

Pemberdayaan UMKM melalui Digital Marketing di Desa Tenggulun Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan

Diterima:

30 Nov. 2023

Terbit:

31 Des. 2023

Ahmad Afan Zaini¹, Abdullah Zawawi², Atik Fitrotul Auwalia³, Ika lisnawati⁴
, Sukma Fajar Annisa⁵, Nur Aini⁵, Muhammad Zaidan Farih fakhruddin⁶
Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia¹⁾
Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia²⁾
Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia³⁾

*Email: afan@insud.ac.id¹, abdullahzawawi134@gmail.com², auwaliaatik@gmail.com³,
lisnawatiika137@gmail.com⁴, sukmanisa42@gmail.com⁵, zaidanfarib630@gmail.com⁶*

Abstract. Aware of the potential possessed by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tenggulun Village, it is essential to develop these potentials or assets. Furthermore, MSMEs play a vital role in local economic growth, and the application of digital technology can be the key to their success in expanding their businesses. Empowerment through Digital Marketing is undertaken to enhance the potential for reaching a broader and more optimal market. This assistance is manifested in the form of empowerment, with the primary target being the MSME entrepreneurs themselves, thus maximizing the potential of each MSME. This ki employs the Participatory Action Research (PAR) method, with interviews and community engagement as data collection techniques. The research findings indicate that MSMEs in Tenggulun Village face challenges in marketing their products to a wider audience, both on social media and websites, which could improve their brand image and boost sales of their products or services. Therefore, efforts are required to provide training and mentoring to MSMEs in understanding and effectively implementing digital marketing strategies.

Keywords: Empowerment, UMKM, Digital Marketing

Abstrak. Sadar akan potensi yang dimiliki UMKM di Desa Tenggulun, Maka potensi atau aset tersebut perlu dikembangkan. Terlebih lagi UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan penerapan teknologi digital dapat menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan usaha mereka. Pemberdayaan melalui Digital Marketing ini dilakukan dalam upaya meningkatkan potensi jangkauan pasar yang lebih luas maupun lebih optimal. Pendampingan ini diwujudkan dalam bentuk pemberdayaan, sasaran dari pemberdayaan ini adalah pelaku UMKM itu sendiri, Sehingga potensi yang dimiliki pada setiap UMKM dapat maksimal. Penelitian ini menggunakan metode PAR dengan wawancara dan berpartisipasi kedalam masyarakat sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk UMKM Desa Tenggulun ini memiliki kendala dalam memasarkan produknya ke ruang lingkup yang lebih luas baik media sosial ataupun situsweb, Yang dimana dapat meningkatkan citra merek itu sendiri dan mampu meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Oleh karena itu, Diperlukan upaya untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dalam memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital marketing dengan baik.

Kata kunci : Pemberdayaan, UMKM, Pemasaran Digital

Pendahuluan

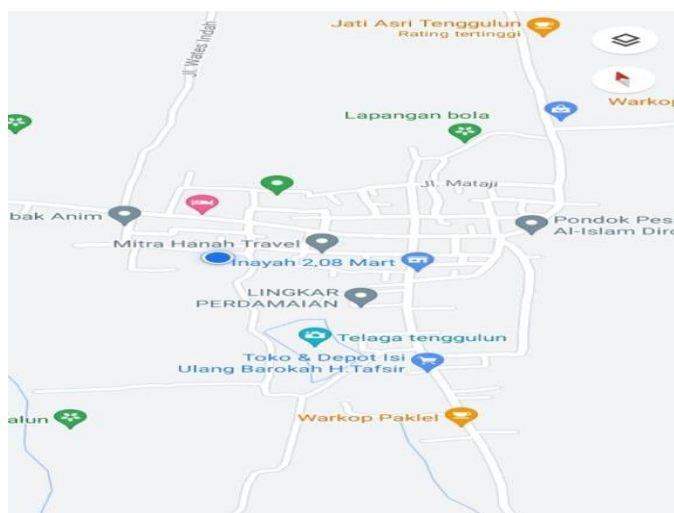
KKN biasanya disebut juga dengan kuliah kerja nyata yang pada umumnya program ini dilaksanakan pada semester 7 awal.¹ KKN telah lama menjadi landasan penting dalam pendidikan

¹ Jurnal.iainponorogo.ac.id hal.1

tinggi dimana mahasiswa dituntut untuk menjadi pelaku utama dalam *agen off change*,² Supaya mahasiswa dapat terlibat dalam masyarakat dan mampu membaca realitas dalam sosial masyarakat. Dimana pada dasarnya masyarakat terdiri dari beberapa golongan yang mana dengan hal itu mahasiswa mampu belajar dan juga mengenali mereka dari berbagai kalangan serta mereka dapat mengembangkan ilmu yang telah mereka pelajari.

Gambaran umum wilayah yang kami tempati pada saat program KKN kelompok 04 tahun 2023 tepatnya berada di desa Tenggulun kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan. Desa ini masih terbilang sangat subur untuk kegiatan pertanian dan perkebunan. Faktor iklim menjadi salah satu hal yang menentukan kegiatan pertanian di desa ini. Sebab pada waktu musim kemarau kondisi tanah di desa ini masih banyak sekali menyimpan persediaan air dalam tanah. Untuk masyarakat di desa ini biasanya menanam tanaman seperti ubi, kacang, jagung, bawang dan lain sebagainya.

Desa tenggulun bisa dibilang bukan termasuk desa yang terpencil, Sebab jarak desa ini dengan kecamatan Solokuro hanya sekitar 2 Km. Sedangkan dengan kota Lamongan yang tergolong pusat perekonomian masyarakat kurang lebih 42 Km³. Desa ini berada dalam wilayah yang terletak di Lamongan utara. Secara geografis desa ini berbatasan dengan beberapa desa, Yang meliputi sebelah utara desa Payaman, Sebelah selatan Taman Prijek Laren, Sebelah timur desa Solokuro dan Sebelah barat desa Tebluru. Kondisi Pada desa tersebut terdapat 08 RT dan 03 RW. Dimana pada saat ini jumlah penduduk desa Tenggulun mencapai 2.526 jiwa dan 767 KK pada tahun 2023.⁴



Gambar 1. Map Desa Tenggulun

² Jurnal.iainponorogo.ac.id hal.2

³ Pemkab Lamongan gambaran umum desa Tenggulun Hal.3

⁴ Profil Desa Tenggulun.home.blog Hal.1

Berdasarkan hasil survei yang kami lakukan kami menemukan beberapa sektor perekonomian yang berasal dari desa Tenggulun, yakni dari bidang UMKM, properti, pertanian, peternakan, sablon, percetakan, konveksi, koprasi, travel, perantauan, kuliner jajanan pasar sampai pegawai pabrik pun ada di sini. Dari sekian banyaknya sektor perekonomian diatas masyarakat desa Tenggulun hanya berdominan pada sektor pertanian dan perantauan. Dari beberapa profesi yang ada di desa Tenggulun membuat masyarakat di desa ini tidak tertinggal dengan desa-desa lain yang ada di Kecamatan Solokuro. Dapat dilihat dari UMKM yang ada.

Dari hasil survei dan observasi di lapangan, Mayoritas UMKM terutama yang masih berkembang seperti konveksi, pertanian, catering maupun jajanan atau snack di desa Tenggulun ini masih terbelang masih tertinggal, Mereka sebagian besar masih kebingungan bagaimana cara untuk mengembangkan usahanya maupun bersaing dengan kompetitor dari sesama UMKM di desa Tenggulun ataupun di desa lain. Dari data yang tercatat oleh kepala desa ada kurang lebih 100 UMKM di desa ini yang masih terbelang tertinggal atau sampai berhenti dikarenakan kurangnya wawasan bagaimana cara untuk mengembangkan usaha yang digeluti mereka.

Mayoritas pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan produk usahanya dijangkau melalui sistem *Word of Mouth Marketing* atau marketing dari mulut ke mulut melalui teman dekat. Mengakibatkan lambatnya perkembangan usaha mereka dan kecilnya pasar yang dapat dijangkau untuk pemasaran produk. Melihat hingga saat ini ada beberapa UMKM yang ternyata dari segi pendapatan dan pengeluaran lebih besar pengeluarannya, Sehingga mereka rela berhutang agar tetap bisa mempertahankan usaha mereka. Dari beberapa kejadian yang telah dialami masyarakat sampai tidak bisa lagi membayar hutang mereka.

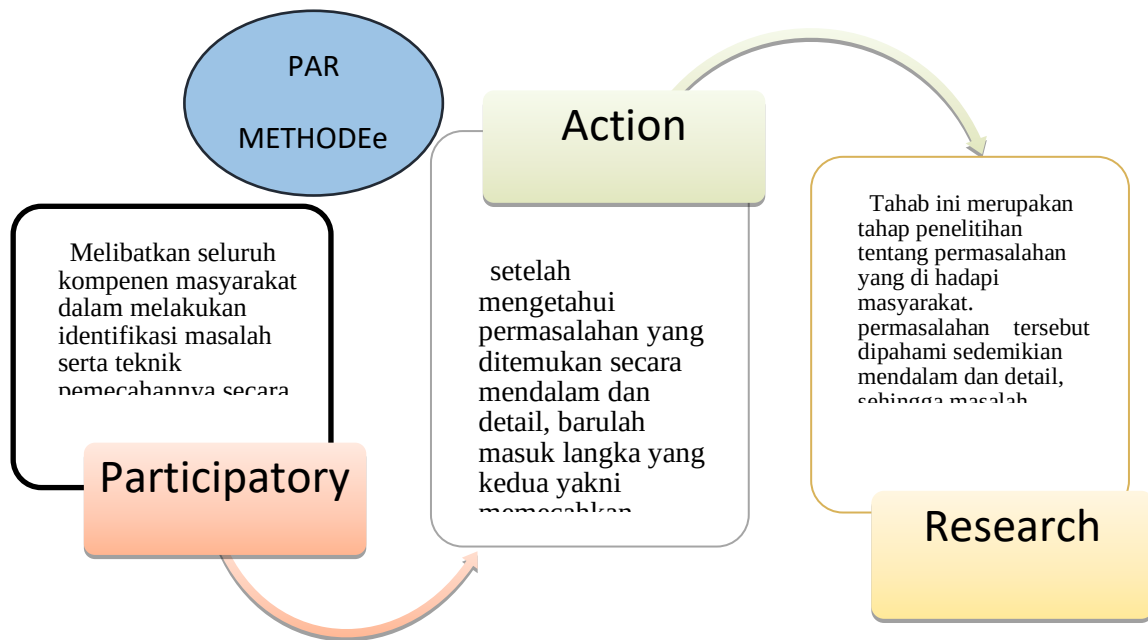
Di sini kami sebagai mahasiswa INSUD yang dituntut sebagai pelaku utama dalam *agent of change* sangat berperan penting membantu masyarakat dalam mencari solusi dan terjun langsung ke masyarakat agar dapat menyelesaikan masalah tersebut. Dari berbagai fenomena UMKM yang kami temui di desa Tenggulun ini. Kami langsung bekerja sama dengan kepala desa dan masyarakat desa, Mereka berpendapat untuk mengadakan Pelatihan Digital marketing di desa ini dengan harapan dapat menambah wawasan masyarakat agar bisa bersaing dan bagaimana cara memasarkan produk mereka sampai ke luar kota.

Metode Pelaksanaan

Kuliah Kerja Nyata *Participatory Action Research* (KKN-PAR) yang di lakukan di desa Tenggulun Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan ini beranggotakan 13 mahasiswa, waktu yang dihabiskan dalam KKN ini selama 1 bulan terhitung sejak 1 Agustus hingga 31 Agustus

2023. Adapun yang dituju dalam pelaksanaan KKN-PAR ini adalah pengabdian kepada masyarakat, Terlibat langsung terhadap perubahan sosial kemasyarakatan baik dalam pengembangan ekonomi, Pendidikan maupun sosial itu sendiri demi perubahan masyarakat menuju kehidupan yang lebih sejahtera.⁵

KKN-PAR memiliki tiga variabel kunci yaitu Participatory (Partisipasi), Action (Aksi), Research (Penelitian),⁶ Berdasarkan urutan metode kerja PAR ketiga variabel tersebut dirumuskan sebagai berikut :



Dari ketiga prinsip PAR itulah mahasiswa dapat bersama-sama dengan masyarakat melakukan identifikasi masalah, Perencanaan, Dan aksi untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang mereka hadapi.⁷ Disamping itu, Penelitian serta pemikiran yang kritis terhadap kondisi masyarakat tersebut menjadi tugas mandiri mahasiswa sebagai bentuk laporan pertanggung jawaban atas keterlibatan mereka terhadap proses perubahan yang dilakukan bersama masyarakat. Pada KKN-PAR ini masyarakat tidak lagi menjadi objek, Tetapi masyarakat bersama mahasiswa merupakan subjek dari proses tersebut. Dimana masyarakat sebagai seorang yang telah menemukan masalahnya, Meneruskan, Merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang

⁵ Pedoman KKN-PAR Kolaborasi 2022 hal.3

⁶ Pedoman KKN-PAR Kolaborasi 2022 hal.4

⁷ Pedoman KKN-PAR Kolaborasi 2022 hal.7

telah terencana. Sementara mahasiswa berperan sebagai pendorong, Fasilitator serta mendampingi masyarakat dalam memecahkan masalah yang mereka hadapi.⁸

Metode pelaksanaan dilakukan dengan survey ke berbagai rumah penduduk maupun UMKM di desa Tenggulun dan mengadakan pelatihan atau seminar Digital Marketing. Bertujuan bersama-sama dengan masyarakat untuk menambah wawasan tentang pemasaran produk di era digital ini.

Hasil Dan Pembahasan

Ada banyak langkah-langkah yang ditempuh untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM mengenai pemasaran produk di era digital ini, Adapun tahap pertama yakni kami melakukan survey terhadap pelaku UMKM di desa Tenggulun. Dengan itu kami mendapatkan sebuah persoalan yang kebanyakan dialami oleh pelaku UMKM, Lalu kita berdiskusi dan mencari jawaban dengan kepala desa maupun pemuda-pemuda di desa ini, Dan mendapatkan solusi dengan mengadakan pelatihan atau seminar Digital Marketing ini dengan harapan dapat menambah wawasan bersama-sama tentang permasalahan pemasaran atau promosi. Berikut alur hasil dan pembahasan, Meliputi :

A. Kegiatan 1

Siklus pertama yang kami jalankan yakni *To Know And To Understand* (Mengetahui Dan Memahami) atau *Participatory* (Partisipasi) tentang apa yang terjadi di desa Tenggulun terutama pelaku UMKM itu sendiri. Hasil ini didapat dengan survei atau wawancara maupun pendalaman langsung terhadap Bapak kepala desa dan Bapak RT di desa Tenggulun.

⁸ Pedoman KKN-PAR Kolaborasi 2022 hal.4



Gambar 2. Silaturahmi dan pendekatan ke pak Abu selaku kepala desa Tenggulun

Dalam survei kali ini kita mendapat beberapa informasi dari pak Abu⁹ diantaranya di desa tenggulun mayoritas masyarakatnya sebagai petani sebagian lainya merantau dan ada juga sebagian kecil sebagai pelaku UMKM meskipun mereka merantau mereka juga masih berperan sebagai petani dengan cara menyewakan sawah atau ladang mereka kepada orang lain. Dari berbagai UMKM yang kita datangi kebanyakan masalah yang mereka hadapi yakni mulai dari persaingan dan penyetokan barang .sehingga dalam hal ini kami mengadakan pelatihan digitalisasi umkm di desa tenggulun diharapkan dengan adanya kegiatan ini bisa membantu permasalahan mereka . selepas dari hal itu Bumdes di desa tersebut sudah ada namun tidak dapat berjalan dengan baik dikarenakan kemacetan atau tidak adanya perputaran dalam mengelolanya .

B. Kegiatan 2

Setelah kami melakukan observasi maupun wawancara dan mendapatkan sebuah permasalahan yang sama, Selanjutnya yang kami lakukan ialah *Action* (Aksi) yang artinya kami langsung terjun dan silaturahmi ke beberapa UMKM di Desa Tenggulun agar mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang kondisi maupun kendala-kendala yang terjadi selama berjalannya UMKM tersebut.

⁹ Hasil wawancara dengan bapak Abu Sholeh .S.pd. selaku kepala desa tenggulun, pada tanggal 02 Agustus 2023



Gambar 3. Pendekatan dan wawancara di perkebunan tomat dan bawang milik pak RT 6.

Dari survei serta wawancara yang telah kami laksanakan kami mendapatkan beberapa informasi dari perkebunan tomat serta bawang milik pak RT¹⁰ dimana dapat kami jelaskan di bawah ini:

Ditahun ini pak RT menanam sebuah tomat dan mencoba menanam bawang merah, tomat yang ditanam sendiri tomat jenis servo, dalam melakukan budidaya tomat dapat terjadi bermacam-macam wabah ataupun kendala, seperti halnya virus genus enterovirus, hama wereng, dan bercak-bercak hitam pada daun tomat, tomat dapat dipanen 12 kali dan dalam 1 kali penanaman dapat bertahan maksimal 3 bulan lamanya. Sedangkan untuk bawang merah sendiri memiliki resiko yang disebabkan faktor eksternal seperti cuaca yang tidak menentu, dan serangan hama penyakit (seperti penyakit layu). penyiraman pada bawang merah tergolong harus cukup dan rutin dilakukan yakni 1 hari sekali entah pada pagi atau sore hari hal ini untuk pertumbuhan dan pembentukan umbi, terutama pada musim kemarau. Pada umur 60 sampai 70 hari atau paling lambat yakni 3 bulan tanaman bawang merah dapat dipanen, ciri ciri bawang merah siap dipanen Antara lain leher batang mulai lunak serta tanaman terlihat rebah dan daun mulai menguning.

Dalam strategi marketing menggunakan sistem manual dan ada beberapa pihak yang menggunakan media online yakni dijual di pasar tradisional, dititipkan di berbagai toko terdekat. Sedangkan dalam marketing online desa tenggulun membuat (akun grup belanja desa tenggulun) di whatsapp, serta penjualan online seperti biasanya.

¹⁰ Hasil wawancara kepada bapak Rozikin selaku RT 6 pemilik kebun tomat dan bawang, pada tanggal 04 Agustus 2023



Gambar 4. Proses survei UMKM vichi baby shop

Dari observasi dan wawancara kami dapat beberapa informasi, Awal vichi baby shop karena gemarnya jualan baju anak online sejak bangku perkuliahan, setelah lulus beliau berinisiatif membuat usaha yakni vichi baby shop¹¹, Pada awal usaha ini berdiri yakni dengan menjahit sendiri dan hanya dibantu saudaranya. Dengan strategi marketing yang dititipkan di berbagai toko – toko bayi sampai dapat menjangar ke media sosial diantaranya, Instagram, Tiktok, Facebook, Produk vichi juga pernah menjadi Brand Ambassador artis luar negeri. Proses produksi menerapkan sistem berantai yakni dari mulai pembuatan pola baju sampai pemotongan dilakukan di kediaman beliau, Setelah itu di sebar luaskan untuk proses penjahitan sampai menjadi baju di kalangan ibu-ibu desa tenggulun, Setelah itu dikembalikan lagi ke kediaman vichi lalu melalui proses control quality, Finishing dan packing lalu sampai pengiriman. Sepak terjal penjualan vichi baby shop sudah sampai luar kota, Luar negri sampai luas benua asia, Namun masih dalam proses berkembang.



Gambar 5. Proses observasi ke UMKM Una Fashion

¹¹ Hasil wawancara kepada ibu Rini selaku pemilik Vichi shop, pada tanggal 05 Agustus 2023

Pada gambar diatas Una Fashion berdiri pada awal bulan Oktober 2018. Sebelum bernama Una Fashion hanya memiliki usaha gabungan dengan bren El Mira yang tujuan marketingnya adalah Surabaya dengan stok yang terbatas, Lalu dilanjutkan dengan membuat usaha sendiri yakni Una Fashion dikarenakan ada nadzar (jika memiliki anak cewek maka akan membuat baju anak) yakni nama Una itu diambil dari anak ketiga beliau¹². Sekarang Una masih dalam proses pengembangan. Awal mulanya Una Fashion ada juga karena keinginan sang pemilik serta dukungan dari keluarga. Dari awal tidak memiliki basik apapun apalagi tentang keahlian dalam menjahit. Beliau hanya bertekad serta belajar otodidak dan sekedar menyumbangkan ide serta berkolaborasi dengan para penjahit setempat di desa tenggulun. Una Fashion awal mula hanya memiliki 1 karyawan sampai sekarang ada 20 karyawan yang menetap di Una Fashion. Adapun prinsip Una fashion yakni ATM (amati tiru dan modifikasi lalu beliau kembangan berulang).



Gambar 6. Silaturahmi ke UMKM Dapur Mak Ma Catering

Dalam kesempatan ini yakni di Dapur Mak Mah yang sekarang diambil alih oleh cucunya yang bernama ibu Susmiati berdiri sejak lama namun tidak mempunyai pelanggan khusus pemasaran yang digunakan yakni mencakup dititipkan di beberapa toko ,Pasar perempatan di Tenggulun, Dalam proses pengemasan telah memiliki label yang dapat dikenal oleh publik, Usaha makanan yang tersedia di Dapur Mak Mah¹³ adalah, Usaha catering, Jajan pasar, Serta aneka macam bumbu dapur halus diantaranya bumbu soto, Rawon, Gule, Bali dan seterusnya. Sedangkan untuk bumbu halus sendiri dapat bertahan paling lama 5 hari dikarenakan tanpa menggunakan bahan pengawet buatan. Disini dapat juga melakukan transaksi atau pemesanan

¹² Hasil wawancara kepada ibu Ulya selaku pemilik Una fasion, pada tanggal 05 Agustus 2023

¹³ Hasil wawancara terhadap ibu yuli indah sari selaku penerus dapur mak mah, pada tanggal 05 Agustus 2023

mendadak khusus untuk bumbu halus dikarenakan telah memiliki mesin penggiling bumbu sendiri.

Dapur mak mah bisa juga menerima pesanan untuk suatu kegiatan ataupun acara formal maupun non formal diantaranya acara hajatan pernikahan, Acara keorganisasian, Maupun acara kumpul keluarga. Untuk patokan harga sendiri yakni menyesuaikan jenis-jenis jajanan yang di pesan dan yang pasti terjangkau. Untuk pengiriman sendiri bisa diambil langsung ke kediaman beliau atau bisa juga delivery, Kendala dari usaha UMKM ini sendiri yakni persaingan antar pelaku UMKM dan pemasaran yang masih belum maksimal.



Gambar 7. Proses survei UMKM Momkies Donat

Dari gambar diatas adalah observasi Momkies¹⁴ donat Awal mula berdirinya yakni sekedar iseng pada saat ulang tahun anaknya yang berusia ke tiga tahun. Dulu ibunya bekerja di bakery yang berada di malaysia dan pulang ke desa serta menerapkan usaha roti di desa tenggulun yang dibantu oleh anaknya. Cara marketing yang digunakan ialah postingan di sosial media dan dari mulut ke mulut setelah itu mulai banyak orderan masuk. Orderan kedua yakni untuk temannya yang menikah, momkis juga pernah mengirim ke malang babat dan ke paciran meski hanya satu toples saja, Tahun- tahun berikutnya banyak yg mulai order kue kering yang biasanya untuk persiapan idul fitri. Sedangkan untuk kue basah biasanya di jual setiap harinya. Beraneka ragam kue tersedia disini namun lebih dominan yakni kue roti kering . Banyak daerah yang bekerjasama dengan momkies diantaranya Daerah paciran untuk di jual kembali serta beberapa pihak yang digunakan pada acara tertentu. Momkies donat memiliki karyawan tetap hanya 1 anggota yakni anggota keluarga namun apabila orderan banyak bisa mengrekrut karyawan dari tetangga terdekat. Untuk kendala di moomkis yaitu waktu sering terjadi benturan dengan

¹⁴ Hasil wawancara terhadap ibu yuli khusniawati selaku pemilik moomkies bakery, pada tanggal 06 Agustus 2023

mengajar karena ibunya juga memiliki pekerjaan sampingan yakni mengajar di sekolahan. Untuk pengiriman pesanan biasanya dibantu suami dan ada satu karyawannya, Terkadang juga pembeli langsung ambil ke kediaman beliau.



Gambar 8. Pendekatan dan silaturahmi ke Koperasi Sidapat RT 4 Pak Nor Kholid S.Pd

pada observasi dan silaturahmi kami ke Koperasi Sidapat (Koperasi Pemuda Erte Papat) yang didirikan oleh Bapak Nor Kholid S.Pd¹⁵ pada tahun 2014, Mengenai beberapa UMKM di Desa Tenggulun ini ternyata awal mula mendirikan usahanya juga meminjam atau bekerja sama dengan Koperasi Sidapat ini, Dikarenakan terbentuknya koperasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Tenggulun yang dimana juga menjunjung tinggi yang namanya kekeluargaan, Selain itu Koperasi Sidapat ini juga memiliki unit kerja selain simpan pinjam antara lain Scaffolding, Agen LPG, Jasa pelayanan pemasangan Provider WIFI dan lain lain, Membuat koperasi ini sangat dibutuhkan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat bersama.

C. Kegiatan 3

Dalam melaksanakan siklus yang terakhir yakni Research (Penelitian) pada tahap ini kami melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam melakukan identifikasi masalah serta teknik pemecahannya secara bersama-sama.¹⁶ Tentunya pada tahap ini diperlukan diskusi yang panjang atau berbagai ide yang disampaikan untuk mendapatkan hasil yang matang demi keberlanjutan program kerja yang akan dilakukan dalam sektor ekonomi. Diskusi dilakukan mencakup seluruh

¹⁵ Hasil wawancara kepada bapak Nur Kholid S.pd. selaku pemilik Koperasi sidapat, pada tanggal 06 Agustus 2023

¹⁶ Pedoman KKN-PAR Kolaborasi 2022 Hal. 8

anggota kelompok 4, Aparat Desa, Pemuda-pemuda Desa, Ketua RT untuk mengembangkan ide yang ada.

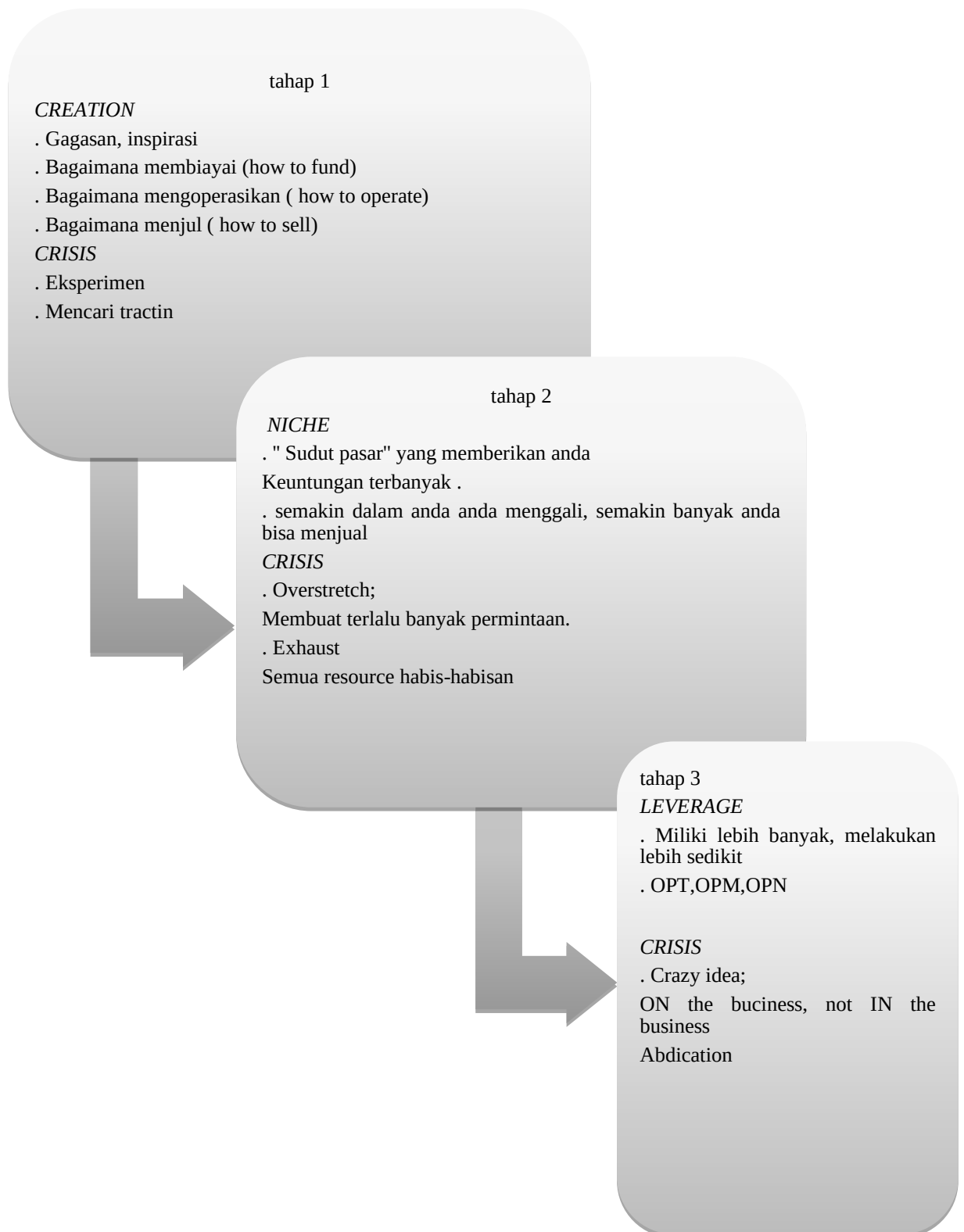


Gambar 9 pemberian sertifikat kepada pemateri digital marketing

Dari semua ide yang didapatkan kami bersama sama ingin mengadakan seminar atau pemberdayaan UMKM melalui digital marketing yang dimana program ini sangat cocok dengan kendala yang dialami oleh masyarakat di Desa Tenggulun yang mana untuk penjualan atau promosi skalanya masih sangat minim.

Dalam pelatihan atau pemberdayaan UMKM melalui digital marketing di mana dengan narasumber yakni pak Mustik Efendi¹⁷ selaku owner Rumah Sehat Refleksi, Owner Kebun Madu Alfarabee dan juga Direktur di Inigresik dan Ini Lamongan, Beliau menyampaikan tentang Business Mastery dan Digital Marketing.

Seminar ini, pembahasan yang dikupas mengenai pemberdayaan UMKM melalui digital marketing. Dapat diketahui pada era teknologi saat ini model-model pengembangan bisnis baru terus bermunculan seiring pergeseran inovasi, dari pemasaran tradisional yang sekarang dapat dimediasi melalui media digital, dapat kita lihat dengan munculnya model e-commerce diantaranya shopee, bukalapak, tokopedia dan masih banyak lagi, bapak Mustik Efendi menyinggung juga tentang tantangan sesungguhnya bagaimana menumbuhkan sebuah bisnis. Yakni semua orang bisa memulai bisnis namun berapa banyak orang yang mampu mengembangkannya? Yakni hanya 4% dari 100% yang mampu memahami tahapan dalam membangun serta mengembangkan bisnis, beliau memaparkan ada beberapa tahapan diantaranya.





Gambar 10. Kegiatan Pemberdayaan UMKM melalui digital marketing di Desa Tenggulun

Setelah selesai acara pelatihan digital marketing yang telah dijelaskan oleh bapak mustik efendi begitu sangat jelas, maka anggota pelatihan digital marketing dapat menerima penjelasan yang sangat memuaskan dan cepat masuk kedalam otak, maka dari itu banyak orang yang sangat ikut berpartisipasi pada acara tersebut dan tidak lupa setelah itu foto bersama.

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari KKN dengan metode PAR dapat memberikan pengaruh positif terhadap warga mengenai marketing digital dalam era digitalisasi yang terus berkembang mengikuti arus zaman, sementara itu masyarakat juga dapat belajar banyak mengenai bagaimana cara awal berusaha sampai proses pengembangan suatu usaha UMKM, tingkat berhasil atau tidaknya suatu usaha terletak pada cara kepemimpinan suatu pemimpin, yakni owner dalam suatu usaha tersebut. Apabila baik kepemimpinan suatu usaha maka kemungkinan usaha itu akan berhasil, sedangkan apabila kepemimpinan suatu usaha buruk maka akan lebih kecil keberhasilannya.

Ucapan Terima Kasih

Terimah kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang membantu menyelesaikan program kegiatan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata diantaranya:

1. Kepala desa Tenggulun Bapak Abu Sholeh, S.Pd.I beserta jajaran perangkat desa dan Bapak Nur Kholid S.Pd yang telah menerima kami dan menyediakan fasilitas untuk menyelesaikan program kegiatan ini sehingga dapat menghasilkan hasil yang bermanfaat bagi masyarakat desa Tenggulun.
2. Rekan rekan KKN yang selalu semangat dan sedia mengorbankan usaha berupa ide, Tenaga dan Biaya untuk menyelesaikan program kerja dalam sektor ekonomi.
3. Serta seluruh masyarakat desa Tenggulun yang selalu siap sedia menerima teman teman KKN dalam melaksanakan program kerja.
4. Dan seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Daftar Pustaka

BUKU PEDOMAN KKN PAR KOLABORATIF 2022

DESA TENGGULUN.HOME.BLOG

[HTTPS://LAMONGANKAB.GO.ID](https://lamongankab.go.id)

Jurnal.iainponorogo.ac.id