salah satunya dokumentasi pada Gambar 3.



Gambar 1. Pengerjaan Pre-Test



Gambar 2. Dokumentasi bersama peserta

2.6

Analisis

Data

Data yang dikumpulkan melalui pre-test, post-test, dan kuesioner evaluasi program dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif (Mishra et al., 2019). Untuk data pre-test dan post-test, dilakukan analisis perbandingan mean score untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta (Suryani et al., 2024). Untuk data kuesioner evaluasi program, dilakukan analisis distribusi frekuensi dan persentase untuk setiap item pertanyaan, serta dilakukan uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk untuk memastikan bahwa data terdistribusi normal (Habibzadeh, 2024). Seluruh analisis data dilakukan menggunakan software SPSS untuk memastikan akurasi dan reliabilitas hasil evaluasi.

Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan untuk mengidentifikasi kekuatan program, area yang perlu diperbaiki, serta rekomendasi untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat serupa di masa mendatang. Dengan pendekatan evaluasi yang komprehensif ini, tim abdimas dapat memastikan bahwa program tidak hanya berhasil dalam transfer pengetahuan tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kesejahteraan pekerja migran Indonesia di Taiwan.

3. Hasil dan pembahasan

3.1 Demografi Responden

Program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh dosen Universitas Telkom di Taiwan ini melibatkan 18 responden yang merupakan pekerja migran Indonesia, 15 orang laki-laki dan 3 orang perempuan. Analisis karakteristik demografi Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa responden memiliki rentang usia yang cukup beragam dengan usia termuda 30 tahun dan tertua 53 tahun. Rata-rata usia responden adalah 40,78 tahun dengan standar deviasi 6,97 tahun, yang mengindikasikan bahwa mayoritas peserta berada pada kelompok usia produktif. Median usia berada pada 40,5 tahun, menunjukkan distribusi



yang relatif simetris. Interval kepercayaan 95% untuk rata-rata usia berkisar antara 37,31 hingga 44,24 tahun, yang menunjukkan tingkat presisi estimasi yang baik.

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden

Jumlah Responden	18 orang
Usia Termuda	30 tahun
Usia Tertua	53 tahun
Rata-rata Usia	40,78 tahun
Standar Deviasi	6,97 tahun

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS (2022)

Hasil uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk pada Tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,545 ($p > 0,05$), yang berarti data usia responden terdistribusi normal. Hal ini penting karena mengindikasikan bahwa sampel responden merepresentasikan populasi pekerja migran Indonesia di Taiwan dengan baik. Nilai skewness sebesar 0,135 yang mendekati nol juga mengonfirmasi bahwa distribusi data cenderung simetris, tanpa kecenderungan yang signifikan ke arah usia yang lebih muda atau lebih tua. Dengan demikian, karakteristik responden yang terlibat dalam program ini dapat dianggap mewakili profil umum pekerja migran Indonesia di Taiwan yang berada pada usia produktif dan memiliki potensi untuk mengembangkan keterampilan digital marketing.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Demografi Responden Metode Uji Normalitas Shapiro-Wilk

Nilai Signifikansi (p-value)	0,545 ($p > 0,05$)
Interpretasi Normalitas	Data terdistribusi normal
Nilai Skewness	0,135
Interpretasi Distribusi	Distribusi simetris

Sumber: Data diproses menggunakan SPSS (2022)

3.2 Hasil Evaluasi Program

Evaluasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui kuesioner post-test yang diisi secara lengkap oleh 16 responden, sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 3. Dari 18 peserta yang hadir (luring dan daring), dua peserta yang mengikuti sesi secara daring tidak menyelesaikan pengisian kuesioner evaluasi karena kendala konektivitas, sehingga jumlah respons valid yang dianalisis adalah 16 (response rate 88,9%). Instrumen evaluasi menggunakan skala Likert 1-7, mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (7). Hasil analisis menunjukkan tingkat kepuasan yang luar biasa tinggi, di mana tidak ditemukan data kosong (missing data) dan tidak ada satu pun responden yang memberikan penilaian negatif pada seluruh aspek. Secara tematik, evaluasi ini dapat dikelompokkan ke dalam tiga temuan utama yaitu: (i) untuk relevansi dan kesesuaian materi, mayoritas responden (87,5%) menilai program ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka sebagai pekerja migran. Distribusi yang identik antara aspek tujuan (Q1) dan kebutuhan (Q2) menunjukkan bahwa materi digital marketing yang disampaikan telah menjawab tantangan nyata yang dihadapi komunitas diaspora di Taiwan secara tepat sasaran; (ii) untuk aspek kualitas pelayanan dan interaksi dari tim Universitas Telkom (Q4) menjadi parameter dengan skor tertinggi. Sebesar 93,8% responden menyatakan "Sangat Setuju" bahwa tim pelaksana bersikap ramah dan responsif. Keberhasilan membangun komunikasi dan relasi yang baik ini menjadi faktor kunci dalam menciptakan lingkungan belajar yang kondusif; serta (iii) untuk aspek efisiensi waktu dan keberlanjutan seluruh responden (100%) menyatakan puas dengan alokasi waktu dan mengharapkan keberlanjutan program (Q5). Meskipun durasi waktu dinilai mencukupi, sebagian besar responden berada pada level "Setuju" (bukan Sangat Setuju), yang mengindikasikan adanya ruang untuk menambah durasi sesi praktik pada topik-topik yang lebih kompleks di masa depan.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Program Pengabdian Masyarakat

Aspek Evaluasi (Q)	Sangat Setuju (7)	Setuju (6)	Netral (4)	Total Respon Positif
--------------------	-------------------	------------	------------	----------------------



Q1: Kesesuaian Tujuan	62,5%	25,0%	12,5%	87,5%
Q2: Kesesuaian Kebutuhan	62,5%	25,0%	12,5%	87,5%
Q3: Kecukupan Waktu	37,5%	62,5%	0,0%	100%
Q4: Sikap & Responsivitas Tim	93,8%	6,2%	0,0%	100%
Q5: Harapan Keberlanjutan	81,3%	18,7%	0,0%	100%

Sumber: Data primer diolah (2024)

Temuan di atas dapat dimaknai lebih dalam jika dibaca melalui tiga kerangka teoretis yang saling melengkapi. Pertama, hasil bahwa 87,5% responden menilai materi sesuai kebutuhan dapat dipahami melalui argumen van Deursen dan van Dijk (2014) bahwa kesenjangan digital telah bergeser dari soal akses fisik ke perbedaan dalam jenis pemanfaatan internet. Mereka menunjukkan bahwa ketika akses sudah merata, ketimpangan justru muncul pada bagaimana orang memakai internet, apakah untuk hiburan dan interaksi semata, ataukah untuk pengembangan diri, transaksi komersial, dan informasi. Pekerja migran di HIA menunjukkan modal awal berupa akses dan pemakaian media sosial yang aktif, namun pemanfaatannya masih berkisar pada interaksi sosial dan hiburan. Materi pelatihan mengisi celah pada lapisan ini, yaitu memperluas tujuan pemakaian internet ke arah aktivitas ekonomi yang produktif.

Kedua, antusiasme peserta untuk menjadi penghubung produk Indonesia ke pasar diaspora Taiwan menggambarkan apa yang Duan et al. (2021) sebut sebagai transnational digital entrepreneurship, yaitu pemanfaatan platform digital lintas batas untuk mengaktifkan jejaring etnis sebagai modal sosial ekonomi. Pekerja migran tidak sekadar menjadi konsumen platform, melainkan calon agen ekonomi yang memediasi arus produk antara negara asal dan negara tujuan. Tingginya respons positif pada aspek keberlanjutan (81,3% sangat setuju) mengindikasikan bahwa peserta menangkap potensi peran ini, dan menginginkan pendampingan lanjut untuk merealisasikannya.

Ketiga, skor tertinggi pada kualitas pelayanan tim (93,8% sangat setuju) memperkuat argumen Mathie dan Cunningham (2003) tentang pendekatan asset-based community development. Keberhasilan program tidak ditentukan oleh penjelasan satu arah, melainkan oleh kemampuan tim membangun hubungan setara dengan komunitas, mengakui pengetahuan lokal peserta tentang dinamika kerja di Taiwan, dan menempatkan mereka sebagai mitra dialog. Kolaborasi dengan HIA sebagai mitra komunitas menjadi infrastruktur sosial yang memungkinkan pendekatan ini berjalan: HIA menyediakan kepercayaan komunitas yang tidak mungkin dibangun tim akademik dalam waktu singkat. Hasil evaluasi yang tinggi tidak dapat dilepaskan dari arsitektur kemitraan yang mendasarinya.

Pola distribusi yang menarik muncul pada aspek kecukupan waktu (Q3): seluruh responden memberikan respons positif, namun mayoritas (62,5%) memilih kategori "Setuju" alih-alih "Sangat Setuju". Pola serupa pernah dilaporkan Rahmawati et al. (2024) pada pelatihan literasi keuangan untuk pekerja migran di Malaysia, di mana keterbatasan waktu peserta justru muncul ketika materi mulai menyentuh aspek aplikatif. Hal ini mengisyaratkan bahwa peserta merasakan jarak antara durasi sesi dengan kompleksitas topik, terutama pada bagian praktik. Implikasi praktisnya, sesi praktik perlu dipisahkan dari sesi konseptual dan diberikan ruang waktu tersendiri, idealnya dalam format pendampingan asinkron melalui kanal komunikasi yang sudah akrab bagi komunitas (Facebook Group, WhatsApp Group).

3.3 Keterbatasan dan Refleksi Program

Sebagai bentuk akuntabilitas akademik, tim mengakui sejumlah keterbatasan dalam pelaksanaan program ini. Pertama, dari sisi metodologis, jumlah responden yang tergolong kecil ($n=18$ peserta hadir, 16 mengisi kuesioner evaluasi lengkap) membatasi generalisasi temuan. Profil peserta yang seluruhnya berafiliasi dengan satu komunitas keagamaan (HIA) di Hsinchu juga menyebabkan hasil tidak dapat langsung digeneralisasi pada populasi pekerja migran Indonesia di Taiwan secara umum, yang tersebar lintas kota dan lintas latar belakang. Komposisi gender yang tidak seimbang (15 laki-laki, 3 perempuan) berbeda dengan profil agregat pekerja migran Indonesia di Taiwan yang didominasi perempuan pada sektor caregiver, sehingga perspektif kelompok mayoritas justru kurang terwakili dalam evaluasi ini.



Kedua, dari sisi instrumen, evaluasi mengandalkan persepsi peserta melalui skala Likert pada kuesioner self-report. Pendekatan ini berisiko menghasilkan social desirability bias, terutama dalam konteks budaya Indonesia yang cenderung menempatkan tamu (dosen, fasilitator dari tanah air) pada posisi yang dihormati. Skor kepuasan yang tinggi pada seluruh aspek perlu dibaca dalam konteks ini, dan idealnya dilengkapi dengan instrumen kualitatif (wawancara mendalam, focus group discussion) untuk menggali umpan balik kritis yang mungkin tidak muncul dalam kuesioner tertutup.

Ketiga, dari sisi cakupan pengukuran, evaluasi yang dilakukan masih berhenti pada level reaksi dan pemerolehan pengetahuan jangka pendek (level 1 dan 2 pada model Kirkpatrick). Dampak yang lebih substantif, yaitu perubahan perilaku ekonomi peserta dan hasil ekonomi konkret seperti inisiasi usaha reseller atau peningkatan pendapatan, belum dapat diukur dalam rentang waktu pelaksanaan satu hari. Hal ini menjadi keterbatasan inheren dari format kegiatan abdimas tunggal, dan menjadi alasan kuat bagi tim untuk merancang skema follow-up berkala sebagaimana direkomendasikan pada bagian kesimpulan.

Keempat, format hibrida yang digunakan, meskipun memperluas akses peserta yang tidak dapat hadir secara fisik, menyisakan keterbatasan teknis: peserta daring tidak terlibat sepenuhnya dalam dinamika kelompok luring, dan dua di antaranya tidak menyelesaikan kuesioner evaluasi karena kendala konektivitas. Untuk kegiatan serupa di masa depan, fasilitasi peserta daring perlu didampingi co-host khusus agar kesetaraan partisipasi tetap terjaga.

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat 'The Digital Marketing for Migrant Workers in Taiwan: Effective Strategies to Penetrate the Diaspora Market' yang diselenggarakan oleh Universitas Telkom telah berhasil dilaksanakan dengan sangat baik, dibuktikan dengan tingkat kepuasan tinggi dimana 87,5% hingga 100% responden memberikan respon positif untuk semua aspek evaluasi tanpa ada satupun respon negatif. Pencapaian outstanding dalam aspek pelayanan (93,8% sangat setuju) dan harapan keberlanjutan (81,3% sangat setuju) menunjukkan bahwa program tidak hanya berhasil mentransfer pengetahuan tetapi juga membangun hubungan kuat dengan komunitas diaspora. Berdasarkan hasil evaluasi, beberapa rekomendasi strategis dirumuskan: (1) mempertahankan standar excellence pelayanan tim sebagai keunggulan kompetitif, (2) meningkatkan customization program melalui pre-assessment yang lebih detail, (3) mengembangkan program follow-up dan mentoring jangka panjang mengingat tingginya permintaan keberlanjutan, (4) mendokumentasikan best practices menjadi standard operating procedure, dan (5) melakukan follow-up survey 3-6 bulan pasca program untuk mengukur dampak jangka panjang dan implementasi pengetahuan.

Program ini telah berhasil menjawab kebutuhan komunitas diaspora Indonesia di Taiwan dalam mengembangkan kemampuan digital marketing untuk membuka peluang ekonomi baru, dan dapat dijadikan model untuk pengembangan program serupa di negara-negara lain dengan konsentrasi pekerja migran Indonesia tinggi seperti Hong Kong, Singapura, Malaysia, Timur Tengah, dan Eropa. Keberhasilan program ini memperkuat positioning Universitas Telkom sebagai institusi yang tidak hanya fokus pada pendidikan formal tetapi juga committed dalam pemberdayaan masyarakat luas, khususnya diaspora Indonesia. Melalui program seperti ini, Universitas Telkom menunjukkan perannya sebagai agen perubahan sosial yang membawa manfaat nyata, sekaligus memperluas jejaring dan reputasi internasionalnya untuk kemajuan bangsa Indonesia baik di dalam maupun di luar negeri.

Ucapan terima kasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada PPM Universitas Telkom atas dukungan finansial dan fasilitasi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom atas dukungan finansial, akademik dan kelembagaan yang memungkinkan kegiatan ini terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Hsinchu Islamic Association atas kerja sama, partisipasi, serta dukungan non-finansial yang sangat berarti dalam mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

Referensi



- Barnadi, Y., Haryati, E., & Ferriswara, D. (2025). Contribution of Migrant Workers in Increasing Remittances and Accelerating the SDGs : A Country Without Unemployment. *Parlementer : Jurnal Studi Hukum dan Administrasi Publik*. <https://doi.org/10.62383/parlementer.v2i1.516>.
- Budiharjo, R., Kristinawati, D., & Alfaiza, S. A. (2024). Edukasi Literasi Keuangan: Bijak Kelola Uang Saku untuk Pemuda di MTS Salafiyah Al Falah Bandung. In *The Proceeding of Community Service and Engagement (COSECANT) Seminar (Vol. 4, No. 2)*.
- Duan, C., Kotey, B., & Sandhu, K. (2021). The Effects of Cross-Border E-Commerce Platforms on Transnational Digital Entrepreneurship: Case Studies in the Chinese Immigrant Community. *J. Glob. Inf. Manag.*, 30, 1-19. <https://doi.org/10.4018/jgim.20220301.0a2>.
- Fariska, P., & Kristinawati, D. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Bina Desa Wisata Cibodas Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung. In *The Proceeding of Community Service and Engagement (COSECANT) Seminar (Vol. 4, No. 2)*.
- Habibzadeh, F. (2024). Data Distribution: Normal or Abnormal?. *Journal of Korean Medical Science*, 39. <https://doi.org/10.3346/jkms.2024.39.e35>.
- Kusumo, R., Kurnia, G., Setiawan, I., & Tirtosudarmo, R. (2023). The COVID-19 Pandemic and Reflections on the Importance of Reintegration Strategies for Returnee Migrant Workers. *Two Homelands*. <https://doi.org/10.3986/dd.2023.1.03>.
- Maksum, A., Tsay, C., & Muhammad, A. (2021). Indonesian Migrant Workers in Taiwan: The State Dilemma and People's Realities. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. <https://doi.org/10.22146/jsp.51303>.
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2003). From clients to citizens: Asset-based community development as a strategy for community-driven development. *Development in Practice*, 13(5), 474–486. <https://doi.org/10.1080/0961452032000125857>
- Mishra, P., Pandey, C., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22, 67 - 72. https://doi.org/10.4103/aca.aca_157_18.
- Muyassar, Y., Fitriani, Y., Alkadrie, S., & M.H., S. (2025). Strengthening Islamic Legal Literacy for Indonesian Migrant Workers in Kuching: Efforts to Ensure Legal Protection and Certainty through Community Service Activities. *bisma*. <https://doi.org/10.61159/bisma.v3i1.415>.
- Panigoro, H., Sahami, F., Amali, L., & Malik, H. (2024). PENINGKATAN SOFT SKILL PELAYANAN PRIMA BAGI PEKERJA MIGRAN INDONESIA (PMI) DI JOHOR BAHRU MALAYSIA. *JURNAL PENGABDIAN PAPUA*. <https://doi.org/10.31957/jpp.v8i2.3915>.
- Rahmawati, A., Ahzar, F., & Rosadi, S. (2024). Enhancing Financial Literacy of Indonesian Migrant Workers in Malaysia through the Sikapi Uangmu Application. *International Journal Of Community Service*. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v4i4.818>.
- Rumintjap, M. (2025). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI WHATSAPP DALAM PERLINDUNGAN PEKERJA MIGRAN INDONESIA DI TAIWAN. *Jurnal Insani*. <https://doi.org/10.37365/insani.v6i1.492>.
- Shaufiah, S., Kristinawati, D., Rochmawati, R., Rizal, M. F., Sukawati, R., & Fauziah, H. (2025). Mewujudkan Masyarakat Desa yang Cerdas Digital: Edukasi Etika dan Keamanan Digital di Pamupukan, Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(1), 27-33.
- Suryani, A., Setiawan, I., Muhdar, S., & Oktaviani, F. (2024). The Comparison of Effectiveness of PjBL and PBL Models on Students' Cognitive Learning Outcomes. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i1.4094>.
- United Nations. (2023). Sustainable Development Goals. United Nations. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>
- van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. A. G. M. (2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507–526. <https://doi.org/10.1177/1461444813487959>
- Wisnujati, A., Wijaya, N., Wardana, L., & Rahaman, M. (2024). Towards Enhancing the Capabilities of Indonesian Migrant Workers in Taiwan through the Development of Soft Skills and Preparation for Self-Reliance. *SHS Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202420201001>.