

Sosialisasi Digital Marketing untuk Mendukung Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM) di Dusun Bibis, Sleman

Herlina Susilawati¹ Rafi Wira Ananta¹, Sepdayani Tikara², Lantan Noviana Dewi³, Putranta Aswintama⁴, Imam Fauzi Juniarta⁵, Amar Fahrizki⁶, Fikry Nur Rachman⁶, M. Fitrah Novalefi⁶, Mashayu Dervita Oktyami⁶, Kevin Brilianto⁶

¹ Prodi. Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra-Yogyakarta

² Prodi. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Janabadra-Yogyakarta

³ Prodi. Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra-Yogyakarta

⁴ Prodi. Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra-Yogyakarta

⁵ Prodi. Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra-Yogyakarta

⁶ Prodi. Hukum, Fakultas Hukum Universitas Janabadra-Yogyakarta

E-mail: kknujbr1@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu sektor usaha yang tetap bertahan dan terus berkembang dalam perekonomian nasional adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan pesatnya pertumbuhan usaha saat ini, persaingan di pasar semakin intens. Perubahan tren pemasaran dari metode konvensional (offline) ke media online membuat para pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan potensi digital marketing kehilangan peluang untuk mengembangkan bisnis mereka lebih jauh. Sosialisasi ini diikuti oleh 30 (Tigapuluh) orang meliputi perangkat desa, anggota PKK dan anggota KWT dan pelaku UMKM yang berada di Dusun Bibis. Para pelaku UMKM di sini masih kurang inovatif dalam mengembangkan usahanya. Umumnya, mereka belum menggunakan daya pikir yang kreatif untuk menggunakan digital marketing dengan memanfaatkan jejaring sosial sebagai media pemasaran. Program Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan oleh mahasiswa di Dusun Bibis bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, dan membuka peluang peningkatan pendapatan melalui platform online. Program ini juga mendorong inovasi dalam promosi produk lokal. Para peserta sosialisasi menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi dan pemaparan yang diberikan. Hal ini diharapkan dapat mendorong para pelaku UMKM untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh, sehingga usaha mereka dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Kata kunci : kkn, umkm, sosialisasi digital marketing

ABSTRACT

One of the business sectors that continues to endure and thrive in the national economy is Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). With the rapid growth of businesses today, market competition has become increasingly intense. The shift in marketing trends from conventional (offline) methods to online media has caused MSME actors who do not utilize the potential of digital marketing to miss opportunities to expand their businesses further. This socialization program was attended by 30 participants, including village officials, members of the Family Welfare Movement (PKK), members of the Women Farmers Group (KWT), and MSME actors in Bibis Hamlet. The MSME actors in this area are still less innovative in developing their businesses. Generally, they have not used creative thinking to leverage digital marketing by utilizing social networks as a marketing medium. The Community Service Program (KKN) conducted by students in Bibis Hamlet aims to increase MSME actors' awareness of the importance of digital marketing, expand market reach, and create opportunities to enhance income through online platforms. This program also encourages innovation in promoting local products. The participants demonstrated high enthusiasm for the materials and presentations provided. It is hoped that this will inspire MSME actors to apply the knowledge gained, enabling their businesses to grow and compete in broader markets.

Keywords: *kkn, msmes, digital marketing socialization*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi penggerak ekonomi di tingkat lokal, tetapi juga berperan sebagai tulang punggung dalam menjaga stabilitas ekonomi di tingkat nasional [1].

Namun, era digital membawa tantangan baru yang memaksa pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cepat. Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi. Salah satu aspek penting dari transformasi ini adalah digital marketing, yang berperan dalam membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, dan menciptakan peluang baru dalam bisnis. Sosialisasi dan pelatihan terkait pemasaran digital menjadi langkah fundamental, khususnya bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan seperti Dusun Bibis, Lumbungrejo. Melalui pelatihan ini, pelaku UMKM tidak hanya dapat memahami konsep dasar digital marketing tetapi juga mampu memanfaatkan berbagai platform digital untuk promosi, pengelolaan hubungan pelanggan, hingga peningkatan penjualan[2].

Selain itu, digitalisasi UMKM merupakan bagian integral dari gerakan nasional "UMKM Go Online," yang bertujuan untuk mengintegrasikan pelaku

usaha ke dalam ekosistem digital. Program ini tidak hanya mendorong efisiensi operasional dan inovasi, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dengan terlibat dalam ekosistem digital, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing mereka di pasar global sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi yang inklusif dan merata[1].

Transformasi digital juga diharapkan dapat memberdayakan UMKM untuk berkontribusi pada berbagai aspek pembangunan sosial dan ekonomi. Misalnya, penerapan digitalisasi dapat mendorong keberlanjutan lingkungan melalui pengurangan penggunaan kertas dan optimalisasi sumber daya. Selain itu, akses pasar yang lebih luas memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk lokal, yang pada gilirannya mendukung pelestarian budaya dan tradisi setempat. Dalam konteks Dusun Bibis, Lumbungrejo, digitalisasi UMKM tidak hanya akan meningkatkan ekonomi lokal tetapi juga dapat mendorong potensi desa wisata, produk kerajinan khas, dan sektor lainnya yang mendukung pertumbuhan berbasis komunitas.

Dengan berbagai peluang dan tantangan yang ada, transformasi digital UMKM di Dusun Bibis menjadi salah satu langkah strategis untuk memperkuat posisi ekonomi lokal sekaligus mendukung visi pembangunan ekonomi nasional. Pendekatan yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis kolaborasi akan memastikan bahwa tidak ada UMKM yang tertinggal dalam perjalanan menuju digitalisasi ini.

Dusun Bibis, seperti halnya banyak daerah lain, menghadapi tantangan terkait UMKM. Melalui program KKN, mahasiswa melakukan kegiatan sosialisasi, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, dan membuka peluang peningkatan pendapatan melalui platform online. Program ini juga mendorong inovasi dalam promosi produk lokal. Para peserta sosialisasi menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap materi dan pemaparan yang diberikan. Hal ini diharapkan dapat mendorong para pelaku UMKM untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh, sehingga usaha mereka dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan sosialisasi Digital Marketing untuk UMKM di Dusun Bibis, Lumbungrejo, Tempel, Sleman, dirancang secara sistematis, interaktif, dan aplikatif. Metode ini bertujuan untuk memastikan para peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu langsung mempraktikkan digital marketing dalam kegiatan pemasaran sehari-hari. Pendekatan yang digunakan mengedepankan kolaborasi, penggunaan teknologi sederhana, serta penyampaian materi yang relevan dengan kebutuhan para pelaku UMKM [3]. Berikut adalah tahapan metode pelaksanaan yang dilakukan.

2.1. Observasi dan Wawancara

Tahap awal dilakukan melalui observasi dan wawancara langsung dengan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT), anggota PKK, dan para pelaku UMKM di Dusun Bibis. Metode ini bertujuan untuk:

- Memahami tingkat literasi digital para pelaku UMKM.
- Mengidentifikasi kebutuhan dan kendala yang dihadapi dalam memanfaatkan digital marketing.
- Mengetahui karakteristik produk yang dihasilkan oleh UMKM serta strategi pemasaran yang sudah dilakukan.

Melalui observasi ini, tim dapat merancang materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta, seperti pemilihan platform digital yang mudah digunakan dan strategi pemasaran yang relevan untuk produk lokal.

2.2. Ceramah dan diskusi

Metode ceramah dipilih sebagai media penyampaian teori digital marketing secara terstruktur dan mudah dipahami. Materi disampaikan dengan dukungan visual seperti slide presentasi, video, dan contoh nyata untuk menarik perhatian peserta.

Beberapa poin penting yang ditekankan dalam sesi ceramah ini meliputi:

- Pentingnya digital marketing sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar.
- Peran desain kemasan dan promosi dalam meningkatkan daya tarik produk.
- Pemahaman tentang algoritma media sosial dan cara menggunakannya untuk menarik pelanggan.

Setelah sesi ceramah, diadakan diskusi interaktif untuk menggali ide-ide kreatif dari peserta. Peserta diajak untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi, sehingga solusi dapat ditemukan secara kolektif. Diskusi ini juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat pemahaman materi yang telah

disampaikan.

2.3. Demonsntrasi dan Praktik

Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung penggunaan platform digital marketing dengan bimbingan dari fasilitator. Demonstrasi meliputi:

- Pembuatan akun pada platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, atau WhatsApp Business).
- Cara mengambil foto produk yang menarik dan mengeditnya secara sederhana menggunakan aplikasi gratis.
- Penulisan konten promosi yang menarik perhatian konsumen, seperti deskripsi produk, tagar, dan call-to-action.
- Penggunaan fitur-fitur iklan gratis seperti postingan organik, story, dan grup komunitas.

Setiap peserta didorong untuk menggunakan perangkat yang mereka miliki, seperti ponsel atau PC, sehingga mereka dapat langsung menerapkan teknik yang dipelajari dalam bisnis mereka. Fasilitator juga memberikan panduan dan saran selama praktik berlangsung untuk memastikan setiap peserta mampu menguasai materi..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ‘Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dusun Bibis telah dilaksanakan pada hari Jumat, 08 November 2024 yang bertempat di Posko KKN R1. Dalam sosialisasi yang dilakukan, penulis langsung menjadi narasumber.

Sasaran utama kegiatan ini adalah anggota Kelompok Wanita Tani (KWT),

anggota PKK, dan para pengusaha UMKM yang beroperasi di Dusun Bibis. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada peran strategis mereka dalam menggerakkan perekonomian lokal. Melalui sosialisasi ini, diharapkan para peserta dapat memahami pentingnya pemasaran digital sebagai alat untuk meningkatkan daya saing usaha mereka, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas di era digital.

Hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan sebelum sosialisasi menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Dusun Bibis masih berada pada tahap dasar.

Sebagian besar pelaku usaha hanya menggunakan teknologi untuk kebutuhan operasional sederhana, seperti komunikasi melalui aplikasi pesan singkat. Mereka belum sepenuhnya memahami manfaat pemasaran digital, termasuk bagaimana media sosial dan marketplace dapat digunakan sebagai alat strategis untuk meningkatkan penjualan produk.

Fakta ini mengindikasikan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk memberikan pelatihan yang lebih terfokus dan aplikatif. Pelaku UMKM perlu memahami bahwa dalam dunia bisnis, strategi pemasaran yang efektif merupakan salah satu elemen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha.



Gbr 1. Pemaparan Materi

Pada sesi pemaparan, narasumber menjelaskan konsep dasar digital marketing dengan gaya yang sederhana dan mudah

dipahami. Materi yang disampaikan mencakup:

3.1. Pengertian Digital Marketing

Penjelasan mengenai apa itu pemasaran digital dan bagaimana penerapannya dalam mendukung usaha kecil dan menengah.

3.2. Manfaat Digital Marketing

Pentingnya memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk, membangun hubungan dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar.

3.3. Langkah Praktis Implementasi

Teknik memanfaatkan platform media sosial (seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business) dan marketplace (seperti Shopee dan Tokopedia) sebagai alat pemasaran yang efisien.

3.4. Strategi Promosi

Penekanan pada cara membuat konten yang menarik, pentingnya desain visual produk, serta penggunaan fitur promosi gratis yang disediakan oleh platform.

Narasumber juga mempraktikkan secara langsung proses penggunaan beberapa platform digital, seperti bagaimana mengunggah produk di marketplace, membuat konten promosi di media sosial, hingga memanfaatkan fitur analitik untuk memantau performa pemasaran. Peserta diajak untuk mengikuti demonstrasi ini secara langsung dengan menggunakan perangkat mereka, seperti ponsel atau laptop, sehingga mereka dapat memahami setiap langkahnya dengan lebih baik..



Gbr. 2. Diskusi

Setelah sesi pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi yang interaktif. Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan atau berbagi pengalaman terkait tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan strategi pemasaran digital. Beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peserta mencakup:

- Bagaimana cara menarik lebih banyak pengikut di media sosial untuk meningkatkan jangkauan promosi?
- Apa saja langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk membuat konten promosi yang menarik dan relevan?
- Bagaimana cara mengelola akun media sosial agar tetap konsisten meskipun memiliki waktu yang terbatas?

Diskusi ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis dan relevan bagi setiap peserta. Selain itu, diskusi juga menjadi wadah bagi peserta untuk berbagi ide kreatif yang dapat diterapkan bersama dalam pengembangan usaha..

4. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM di Dusun Bibis mengenai pentingnya pemasaran digital dalam era modern. Dengan memanfaatkan platform online, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas secara lokal menjadi lebih luas, bahkan hingga ke tingkat nasional atau

internasional. Hal ini diharapkan dapat membuka peluang yang lebih besar untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

Salah satu dampak signifikan dari kegiatan ini adalah membuka wawasan para pelaku UMKM mengenai potensi pasar yang lebih luas. Sebelum sosialisasi, sebagian besar pelaku UMKM di Dusun Bibis hanya berfokus pada pasar lokal yang terbatas. Melalui pemasaran digital, mereka kini memiliki peluang untuk menjangkau pasar nasional, bahkan internasional. Dengan memanfaatkan platform seperti media sosial (Instagram, Facebook) dan marketplace (Tokopedia, Shopee), produk-produk lokal dari Dusun Bibis dapat diperkenalkan kepada audiens yang lebih besar dan beragam.

Tidak hanya itu, penggunaan fitur-fitur seperti iklan berbayar yang terjangkau dan analitik digital memungkinkan pelaku UMKM untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam. Hal ini memberikan mereka keunggulan kompetitif dalam merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Kegiatan ini juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mempromosikan produk mereka. Pemahaman tentang digital marketing memungkinkan mereka untuk menampilkan keunikan produk lokal dengan cara yang lebih menarik, misalnya melalui konten visual yang kreatif, video promosi, atau cerita di balik pembuatan produk.

Salah satu manfaat utama dari pemasaran digital adalah efisiensinya dalam hal biaya. Dibandingkan dengan

metode promosi konvensional seperti penyebaran selebaran atau pemasangan iklan fisik, digital marketing memberikan hasil yang lebih besar dengan biaya yang jauh lebih rendah. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan platform seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, dan Instagram secara gratis untuk mempromosikan produk mereka.

Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan pelaku UMKM untuk mengukur efektivitas strategi mereka secara langsung melalui data analitik yang tersedia di setiap platform. Data ini membantu mereka mengoptimalkan biaya promosi dengan hanya berinvestasi pada metode yang terbukti memberikan hasil terbaik.

Dalam era digital yang dinamis, kemampuan untuk beradaptasi terhadap tren pasar menjadi kunci keberhasilan. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM didorong untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan tren pemasaran terkini. Hal ini memastikan bahwa mereka tetap relevan di pasar yang terus berkembang, sekaligus menjaga keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Salah satu keunggulan digital marketing adalah kemampuannya untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen. Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan, memberikan respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan, serta menerima masukan untuk meningkatkan produk dan layanan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal di Dusun Bibis. Dengan memanfaatkan digital marketing, pelaku UMKM tidak hanya

meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi komunitas. Produk lokal yang sebelumnya kurang dikenal kini memiliki peluang untuk bersaing dengan produk dari daerah lain, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Melalui sosialisasi ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga diberdayakan untuk menjadi agen perubahan di komunitas mereka. Mereka diharapkan dapat menginspirasi pelaku usaha lain untuk mengikuti jejak mereka dalam mengadopsi teknologi digital, menciptakan efek domino yang positif bagi pengembangan ekonomi masyarakat Dusun Bibis.

Dengan semua manfaat yang dihasilkan, program ini diharapkan dapat menjadi fondasi yang kuat untuk keberlanjutan dan pengembangan UMKM di era digital. Dampak positifnya tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha secara individu, tetapi juga oleh masyarakat secara keseluruhan, menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan [4]. Semua manfaat ini diharapkan dapat menjadi fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Dusun Bibis.

5. KESIMPULAN

Program Sosialisasi Digital Marketing untuk UMKM di Dusun Bibis telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan pemasaran mereka. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran para

pelaku UMKM akan pentingnya pemasaran digital sebagai strategi yang efisien dan efektif di era modern.

Melalui pemanfaatan platform online seperti media sosial dan marketplace, pelaku UMKM kini memiliki kemampuan untuk memperluas jangkauan pasar mereka, yang sebelumnya terbatas pada tingkat lokal, menjadi lebih luas hingga ke skala nasional maupun internasional. Hal ini tidak hanya membuka peluang baru untuk meningkatkan pendapatan, tetapi juga membantu mereka menghemat biaya promosi dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.

Selain itu, program ini juga mendorong inovasi dalam strategi promosi produk lokal. Pelaku UMKM diajarkan untuk menggunakan fitur kreatif yang tersedia di berbagai platform digital untuk menampilkan keunikan dan nilai tambah produk mereka. Dengan demikian, daya saing usaha lokal dapat meningkat, memungkinkan produk dari Dusun Bibis untuk bersaing dengan produk dari daerah lain, sekaligus memperkenalkan potensi lokal ke khalayak yang lebih luas.

Program ini juga memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM melalui adaptasi terhadap tren pasar yang terus berkembang. Pelaku usaha kini lebih siap menghadapi tantangan era digital dengan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran berbasis data, penggunaan teknologi, dan interaksi langsung dengan konsumen. Kemampuan untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan konsumen memungkinkan UMKM di Dusun Bibis untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka.

Dengan berbagai manfaat yang telah dirasakan, program ini menjadi langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Dusun Bibis. Tidak hanya meningkatkan taraf hidup para pelaku UMKM secara individu, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Diharapkan, keberhasilan program ini dapat menjadi inspirasi bagi pelaksanaan program serupa di wilayah lain, sehingga semakin banyak UMKM di Indonesia yang mampu beradaptasi dengan era digital dan memanfaatkan teknologi untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Program ini membuktikan bahwa dengan pembekalan yang tepat, pelaku UMKM dapat menjadi lebih inovatif, kompetitif, dan relevan di pasar yang terus berkembang. Dengan demikian, program ini tidak hanya menjadi solusi bagi tantangan yang dihadapi pelaku UMKM di era digital, tetapi juga menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan KKN Tematik Kelompok R1 tidak akan berhasil tanpa dukungan, partisipasi, dan kontribusi berbagai pihak yang telah membantu dari awal hingga akhir kegiatan ini. Dengan penuh rasa hormat dan apresiasi, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung kesuksesan program ini.

Pertama, kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Janabadra, khususnya jajaran pimpinan, dosen, dan tenaga kependidikan yang telah membekali kami dengan pengetahuan dan

keterampilan, serta memfasilitasi berbagai kebutuhan untuk pelaksanaan program KKN. Berbagai pembekalan dan dukungan logistik yang diberikan telah menjadi dasar kuat bagi keberhasilan kegiatan kami di Dusun Bibis.

Kami juga menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Ibu Herlina Susilawati, ST., M.Eng., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), yang tidak henti-hentinya memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama masa pelaksanaan KKN. Bimbingan beliau menjadi panduan berharga yang membantu kami menyelesaikan berbagai tantangan di lapangan dengan solusi yang efektif. Dukungan moral dan akademis dari beliau juga menjadi sumber semangat bagi kami untuk menjalankan program ini dengan penuh tanggung jawab.

Selanjutnya, kami menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Dukuh Dusun Bibis beserta perangkat desa, yang telah memberikan sambutan hangat serta dukungan penuh kepada seluruh anggota KKN R1. Sikap kooperatif dan keterbukaan mereka sangat membantu kelancaran pelaksanaan program kami.

Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh warga Dusun Bibis yang telah menerima kami dengan tangan terbuka, memberikan kerjasama yang luar biasa, serta berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang kami lakukan. Partisipasi dan antusiasme warga menjadi bukti nyata keberhasilan program ini dalam memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Dukungan mereka tidak hanya memberikan kemudahan dalam pelaksanaan program, tetapi juga

meninggalkan kesan yang mendalam bagi kami sebagai mahasiswa.

Semoga dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak dalam pelaksanaan KKN Tematik Kelompok R1 ini dapat terus memberikan manfaat, baik bagi masyarakat Dusun Bibis maupun bagi kami sebagai mahasiswa untuk terus belajar, mengabdikan, dan berkontribusi kepada masyarakat. Kami berharap sinergi yang telah terjalin dapat terus terjaga, dan program-program serupa di masa depan dapat memberikan dampak yang lebih besar bagi pembangunan masyarakat.

Sekali lagi, kami ucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan kerjasama yang telah diberikan. Semoga kebaikan dan kontribusi semua pihak mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

7. DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Marlinah, “Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional,” Jakarta, Jun. 2020. Accessed: Nov. 25, 2024. [Online]. Available: <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/download/644/606>
- [2] Hidayat Asep, Lesmana Surya, and Latifah Zahra, “PERAN UMKM (USAHA, MIKRO, KECIL, MENENGAH) DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL,” *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 3, pp. 6707–6714, Nov. 2022, Accessed: Nov. 25, 2024. [Online]. Available: <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/download/2133/1657>
- [3] C. Devi Maulidasari and R. Setiyana, “Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM),” *Darma Bakti Teuku Umar darmabakti@utu.ac.id*, vol. 2, no. 1, pp. 63–73, Jun. 2020.
- [4] Alwendi, “Sosialisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Desa Basilam Baru Kecamatan Muara Tais-II Kabupaten Tapanuli Selatan,” *Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat*, no. 1, Mar. 2023.