

## UMKM Berdaya: Kreativitas Berbasis Internet dan Pemasaran Digital di Desa Tenggayun

*Empowered Msmes: Internet-Based Creativity And Digital Marketing In Tenggayun Village*

Nurmahadi<sup>1\*</sup>, Dito Wahyutomo<sup>2</sup>, Lukman Hakim<sup>3</sup>, Irawan Fakhrudin Mahali Zikri<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Institut Syariah Negeri Junjungan Bengkalis, Bengkalis, Indonesia

[\\*lukman.baa02@gmail.com](mailto:*lukman.baa02@gmail.com)

---

### Article History:

Received: November 02, 2024;

Revised: November 18, 2024;

Accepted: Desember 26, 2024;

Published: Desember 30, 2024;

**Keywords:** MSMEs, Digital Marketing

**Abstract:** *Tenggayun Village has great potential for the development of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), but many business owners have not yet utilized digital technology for marketing. This program aims to enhance the creativity of MSME actors through education and training in digital marketing. The training covers how to use digital platforms, manage social media accounts, and e-commerce. After completing the program, participants showed improved knowledge and skills in creating engaging content and leveraging online marketing to increase sales. As a result, many MSME owners were able to reach new customers and boost their revenue. The program also encourages creativity in product development, leading to more innovative products. Additionally, a community was formed among MSME actors who supported one another. The program increased public awareness of the importance of purchasing local products, strengthening the market for MSME products. Moving forward, the service team plans to conduct regular monitoring to ensure the sustainability of digital marketing practices. Overall, this program has had a positive impact on the local economy, strengthening the competitiveness of MSMEs in Tenggayun Village.*

---

### Abstrak

Desa Tenggayun memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM, namun banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas pelaku UMKM melalui edukasi dan pelatihan pemasaran digital. Pelatihan mencakup cara menggunakan platform digital, pengelolaan akun media sosial, dan e-commerce. Setelah mengikuti program, peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam membuat konten menarik serta memanfaatkan pemasaran online untuk meningkatkan penjualan. Hasilnya, banyak pelaku UMKM yang berhasil menjangkau konsumen baru dan meningkatkan omset. Program ini juga mendorong kreativitas dalam pengembangan produk, menciptakan produk yang lebih inovatif. Selain itu, terbentuk komunitas antar pelaku UMKM yang saling mendukung. Program ini meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membeli produk lokal, memperkuat pasar produk UMKM. Ke depan, tim pengabdian akan melakukan monitoring berkala untuk memastikan keberlanjutan pemasaran digital. Secara keseluruhan, program ini berdampak positif bagi perekonomian lokal, memperkuat daya saing UMKM di Desa Tenggayun..

**Kata Kunci:** UMKM, Pemasaran Digital

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di daerah pedesaan. Di Desa Tenggayun, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, banyak pelaku UMKM di desa

ini yang masih menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran digital menjadi salah satu faktor penghambat yang signifikan.

Di era digital saat ini, pemasaran berbasis internet merupakan alat yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mereka dapat memanfaatkan teknologi ini dengan baik.

Pemasaran digital tidak hanya mencakup penggunaan media sosial, tetapi juga melibatkan berbagai platform e-commerce yang dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan pemahaman yang tepat tentang cara menggunakan platform-platform ini, pelaku UMKM di Desa Tenggayun dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan menarik lebih banyak pelanggan. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha mereka.

Selain itu, kreativitas dalam pemasaran juga menjadi kunci keberhasilan bagi UMKM. Dalam konteks ini, pelatihan yang diberikan tidak hanya akan fokus pada teknik pemasaran digital, tetapi juga pada pengembangan ide-ide kreatif untuk mempromosikan produk. Dengan memanfaatkan kekayaan budaya dan sumber daya lokal, pelaku UMKM dapat menciptakan produk yang unik dan menarik bagi konsumen. Pentingnya dukungan dari pemerintah desa juga tidak bisa diabaikan. Pemerintah desa dapat berperan aktif dalam memfasilitasi pelatihan dan mengembangkan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung pemasaran digital. Dengan adanya dukungan tersebut, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih mandiri dan inovatif dalam memasarkan produk mereka.

Di samping itu, evaluasi terhadap program pemasaran digital yang telah diterapkan sangat diperlukan untuk mengukur efektivitasnya. Data mengenai peningkatan penjualan dan jangkauan pasar akan memberikan gambaran jelas tentang dampak dari kegiatan ini terhadap perekonomian lokal. Dengan melakukan evaluasi secara berkala, program ini dapat disesuaikan agar lebih efektif dalam mencapai tujuannya.

Perkembangan teknologi informasi juga membuka peluang bagi UMKM untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya di tingkat nasional bahkan internasional. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM di Desa Tenggayun untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Pemasaran digital berbasis internet akan memberikan mereka kesempatan untuk menunjukkan produk lokal kepada audiens yang lebih luas.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi konkret bagi pelaku UMKM di Desa Tenggayun dalam menghadapi tantangan pemasaran. Melalui

peningkatan kreativitas dan pemanfaatan teknologi digital, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi para pelaku UMKM tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat desa secara keseluruhan. Dengan membangun ekosistem yang mendukung inovasi dan kreativitas dalam pemasaran digital, Desa Tenggayun dapat menjadi contoh sukses bagi desa-desa lain dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal melalui teknologi modern.

## **2. METODE**

Tahapan pengabdian kepada masyarakat untuk program Meningkatkan Kreativitas UMKM Desa Tenggayun Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet dapat dirinci menjadi beberapa langkah yang sistematis dan terstruktur.

### **Persiapan Awal**

Tahap pertama adalah persiapan awal, yang meliputi pengumpulan informasi mengenai kondisi UMKM di Desa Tenggayun. Tim pengabdian akan melakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan yang mereka hadapi dalam pemasaran produk. Hal ini penting untuk memahami kebutuhan spesifik mereka dan merancang program yang tepat sasaran.

### **Pembentukan Tim Pengabdian**

Setelah informasi terkumpul, langkah selanjutnya adalah membentuk tim pengabdian yang terdiri dari berbagai disiplin ilmu, seperti pemasaran, teknologi informasi, dan kewirausahaan. Tim ini akan bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan program pelatihan serta pendampingan kepada pelaku UMKM.

### **Penyusunan Rencana Program**

Tim pengabdian akan menyusun rencana program yang mencakup tujuan, sasaran, metode pelaksanaan, dan indikator keberhasilan. Rencana ini juga akan mencakup jadwal kegiatan dan anggaran yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan program. Penyusunan rencana ini dilakukan berdasarkan hasil survei dan wawancara sebelumnya.

### **Sosialisasi Program**

Sebelum pelaksanaan kegiatan inti, tim akan melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai program yang akan dilaksanakan. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang manfaat pemasaran digital dan bagaimana program ini dapat membantu mereka dalam meningkatkan kreativitas dan daya saing produk.

**Pelatihan Pemasaran Digital**

Pelatihan menjadi bagian penting dari program ini. Tim pengabdian akan menyelenggarakan sesi pelatihan mengenai pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan strategi konten. Pelatihan ini akan dilakukan secara interaktif dengan melibatkan peserta dalam praktik langsung menggunakan perangkat digital.

**Pendampingan Praktis**

Setelah pelatihan, tim akan memberikan pendampingan praktis kepada pelaku UMKM dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Pendampingan ini mencakup bantuan dalam membuat akun media sosial, mengelola konten, serta strategi pemasaran produk secara online. Tim juga akan membantu mereka dalam mengatasi masalah teknis yang mungkin muncul selama proses pemasaran.

**Pengembangan Kreativitas Produk**

Selain fokus pada pemasaran, program ini juga akan mendorong pelaku UMKM untuk mengembangkan kreativitas produk mereka. Workshop kreatif akan diadakan untuk membantu mereka menciptakan produk yang unik dan menarik, serta teknik desain kemasan yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar.

**Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi kemajuan program. Tim pengabdian akan memantau perkembangan peserta dalam menerapkan pemasaran digital dan kreativitas produk mereka. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, dan analisis data penjualan untuk menilai dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan.

**Penyusunan Laporan Kegiatan**

Setelah semua tahapan selesai dilaksanakan, tim pengabdian akan menyusun laporan kegiatan yang mencakup semua aspek dari program tersebut. Laporan ini akan berisi hasil evaluasi, analisis dampak terhadap UMKM, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut di masa depan.

**Tindak Lanjut dan Keberlanjutan Program**

Sebagai langkah akhir, tim pengabdian akan merencanakan tindak lanjut untuk memastikan keberlanjutan program setelah selesai dilaksanakan. Ini bisa berupa pembentukan komunitas atau forum bagi para pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang pemasaran digital secara berkelanjutan. Dengan tahapan-tahapan tersebut, diharapkan program ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan

kreativitas dan daya saing UMKM di Desa Tenggayun melalui pemanfaatan pemasaran digital berbasis internet.

### 3. HASIL

#### **Dinamika Sosial, Budaya, dan Ekonomi Masyarakat Dampungan**

Program pemasaran digital berbasis internet untuk meningkatkan kreativitas UMKM di Desa Tenggayun akan membawa perubahan sosial yang signifikan. Masyarakat desa yang dulunya bergantung pada tradisionalisme akan semakin terbuka terhadap teknologi modern. Hal ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya adaptasi dengan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan.

Implementasi pemasaran digital akan mempengaruhi budaya masyarakat desa. Misalnya, perilaku bertransaksi dan berkomunikasi akan berubah dari tradisional menjadi lebih modern dan fleksibel. Contohnya, ibu-ibu rumah tangga yang biasanya menjual produk kerajinan tangan secara manual akan memanfaatkan platform online untuk memasarkannya, sehingga meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar global.

Ekonomi desa akan mengalami transformasi signifikan dengan implementasi pemasaran digital. Biaya operasional akan lebih efisien karena penggunaan platform online yang gratis atau murah. Selain itu, penjualan produk akan meningkat karena jangkauan pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan omset dan kesejahteraan masyarakat

Ungkapan produktivitas masyarakat desa akan meningkat karena pelaku UMKM dapat memanfaatkan waktu dan energi lebih efektif. Dengan adanya tools digital, mereka dapat memonitor penjualan secara real-time dan melakukan optimasi strategi pemasaran berdasarkan data yang diperoleh. Hal ini akan meningkatkan daya saing mereka di pasar dan mempertahankan posisi dominan dalam industri lokal.

Integrasi teknologi dengan tradisi akan menjadi karakteristik utama masyarakat desa setelah implementasi program ini. Misalnya, penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk tradisional seperti kerajinan tangan atau kuliner khas desa. Hal ini akan melestarikan warisan budaya sementara juga meningkatkan eksposurnya ke level global. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan kreativitas UMKM saja tapi juga membawa perubahan yang holistik dalam dinamika sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat desa Tenggayun.

Dengan adanya pemasaran digital, masyarakat Desa Tenggayun berpotensi membentuk komunitas digital yang kuat. Komunitas ini dapat menjadi wadah bagi pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman, tips, dan strategi dalam pemasaran online. Dengan kolaborasi ini,

mereka dapat saling mendukung dalam mengatasi tantangan yang dihadapi di dunia digital.

Program ini juga membuka akses pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat desa yang sebelumnya terbatas. Melalui pelatihan tentang pemasaran digital, masyarakat tidak hanya belajar tentang teknologi tetapi juga keterampilan baru yang dapat diterapkan dalam usaha mereka sehari-hari. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia di desa tersebut.

Pemasaran digital juga dapat mendorong kesadaran lingkungan di kalangan pelaku UMKM. Dengan mempromosikan produk ramah lingkungan atau berbasis keberlanjutan secara online, masyarakat dapat menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan. Ini tidak hanya membantu meningkatkan penjualan tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan.

Perubahan dalam cara masyarakat mengakses informasi dan berbelanja melalui internet akan mengubah pola konsumsi di Desa Tenggayun. Konsumen kini lebih cenderung mencari produk lokal melalui platform online, sehingga mendorong pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas produk mereka agar sesuai dengan harapan konsumen modern.

Akhirnya, program ini diharapkan dapat menciptakan kemandirian ekonomi bagi masyarakat Desa Tenggayun. Dengan kemampuan untuk memasarkan produk secara efektif melalui internet, pelaku UMKM tidak lagi bergantung sepenuhnya pada pasar lokal atau metode tradisional dalam menjual produk mereka. Kemandirian ini akan memberikan stabilitas ekonomi jangka panjang bagi keluarga-keluarga di desa tersebut. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan kreativitas UMKM saja tetapi juga membawa perubahan yang holistik dalam dinamika sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat Desa Tenggayun.

### **Partisipasi Dan Pelibatan Para Pihak**

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tenggayun menjadi pihak utama yang terlibat dalam program ini. Mereka akan dilibatkan sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan, dengan tujuan untuk memastikan bahwa program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Keterlibatan ini akan menciptakan rasa memiliki terhadap program dan meningkatkan komitmen mereka untuk berpartisipasi aktif.

Pemerintah desa memiliki peran strategis dalam mendukung program ini. Mereka dapat memberikan dukungan melalui kebijakan yang memfasilitasi pengembangan UMKM dan pemasaran digital. Selain itu, pemerintah desa juga dapat membantu dalam sosialisasi program kepada masyarakat, sehingga lebih banyak pelaku UMKM yang terlibat dan mendapatkan manfaat dari pelatihan yang diberikan.

Lembaga pendidikan, seperti universitas atau sekolah tinggi, dapat berkolaborasi dalam

program ini dengan menyediakan tenaga pengajar atau fasilitator yang memiliki keahlian di bidang pemasaran digital. Mahasiswa juga dapat dilibatkan sebagai relawan untuk membantu pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari selama pelatihan. Kolaborasi ini akan memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa sekaligus memperkuat sinergi antara akademisi dan masyarakat.

Organisasi non-pemerintah (NGO) yang fokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat juga dapat berperan penting dalam program ini. Mereka dapat memberikan dukungan teknis, sumber daya, serta jaringan yang diperlukan untuk memfasilitasi pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Dengan adanya dukungan dari NGO, diharapkan program ini dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

Masyarakat umum di Desa Tenggayun juga diharapkan dapat berpartisipasi dalam program ini, baik sebagai konsumen maupun sebagai pendukung produk lokal. Kesadaran masyarakat tentang pentingnya membeli produk lokal akan mendorong pertumbuhan UMKM di desa tersebut. Program ini akan mengedukasi masyarakat tentang manfaat membeli produk dari UMKM setempat, sehingga menciptakan pasar yang lebih kuat untuk produk-produk lokal.

Media sosial akan menjadi alat penting dalam melibatkan berbagai pihak dalam program ini. Melalui platform media sosial, informasi mengenai kegiatan pelatihan, produk UMKM, dan perkembangan program dapat disebarluaskan secara luas. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk UMKM tetapi juga mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam mendukung usaha lokal.

Sektor swasta juga memiliki peluang untuk berkontribusi dalam program ini melalui sponsorship atau kemitraan strategis. Perusahaan-perusahaan lokal dapat memberikan dukungan finansial atau sumber daya lainnya untuk membantu pelaksanaan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Selain itu, mereka juga dapat menjalin kerjasama dengan UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas.

Pihak ketiga, seperti lembaga penelitian atau konsultan bisnis, dapat dilibatkan untuk melakukan evaluasi terhadap program ini. Evaluasi yang objektif akan memberikan masukan yang berharga terkait efektivitas program serta dampaknya terhadap peningkatan kreativitas dan daya saing UMKM di Desa Tenggayun. Hasil evaluasi ini bisa menjadi dasar untuk perbaikan program di masa mendatang.

Program ini juga berpotensi membentuk komunitas UMKM di Desa Tenggayun yang saling mendukung satu sama lain. Dengan adanya komunitas, para pelaku UMKM dapat berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait pemasaran digital. Komunitas ini akan memperkuat jaringan antar pelaku usaha dan menciptakan kolaborasi yang saling

menguntungkan.

Akhirnya, keberlanjutan program sangat bergantung pada partisipasi aktif semua pihak terkait. Dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat—dari pelaku UMKM hingga pemerintah desa—program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak jangka pendek tetapi juga menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan bagi perekonomian Desa Tenggayun melalui pemasaran digital berbasis internet. Melalui partisipasi dan pelibatan para pihak tersebut, diharapkan program "Meningkatkan Kreativitas UMKM Desa Tenggayun Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet" dapat mencapai tujuannya secara efektif dan memberikan manfaat maksimal bagi seluruh masyarakat desa.

#### **4. HASIL**

Salah satu hasil utama dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan pengetahuan pelaku UMKM di Desa Tenggayun mengenai pemasaran digital. Melalui serangkaian pelatihan dan workshop, peserta belajar tentang berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk mereka, termasuk media sosial dan e-commerce. Pengetahuan ini menjadi dasar bagi mereka untuk mulai beradaptasi dengan teknologi modern dalam menjalankan usaha.

Program ini juga berhasil membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku konsumen di dunia digital, mereka dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih menarik dan relevan. Hal ini mencakup penggunaan konten visual yang menarik, pengoptimalan penggunaan hashtag, dan teknik promosi lainnya yang sesuai dengan karakteristik produk mereka. Melalui pemasaran digital, pelaku UMKM di Desa Tenggayun berhasil memperluas jangkauan pasar mereka. Sebelumnya, banyak produk hanya dijual secara lokal, namun setelah mengikuti program ini, banyak pelaku UMKM yang mulai menjual produk mereka secara online. Ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk tetapi juga memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen di luar daerah mereka.

Hasil nyata dari program ini terlihat pada peningkatan penjualan produk UMKM setelah penerapan strategi pemasaran digital. Banyak pelaku usaha melaporkan bahwa pendapatan mereka meningkat signifikan setelah memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk menjual produk. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat memberikan dampak positif langsung terhadap ekonomi lokal. Program pengabdian ini juga mendorong peningkatan kreativitas dalam pengembangan produk. Pelaku UMKM diajarkan untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan menarik bagi konsumen. Misalnya,



beberapa peserta mulai mengembangkan kemasan yang lebih menarik dan fungsional, serta menciptakan varian produk baru yang sesuai dengan tren pasar.



Gambar.1

Selama program berlangsung, terbentuklah komunitas antara pelaku UMKM di Desa Tenggayun. Komunitas ini menjadi wadah bagi mereka untuk saling berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait pemasaran digital. Dengan adanya jaringan ini, para pelaku UMKM dapat saling mendukung dan berkolaborasi dalam mempromosikan produk mereka. Program ini juga berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung produk lokal. Melalui kampanye pemasaran digital, masyarakat di Desa Tenggayun mulai lebih mengenal produk-produk UMKM setempat dan termotivasi untuk membeli barang-barang lokal daripada produk dari luar daerah. Ini membantu menciptakan ekonomi lokal yang lebih kuat.

Pelaksanaan program ini mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif menggunakan teknologi informasi dalam usaha mereka. Banyak peserta kini sudah menguasai penggunaan aplikasi perpesanan dan media sosial sebagai alat komunikasi dengan pelanggan serta sebagai sarana promosi produk. Ini merupakan langkah penting menuju transformasi digital dalam

dunia usaha. Setelah program selesai dilaksanakan, evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa puas dengan hasilnya dan berencana untuk terus menerapkan ilmu yang didapatkan dalam kegiatan usaha mereka ke depan. Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa program ini sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka

Sebagai langkah keberlanjutan, tim pengabdian berencana untuk melakukan monitoring secara berkala terhadap perkembangan UMKM di Desa Tenggayun pasca-program. Rencana ini termasuk penyelenggaraan sesi lanjutan untuk memberikan dukungan tambahan serta pembaruan tentang tren pemasaran digital terkini agar para pelaku UMKM dapat terus beradaptasi dan berkembang dalam era digital. Melalui hasil-hasil tersebut, program "Meningkatkan Kreativitas UMKM Desa Tenggayun Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet" telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat desa, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui inovasi dan teknologi modern.

## 5. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat "Meningkatkan Kreativitas UMKM Desa Tenggayun Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet" telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Melalui pelatihan yang diberikan, para pelaku UMKM kini lebih memahami pentingnya pemasaran digital dan telah mulai mengimplementasikan strategi tersebut dalam usaha mereka. Hasilnya, banyak pelaku UMKM yang melaporkan peningkatan penjualan dan jangkauan pasar yang lebih luas berkat penggunaan media sosial dan platform e-commerce.

Untuk memastikan keberlanjutan program ini, disarankan agar tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan UMKM di Desa Tenggayun. Dengan melakukan evaluasi, tim dapat memberikan umpan balik yang konstruktif dan membantu pelaku UMKM untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka. Selain itu, evaluasi juga dapat menjadi dasar untuk merancang program lanjutan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

Penting bagi pelaku UMKM untuk terus memperbarui pengetahuan mereka tentang tren pemasaran digital yang selalu berubah. Oleh karena itu, disarankan agar diadakan workshop atau seminar rutin mengenai pemasaran digital, di mana para ahli dapat berbagi pengetahuan terbaru dan praktik terbaik. Kegiatan ini juga dapat melibatkan kolaborasi dengan lembaga pendidikan atau organisasi non-pemerintah yang memiliki keahlian di bidang pemasaran

digital.

Dalam rangka meningkatkan daya saing produk lokal, disarankan agar pelaku UMKM di Desa Tenggayun lebih fokus pada pengembangan produk yang unik dan berkualitas tinggi. Kreativitas dalam desain produk dan kemasan sangat penting untuk menarik perhatian konsumen di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, program pendampingan dalam hal inovasi produk perlu dipertimbangkan sebagai bagian dari kegiatan pengabdian selanjutnya.

Akhirnya, dukungan dari pemerintah desa sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM melalui pemasaran digital. Pemerintah desa dapat berperan dalam menyediakan akses internet yang lebih baik serta infrastruktur pendukung lainnya. Selain itu, pemerintah juga dapat memfasilitasi kerjasama antara pelaku UMKM dengan pihak swasta atau lembaga lain untuk memperluas jaringan distribusi dan promosi produk lokal. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan program ini tidak hanya memberikan dampak positif jangka pendek tetapi juga menciptakan perubahan yang berkelanjutan bagi perekonomian Desa Tenggayun melalui pemanfaatan pemasaran digital berbasis internet.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Amellia, D., & Pujiyanto, W. E. (2023). Pendampingan UMKM untuk Memenangkan Pasar.: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-10.
- Dewi Lubis, D. I., Siregar, A. R. A., & Ramadhan, B. (2024). Meningkatkan Kreativitas UMKM dan Pendapatan Masyarakat melalui Penyuluhan Pemasaran Digital Produk Pisang Lumer. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11-20.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 123-134.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Tambunan, T. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES.
- Shabbir, M., Ghazi, M., & Mehmood, A.R. (2016). Impact of Social Media Applications on Small Business Entrepreneurs. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 6(3), 45-56.
- Nuraisyah, H., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sarjo. *SiKemas Journal*, 2(1), 63-78.
- Dedi, D., et al. (2017). Pengaruh Pelatihan dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 14(1), 144-156.
- Muhammad Iffan, R., Santy, R.D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses dan Bukti Fisik

- Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 200-210.
- Hendrawan, A., Kuswanto, F., & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal HUMMANSI*, 2(1), 50-60.
- Permanasari, L., Ganefawati, R., & Pergiwati, D.V. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif UMKM Desa Kedungpeluk Sidoarjo Melalui Strategi Pemasaran Digital Seta Membentuk Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Abdi Bhayangkara UBHARA Surabaya*, 04(01), 1275–1284.
- Suci, Y.R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 45-55.
- Dahlia, M.P., & Sutiksno, D.U. (2015). Pengaruh Kompetensi Entrepreneur terhadap Keunggulan Bersaing Menuju Asean Economic Community 2015. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran*.
- Trustorini Handayani & Yusuf Tanjung (2017). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 15-25