Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) e-ISSN : 2745 4053
Vol. 4 No 4, 2023 |pp: 3544-3553 | DOI : http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4. 1859

Pelatihan Pemahaman Digital Marketing dan Peningkatan Kualitas Desain dalam Meningkatkan Nilai Jual pada UMKM Desa Tambakasri

[1)]Tomy Rizky Izzalqurny*, [2)] Puji Handayati, [3)]Rifaldy Adinandra Ferdiansyah
[1,2)]Akuntansi, Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia
[3)]Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Kota Malang, Indonesia
Email Corresponding: tomyrizky.izzalqurny.fe@um.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci:
Digital
Marketing
Desain Grafis
Sosial Media

ABSTRAK

Artikel ini membahas upaya pengembangan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di Desa Tambakasri, Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Desa ini memiliki luas wilayah 216 hektar dengan sumber daya alam yang melimpah di sektor pertanian, peternakan, dan lahan. Pertanian, terutama tanaman pangan seperti padi, tebu, dan palawija, menjadi tulang punggung ekonomi desa. Namun, tantangan globalisasi dan perkembangan ekonomi yang pesat mendorong perlunya inovasi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tambakasri memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Mereka menciptakan lapangan pekerjaan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Dalam era digital, digital marketing dan desain grafis menjadi kunci dalam mempromosikan produk UMKM. Social media dan content marketing digunakan sebagai alat penting dalam digital marketing, dengan Canva sebagai alat desain grafis yang berguna. Kegiatan pengabdian meliputi observasi awal, penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi. Observasi membantu tim pengabdian memahami situasi dan kebutuhan di Desa Tambakasri. Penyuluhan dan pendampingan melibatkan pelatihan penggunaan Canva dan media sosial untuk digital marketing. Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak program pelatihan. Hasil program pengabdian ini menunjukkan peningkatkan kemampuan UMKM dalam digital marketing dan desain produk, dengan dampak positif pada perkembangan ekonomi desa. Hal ini penting dalam membantu UMKM bersaing dalam era digital.

Keywords:
Digital
Marketing
Graphic design
Social media

ABSTRACT

This article discusses efforts to develop the economy and improve the community's quality of life in Tambakasri Village, Tajinan District, Malang Regency, East Java. This village has an area of 216 hectares with abundant natural resources in the agriculture, livestock, and land sectors. Agriculture, especially food crops such as rice, sugar cane, and secondary crops, is the backbone of the village economy. However, the challenges of globalization and rapid economic development encourage the need for innovation. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tambakasri Village are important in developing the local economy. They create jobs and contribute to sustainable economic growth. Digital marketing and graphic design are the keys to promoting MSME products in the digital era. Social media and content marketing are important tools in digital marketing, with Canva being a useful graphic design tool. Service activities include initial observation, counseling, mentoring, and evaluation. Observations help the service team understand the situation and needs in Tambakasri Village. Counseling and mentoring involve training in using Canva and social media for digital marketing. Evaluation is carried out to measure the impact of the training program. The results of this service program show an increase in MSME capabilities in digital marketing and product design, with a positive impact on village economic development. This is important in helping MSMEs compete in the digital era.

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

I. PENDAHULUAN

Desa Tambakasri, yang terletak di Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang, Jawa Timur, merupakan sebuah perjalanan geografis yang menggugah hati. Desa ini tersebar di antara koordinat 112,3796 hingga 112,4234 bujur timur dan 8,0477 hingga 8,0251 lintang selatan. Dengan luas wilayah mencapai 216 hektar, Desa Tambakasri memiliki sumber daya alam yang melimpah, yang meliputi sektor pertanian, peternakan, dan lahan.

Pertanian adalah tulang punggung ekonomi desa ini, dengan fokus pada tanaman pangan utama seperti padi, tebu, dan palawija. Namun, mata pencaharian lainnya seperti peternakan dan perdagangan juga memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari penduduk Desa Tambakasri. Sementara mata pencaharian tradisional masih mendominasi, desa ini tak luput dari era globalisasi dan tantangan ekonomi yang berkembang.

Dalam konteks ini, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Tambakasri menjadi pilar penting dalam pengembangan ekonomi lokal. UMKM merupakan salah satu upaya bagi berbagai permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran (Sony Hendra Permana, 2017) Mereka bukan hanya menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk setempat, tetapi juga memajukan potensi ekonomi lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Terlebih lagi, dengan perkembangan terus menerus dalam era digital, UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan daya saing mereka melalui digital marketing dan desain grafis.

Dalam konteks yang terus berubah ini, digital marketing dan desain grafis telah menjadi elemen kunci dalam upaya mempromosikan produk dan layanan UMKM. Digital marketing memanfaatkan kemungkinan internet dan eksistensi online untuk mencapai audiens yang lebih besar, sementara desain grafis membantu dalam menciptakan visual yang menarik dan menarik perhatian. Internet memungkinkan aktivitas komersial di mana konsumen dapat melakukan transaksi secara online. Pemanfaatan teknologi untuk keperluan promosi menjadi kunci penting bagi pertumbuhan dan kesinambungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sebagaimana dijelaskan oleh (Alford & Page, 2015)

Salah satu cara untuk mendukung digital marketing adalah dengan memanfaatkan social media dan content marketing (Haryanto, Pebriyanto, & Banjarmasin, 2020). Social Media Marketing adalah upaya untuk memasarkan produk melalui platform media sosial, seperti yang dijelaskan oleh (Arrigo, 2018). Sementara itu, Content Marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang relevan, seperti foto, video, artikel, dan lainnya, untuk menarik perhatian konsumen (Seyyedamiri & Tajrobehkar, 2021)(Abidin, Azwar Anas, Ilma I, & Cholifah, 2021). Dari pengertian kedua bentuk promosi ini, terlihat bahwa kemampuan desain grafis diperlukan untuk menciptakan konten yang dapat menarik minat konsumen.

Salah satu alat pengeditan desain yang dapat digunakan adalah Canva. Menurut (Nuril Esti Khomariah & Puteri Noraisya Primandari, 2021) Canva adalah platform desain grafis yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membuat berbagai jenis desain kreatif secara online. Melalui Canva, kita dapat membuat desain poster, pamflet, dan presentasi. Dalam konteks ini, Canva dapat membantu anggota karang taruna dalam menciptakan konten produk yang menarik, yang nantinya dapat diunggah ke media sosial atau platform penjualan UMKM Desa Tambakasri.

Berdasarkan situasi tersebut, kami berencana untuk mengadakan pelatihan bagi Pelaku UMKM Desa Tambakasri dengan tujuan meningkatkan kemampuan dalam digital marketing dan promosi produk bagi pelaku bisnis UMKM di Desa Tambakasri, Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang. Pelatihan ini akan fokus pada penggunaan Aplikasi Canva dan akan mencakup materi yang relevan dan intensif. Kegiatan pelatihan ini akan dilaksanakan sebagai bagian dari program Pengabdian Masyarakat di Desa Tambakasri, Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang.

II. MASALAH

Di Desa Tambakasri terdapat sejumlah UMKM yang beroperasi, terbagi menjadi dua kategori utama, yakni usaha produksi dan perdagangan. Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa ini terfokus pada dua aspek. Pertama, mereka mengalami kesulitan dalam mengembangkan dan memasarkan usaha mereka. Kedua, mereka harus bersaing dengan pendatang yang memiliki keunggulan dalam penerapan

inovasi teknologi untuk keperluan pemasaran di Desa Tambakasri, sehingga berdampak pada persaingan bisnis mereka.

Dalam menangani masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tim pengabdian telah merumuskan beberapa solusi yang dianggap efektif. Salah satu solusi utama adalah mengundang para ahli atau individu yang berkompeten di bidang pemasaran digital untuk melakukan diskusi. Kegiatan diskusi ini dianggap sebagai metode yang efektif dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi, dan pendekatan ini mendukung temuan-temuan dalam penelitian sebelumnya seperti yang disarankan oleh (Arifudin, Heryanti, & Pramesti, 2021) (Produk & Masa, 2021)(Ariski & Asim Asy'ari, 2022). Oleh karena itu, tim pengabdian akan melaksanakan diskusi dengan pihak desa Tambakasri sebagai langkah awal dalam menghadirkan solusi untuk kendala yang dihadapi.

Dalam diskusi ini, para ahli akan berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka dalam bidang digital marketing dan peningkatan kualitas desain, sehingga diharapkan akan muncul ide-ide kreatif dan strategi yang dapat membantu desa Tambakasri mengoptimalkan potensi pemasaran mereka secara daring. Dengan pendekatan ini, diharapkan masalah yang dihadapi dapat diatasi dengan lebih efektif dan berkelanjutan.

Salah satu tindakan yang dapat diambil adalah memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM tentang pemasaran digital, yang akan membantu mereka menghadirkan inovasi dan mempermudah proses pemasaran produk. Pendekatan pelatihan ini telah terbukti berhasil dalam konteks sebelumnya, seperti yang telah ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Kadek Novayanti Kusuma Dewi & Luh Putu Mahyuni, 2022)(Susanti, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Prihantika, Fitriani, & Destrilia, 2021)(Arifudin et al., 2021)(Choirina et al., 2022)(Agustina, Dwanoko, & Suprianto, 2021)juga menunjukkan dampak yang signifikan dalam peningkatan desain produk. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan peningkatan desain produk bagi pelaku UMKM dapat menghasilkan inovasi serta meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya digitalisasi.

Oleh karena itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan harus dijadwalkan secara teratur untuk mencapai hasil yang optimal. Keberhasilan dapat diukur dengan melihat peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam hal pemasaran digital dan peningkatan desain produk, yang diharapkan akan membuat mereka aktif dalam media digital, mencapai lebih dari 10% partisipasi dibandingkan sebelum pelatihan dan pendampingan dilakukan.

III. METODE

Kegiatan pengabdian di Desa Tambakasri telah dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan yang relevan. Desa ini dipilih sebagai lokasi pelaksanaan pengabdian karena telah menjalin kerjasama dengan Universitas Negeri Malang. Selain itu, analisis dari berbagai sumber dan hasil observasi menyatakan bahwa Desa Tambakasri memiliki potensi dalam bidang digital marketing yang perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, tim peneliti memutuskan untuk melaksanakan pengabdian di sana. Fokus pengabdian ini adalah pada pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya digitalisasi dan kualitas desain dalam pemasaran produk mereka. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan keterampilan dan pemahaman mereka dalam menggunakan teknologi digital untuk menciptakan sistem pemasaran yang lebih efektif. Mitra lokal di Desa Tambakasri akan berperan aktif dalam mendukung keberhasilan seluruh kegiatan pengabdian.

Kegiatan pengabdian ini akan menggunakan beberapa metode untuk mencapai hasil yang maksimal. Metode yang akan digunakan mencakup observasi, pendampingan, pelatihan, dan evaluasi. Rinciannya dapat dilihat dalam rencana program yang disajikan dalam Gambar dibawah.

Gambar 1. Pelatihan Pemahaman Digital Marketing dan Peningkatan Kualitas Desain dalam Meningkatkan Nilai Jual pada UMKM Desa Tambakasri

Observasi

Tahap pertama dalam rangka pengembangan program pengabdian adalah melaksanakan observasi di Desa Tambakasri. Observasi ini merupakan tahap awal yang krusial dalam rangka merumuskan program pengabdian yang paling efektif dan relevan. Melalui observasi ini, tim pengabdian dapat menggali informasi dan memahami situasi yang ada di lapangan secara mendalam. Data-data yang diperoleh dari observasi akan menjadi dasar dalam merumuskan program yang sesuai dengan kebutuhan nyata yang dihadapi oleh masyarakat Desa Tambakasri. Selain itu, observasi juga akan membantu tim pengabdian dalam mengidentifikasi potensi, permasalahan, dan tantangan yang perlu diatasi, sehingga program yang direncanakan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup dan perkembangan desa tersebut.

Pendampingan dan Pelatihan

Selanjutnya, akan dilakukan kegiatan pendampingan dan pelatihan berdasarkan hasil observasi. Pendampingan dan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelaku UMKM tentang pentingnya digital marketing, meningkatkan kualitas desain produk dan juga memberikan inovasi baru yang dapat meningkatkan kreativitas mereka. Kegiatan ini akan berlangsung selama satu bulan. Evaluasi akan mencakup: Tingkat pemahaman pelaku UMKM terkait digitalisasi pemasaran, Inovasi baru yang dihasilkan oleh para pelaku usaha, dan Kepuasan masyarakat desa. Evaluasi akan dilakukan setelah satu bulan, dan hasilnya akan digunakan sebagai pertimbangan apakah pendampingan dan pelatihan perlu diperpanjang atau sudah cukup.

Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Setelah semua tahap kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan di Desa Tambakasri, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi menyeluruh. Evaluasi ini menjadi sangat penting untuk menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan program pelatihan serta untuk mengoptimalkan dampak kegiatan pengabdian ini pada masyarakat. Evaluasi akan melibatkan analisis berbagai parameter, seperti peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan, serta partisipasi pelaku UMKM di media digital. Hasil evaluasi akan membantu tim pengabdian untuk mengevaluasi dan memperbaiki program, jika diperlukan, agar program dapat memberikan manfaat maksimal bagi pelaku UMKM di Desa Tambakasri dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi desa secara keseluruhan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian dari Universitas Negeri Malang (UM) akan melaksanakan program yang bertujuan meningkatkan aspek pemasaran dan Peningkatan Kualitas Desain Produk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang aktif beroperasi di Desa Tambakasri. Program pengabdian ini dirancang dengan pendekatan terpadu yang mencakup penyuluhan dan pendampingan, dengan fokus pada pengembangan strategi digital marketing. Program ini diberi judul "Optimasi Wirausaha Dalam Pengembangan Usaha di Era 5.0," seperti yang terlihat dalam gambaran materi yang disajikan pada gambar 1.

Gambar 2. Materi Pengabdian Digital Marketing dan peningkatan kualitas desain produk di desa tambakasri

Materi yang disampaikan dalam program ini melibatkan strategi pemasaran online dan peningkatan kualitas produk yang dapat diterapkan untuk mempromosikan UMKM yang ada di desa tambakasri. Materi ini tidak hanya teoritis, melainkan juga didukung oleh data dan praktik pemasaran digital yang relevan. Kegiatan pengabdian ini melibatkan tiga tahap utama, yaitu observasi, penyuluhan, pendampingan, dan evaluasi.

Observasi

Tahap awal adalah observasi yang dilakukan pada tanggal 13 Juli 2023 di Desa Tambakasri, Kabupaten Malang. Observasi ini bertujuan untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai situasi dan potensi yang ada di Desa Tambakasri. Dalam pengamatan tersebut, Desa Tambakasri tampak sebagai desa yang sedang berkembang dan memiliki sejumlah potensi yang dapat dimaksimalkan. Kantor Desa Tambakasri, yang diperlihatkan dalam Gambar 2. menjadi pusat aktivitas yang beragam, yang diinisiasi oleh perangkat Desa.

Gambar 3. Kantor Desa Tambakasri Kecamatan Tajinan

Selama tahap observasi, tim pengabdian, yang dipimpin oleh Tomy Rizky Izzalqurny, S.E., M.S.A., bersama dengan tim mahasiswa, melakukan interaksi dengan kepala Desa Tambakasri. Diskusi dengan Bapak Kepala Desa, yang tergambar dalam Gambar 3.

Gambar 4. Diskusi dengan Bapak Kepala Desa Tambakasri Kecamatan Tajinan

Hasil diskusi ini menunjukkan bahwa program pengabdian yang efektif adalah pendampingan dalam pengembangan konten pemasaran digital untuk UMKM dan BUMDesa. Dengan demikian, program pengabdian diarahkan untuk meningkatkan pemahaman dan implementasi pemasaran digital, dengan tujuan untuk mengoptimalkan usaha dan potensi ekonomi di Desa Tambakasri.

Selanjutnya, tim melakukan survei ke BUMDesa yang juga bertindak sebagai perwakilan UMKM di Desa Tambakasri. BUMDesa memiliki peran penting dalam pengelolaan berbagai produk lokal, seperti olahan maggot, yang memiliki potensi pasar yang signifikan. Hasil diskusi dengan Bapak Zamroni, pengelola BUMDesa, yang tergambar dalam Gambar 5.

Gambar 5. Diskusi dengan Bapak Zamroni pengelola BUMDesa

Menunjukkan bahwa UMKM memerlukan pendampingan dalam pengembangan konten pemasaran digital. Dari diskusi ini, terlihat kesadaran akan pentingnya meningkatkan desain logo dan kemasan produk untuk menarik lebih banyak pembeli.

Gambar 6. Diskusi dengan Bapak Zamroni pengelola BUMDesa

Menggunakan hasil observasi ini sebagai landasan, tim pengabdian menyadari bahwa langkah selanjutnya adalah memberikan bimbingan dalam pemasaran digital dan peningkatan desain kualitas produk. Hal ini bukan hanya akan membantu dalam meningkatkan penjualan produk-produk UMKM, tetapi juga akan meningkatkan citra dan daya saing mereka di pasar. Dalam kerangka ini, pelatihan dan bimbingan dalam pengembangan konten pemasaran digital menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi kendala-kendala yang telah diidentifikasi.

Program pengabdian ini, yang mencakup penyuluhan dan pendampingan, diharapkan akan memberikan manfaat yang konkret bagi pelaku UMKM di Desa Tambakasri. Program ini juga diharapkan akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan, dengan membantu UMKM meningkatkan keterampilan dan pemahaman mereka dalam pemasaran digital dan peningkatan desain produk. Dengan demikian, program ini diharapkan akan menjadi sebuah tonggak penting dalam mengembangkan potensi kemajuan UMKM di Desa Tambakasri.

Pendampingan dan Sosialisasi

Pendampingan dilaksanakan selama 2 hari di area pertemuan Desa Tambakasri. Pada hari pertama dihadiri oleh 30 orang peserta dari pelaku UMKM yang dimulai pada pukul 08.00 hingga 12.00 dan Pada hari kedua hanya diwakilkan oleh pengelola BUMDes . Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2023. Pada hari pertama pendamping memberikan pengenalan aplikasi canva sebagai alat desain yang mudah kepada perwakilan UMKM desa tambakasri,Selanjutnya para peserta mengimplementasikan arahan dari pendamping untuk membuat suatu poster promosi produk yang ada di lingkup UMKM Desa Tambakasri. Hasil dari pembuatan desain poster dari peserta akan dilakukan evaluasi oleh panitia.

Gambar 7. Pelatihan Peningkatan Desain Dengan Aplikasi Canva

Setelah diberikan pendampingan materi terkait penggunaan canva, selanjutnya dilakukan pendampingan dalam optimalisasi sosial media sebagai sarana digital marketing. Pendamping mengenalkan dasar digital marketing dan meminta peserta untuk membuat akun instagram, facebook, dan watsapp bisnis agar lebih optimal dalam melakukan kegiatan usaha.

Pada akhir kegiatan pengabdian hari pertama dilakukan diskusi kepada para pelaku UMKM desa tambakasri yang mendapat respon positif dari peserta. Hasil diskusi ini untuk memberikan masukan terhadap karya yang sudah dibuat dan memilih mana karya yang terbaik sehingga akan diberikan doorprize. Kegiatan tersebut ditutup dengan doa dan foto Bersama yang ditunjukkan pada Gambar 8.

Gambar 8. Penyerahan doorprize.

Hari kedua kegiatan pengabdian di Desa Tambakasri merupakan kelanjutan yang sangat penting dari upaya pendampingan yang telah dimulai sebelumnya. Pada hari ini, fokus utama adalah memberikan pendampingan lanjutan kepada pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Tambakasri, yang memiliki peran kunci dalam memajukan perekonomian lokal.

Dua orang pengurus BUMDes, yaitu Pak Zamroni dan seorang perwakilan lainnya, menjadi perwakilan yang berperan dalam kegiatan ini. Mereka telah terlibat dalam kegiatan sebelumnya dan memiliki tanggung jawab penting dalam mengelola BUMDes. Sebagai pengurus, mereka memiliki peran yang signifikan dalam mengambil keputusan dan menggerakkan BUMDes menuju kesuksesan.

Gambar 9. Pendampingan lanjutan dengan perwakilan pengurus BUMDes

Pendampingan lanjutan pada hari kedua berlangsung intensif, dimulai dari pukul 08.00 hingga 14.00. Waktu yang cukup panjang ini memungkinkan tim pengabdian untuk memberikan panduan yang lebih rinci dan mendalam kepada pengelola BUMDes. Selama sesi pendampingan, perwakilan BUMDes tampak sangat antusias dan aktif. Mereka mengajukan berbagai pertanyaan terkait digital marketing, yang merupakan elemen penting dalam memperluas pemasaran produk UMKM secara digital.

Selain itu, perwakilan BUMDes juga meminta panduan tentang cara meningkatkan kualitas desain produk. Ini menunjukkan komitmen mereka untuk meningkatkan produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM di desa. Mereka ingin memanfaatkan pengetahuan yang mereka peroleh selama pendampingan ini untuk mengembangkan dan memberdayakan pelaku usaha setempat.

Kegiatan hari kedua ini menjadi kesempatan bagi tim pengabdian untuk memberikan bimbingan yang lebih spesifik dan terfokus kepada pengelola BUMDes. Harapannya adalah bahwa ilmu dan keterampilan yang mereka peroleh selama pendampingan ini dapat diimplementasikan dengan baik dan bermanfaat bagi pengembangan ekonomi desa Tambakasri. Kesuksesan BUMDes memiliki dampak yang sangat positif pada kesejahteraan masyarakat setempat, dan hari kedua pendampingan ini merupakan langkah penting dalam mencapai tujuan tersebut.

Evaluasi

Evaluasi kegiatan pengabdian adalah langkah penting dalam memahami dampak serta kemajuan dari sebuah program atau proyek. Dalam konteks pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Tambakasri, evaluasi merupakan tahap akhir yang memberikan pemahaman mendalam tentang perkembangan pemasaran produk UMKM secara digital.

Evaluasi ini berfokus pada mengukur bagaimana digitalisasi dan kualitas kemasan produk telah memengaruhi para pelaku usaha di desa tersebut. Dari hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa sebagian pelaku usaha, yakni sekitar 20%, telah mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan platform jual-beli untuk memperluas jangkauan produk mereka. Ini menunjukkan bahwa mereka mulai memahami potensi yang dimiliki oleh teknologi digital dalam meningkatkan pemasaran.

Selain itu, hasil evaluasi juga mencatat bahwa sekitar 15% dari pelaku usaha telah berhasil meningkatkan kualitas desain produk mereka. Ini menandakan adanya perbaikan dalam aspek estetika dan kualitas produk yang mereka tawarkan. Namun, evaluasi juga menyoroti kenyataan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional dalam berbisnis, tanpa memanfaatkan sepenuhnya potensi digital.

Namun, yang lebih penting adalah hasil evaluasi ini menunjukkan peningkatan pemahaman para pelaku usaha tentang digitalisasi. Hasil ini menciptakan peluang untuk memberikan pendampingan yang lebih intensif di masa depan. Masyarakat juga menunjukkan minat yang kuat untuk mendapatkan bantuan lebih lanjut.

Berdasarkan temuan ini, tim pengabdian merencanakan untuk terus memberikan bimbingan yang lebih mendalam dan fokus pada pelaku usaha yang masih bergantung pada metode konvensional. Langkah ini diharapkan akan membantu mereka mengadopsi teknologi digital secara lebih efektif, meningkatkan pemasaran produk mereka, dan pada akhirnya, meningkatkan kesejahteraan ekonomi di Desa Tambakasri. Evaluasi ini, dengan demikian, berfungsi sebagai panduan yang sangat berharga dalam merancang tindak lanjut yang lebih efektif untuk pengabdian masyarakat di masa depan.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini bertujun untuk pengembangan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di Desa Tambakasri, Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang, Jawa Timur, dengan demikian perlu dilakukan sosialisasi digital marketing untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tambakasri memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Hasil program pengabdian ini menunjukkan peningkatkan kemampuan UMKM dalam digital marketing dan desain produk, dengan dampak positif pada perkembangan ekonomi desa. Hal ini penting dalam membantu UMKM bersaing dalam era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada perangkat desa Tambakasri yang membantu jalannya kegiatan pengabdian, serta terimakasih kepada Universitas Negeri Malang yang memberikan pendanaan untuk kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z., Azwar Anas, M. Y., Ilma I, M., & Cholifah. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Kreatif Bagi Kelompok Petani Ubi Jalar Desa Balesari Kabupaten Malang pada Masa Pandemi Covid 19. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 1(1), 1–7. Retrieved from https://doi.org/10.33379/icom.v1i1.919

Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks 'Soliditas' (J-Solid)*, 4(1), 69. Retrieved from https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732

Alford, P., & Page, S. J. (2015). Marketing technology for adoption by small business. *Service Industries Journal*, 35(11–12), 655–669. Retrieved from https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1062884

Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat …*, 5(5), 3–9.

Ariski, N. A., & Asim Asy'ari, M. (2022). Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa "Jaya Tirta". *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)*, 12(2), 230–249. Retrieved from https://doi.org/10.36733/juara.v12i2.5159

Arrigo, E. (2018). Social media marketing in luxury brands: A systematic literature review and implications for management research. *Management Research Review*, 41(6), 657–679. Retrieved from https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0134

Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, Pangestuti P. (2022). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16. Retrieved from https://doi.org/10.33379/icom.v2i1.1195

Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (2020). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI, 2.

Kadek Novayanti Kusuma Dewi, & Luh Putu Mahyuni. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. Retrieved from https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302

Nuril Esti Khomariah, & Puteri Noraisya Primandari. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan 'Sub Aquatic' Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795–801. Retrieved from https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393

Prihantika, I., Fitriani, Y., & Destrilia, I. (2021). Pelatihan Desain Produk Untuk Pelaku Umkm Komunitas Genro

Chapter Metro. *Repository.Lppm.Unila.Ac.Id*, 1–4.

Produk, P., & Masa, P. (2021). Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13. Retrieved from https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602

Seyyedamiri, N., & Tajrobehkar, L. (2021). Social content marketing, social media and product development process effectiveness in high-tech companies. *International Journal of Emerging Markets*, 16(1), 75–91. Retrieved from https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2018-0323

Sony Hendra Permana. (2017). STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia Sony Hendra Permana. *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia*, 1–11. Retrieved from http://news.detik.com/

Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. Retrieved from https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588