



Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing Di Desa Ngaglik Kec. Srengat Kab. Blitar

Sephie Mazidatul Khusna ¹, M. Naszirudin ² and Septian Fadhila Rizqia ^{2*}

¹ Universitas Islam Balitar, Jawa timur, Indonesia

*Email korespondensi : Fadhilarizqi2709@gmail.com

Info Artikel: Diterima: 07 Desember 2022; Disetujui: 09 April 2023; Dipublikasi: 07 Juni 2023

Abstract: Dengan dukungan teknologi informasi, semua urusan jadi lebih mudah. Teknologi tidak bisa dipungkiri telah membawa banyak perubahan dalam dinamika persaingan bisnis saat ini. Mulai dari lahirnya pesaing- pesaing baru, inovasi-inovasi produk baru, sampai hadirnya berbagai model bisnis baru. Dalam pelaksanaan pengabdian Kelompok 24 KKN Universitas Islam Balitar Tahun 2022 menjumpai beberapa UMKM yang mulai merintis usaha. UMKM ini dalam menjalankan bisnis adalah bagaimana menjual barang. Demikian juga dalam kemasan produk hanya sebatas dikemas, tanpa mempertimbangkan aspek design menjadi menarik dan layak jual dalam pasar yang lebih luas. Dengan menggunakan pendekatan survey, wawancara, dan penguatan kapasitas, akhirnya diperoleh hasil: (a) UMKM Jamur Crispy Mak Rin sudah memiliki catatan pendapatan dan juga pengeluaran yang baik. Mereka sudah mulai memahami serta mampu mencatat semua transaksi dengan lancar. Transaksi yang telah dilaksanakan setidaknya telah menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM Jamur Crispy Mak Rin untuk memantau biaya produksi dan jangkauan pemasaran; (b) Pelaku UMKM Jamur Crispy Mak Rin mampu mengoperasikan shopee dengan baik, dan mereka kini sudah memiliki beberapa pesanan melalui aplikasi shopee, serta pesanan untuk offline mereka juga semakin meningkat. Bahkan peningkatan sekitar 50-90% dibandingkan dengan sebelum mengikuti pendampingan; (c) Usaha jamur crispy Mak Rin setelah dilakukan fasilitasi deisgn label serta kemasan yang menarik, akhirnya produk mereka semakin dikenal dan setidaknya dalam kurun akhir masa pengabdian, terjadi peningkatan omset penjualan; (d) Setelah dilaksanakan pelatihan dan sosialisasi, para pelaku UMKM merasakan adanya wawasan baru dan motivasi tentang cara menjadikan usaha mereka makin berkembang.

Kata kunci: UMKM, penguatan kapasitas, teknologi

How to Cite:

Khusna, M, K., Nayirudin, M., & Rizqia, S, F. (2023). Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing Di Desa Ngaglik Kec. Srengat Kab.Blitar. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 4(1): 9-16. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscss.v4i1.109>

1. PENDAHULUAN

Banyak aspek kehidupan dipengaruhi oleh teknologi berbasis digital, tidak hanya bidang marketing saja bahkan hampir semua lini kehidupan menggunakan teknologi berbasis digital. Kenyataan ini merupakan sesuatu yang harus dihadapi oleh generasi milenial di era *society* 5.0, karena akan menjadi peluang besar bagi generasi muda milenial untuk senantiasa mengembangkan kemampuannya baik *hard skill* maupun *soft skill*. Menurut Huda (2021) Era *society* 5.0 telah lahir dengan berbagai *platform* digital yang telah memberikan ruang yang begitu luas dan mampu menciptakan peluang bisnis yang sangat besar yang menjanjikan dalam bidang teknologi digital.

Teknologi saat ini terus berkembang dan pemanfaatan internet menjadi sesuatu yang urgen bagi masyarakat. Beberapa orang bahkan mengalami ketergantungan dengan adanya internet. Yang lebih menarik saat ini, melalui pemanfaatan internet para pengusaha dalam menjalani bisnis semakin meningkat. Dengan dukungan teknologi informasi, semua urusan jadi lebih mudah. Teknologi tidak bisa dipungkiri telah membawa banyak perubahan dalam dinamika persaingan bisnis saat ini. Mulai dari lahirnya pesaing- pesaing baru, inovasi-inovasi produk baru, sampai hadirnya berbagai model bisnis baru (Yulianita, *et al.*, 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM merupakan suatu usaha yang dapat berkembang serta dapat konsisten dalam lingkup perekonomian nasional (Mane, *et al.*, 2022). Menurut Ahluwalia (2022) UMKM merupakan suatu pihak yang perlu mendapatkan pelatihan tambahan karena UMKM berperan dalam proses pertaian ekonomi, mengurangi angka kemiskinan serta menambah lapangan pekerjaan baru. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan (Hakiki, *et al.*, 2021). UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99.99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar (LPPI dan BI, 2015). Dalam hal ini maka dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan penggerak dalam ekonomi dalam kehidupan masyarakat (Yustitia, 2022).

Dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 disebutkan bahwa sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Fokus mereka adalah bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk (Mavilinda, 2021). Kebanyakan pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya (Sanjaya & Nuratama, 2021). Hubungan antara UMKM dengan teknologi dalam masa sekrang tidak dapat dipisahkan. Kegiatan UMKM dalam era sekarang tidak dapat berdiri dan berjalan sendiri tanpa bantuan dari reknologi. Segala jenis pemasaran serta penjualan produk kepada konsumen sudah menggunakan teknologi. Hal ini didukung dengan pendapat menurut (Atmojo & Kusumo, 2022) yang menjelsakan bahwa peran teknologi dalam bidang UMKM sangat penting. Hal ini diperlukan guna pelaku UMKM dapat menjadikan usaha mereka lebih berkembang dan semakin banyak diminati konsumen. Menurut pendapat lain dikatakan bahwa suatu pelatihan mengenai teknologi dalam bidang UMKM memang diperlukan. Hal tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan *signifikan* terhadap pelaku UMKM (Marjukah, 2022). Kegiatan sosialisasi mengenai teknologi juga memebrikan dampak positif bagi pelaku UMKM (Firdaus, *et al.*, 2022).

Dari hasil survey Kelompok 24 KKN Universitas Islam Balitar Tahun 2022, dijumpai beberapa UMKM yang mulai merintis usaha. UMKM ini dalam menjalankan bisnis adalah bagaimana menjual barang. Demikian juga dalam kemasan produk hanya sebatas dikemas, tanpa mempertimbangkan aspek design menjadi menarik dan layak jual dalam pasar yang lebih luas tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk. Kebanyakan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya. Atas dasar kondisi tersebut, kemudian Kelompok 24 mengambil inisiatif untuk memfasilitasi salah satu UMKM untuk dijadikan sasaran pengabdian. Dalam hal ini ditetapkan UMKM Jamur Crispy Mak Rin untuk difasilitasi pemasarannya. Kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pendampingan Manajemen dan Pembukuan Penjualan

Kegiatan pendampingan manajemen dan pembukuan penjualan dilakukan dengan pertimbangan UMKM Jamur Crispy Mak Rin belum memiliki catatan pendapatan dan pengeluaran untuk setiap transaksi mereka. Catatan pendapatan dan pengeluaran adalah hal penting dalam kegiatan usaha. Dengan adanya catatan ini, dapat diketahui kemana dan seperti apa perputaran dana yang terjadi. Selain catatan untuk pengeluaran dan pendapatan, mahasiswa juga mendampingi tentang penentuan HPP produksi dan penjualan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini dilakukan untuk mengetahui harga jual yang sesuai dan berapa keuntungan yang ingin di dapatkan oleh pelaku UMKM.



Gambar 1. Pendampingan Manajemen dan Pembukuan Penjualan

Setelah dilakukan pendampingan selama kurang lebih 5 hari, kini UMKM Jamur Crispy Mak Rin sudah memiliki catatan pendapatan dan juga pengeluaran yang baik. Mereka sudah mulai memahami serta mampu mencatat semua transaksi dengan lancar. Transaksi yang telah dilaksanakan setidaknya telah menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM Jamur Crispy Mak Rin untuk memantau biaya produksi dan jangkauan pemasaran.

2. Pendampingan Pemasaran Digital

Pelaku usaha UMKM jamur crispy Mak Rin merupakan salah satu pelaku usaha yang belum memiliki pemahaman yang memadai tentang teknologi informasi. Sehingga mereka masih menjual produk mereka dalam lingkungan sekitar dan hanya melalui aplikasi WatssApp. Karena hal ini, Kelompok 24 memfasilitasi UMKM Jamur Crispy Mak Rin agar dapat memiliki serta dapat mengoperasikan salah satu aplikasi *marketplace* yang terkenal yakni Shopee. Selama lebih kurang satu minggu dilakukan pendampingan dengan diawali pembuatan akun hingga pemantauan pasar.

Pelaku UMKM Jamur Crispy Mak Rin akhirnya juga mampu mengoperasikan Shopee dengan baik, dan mereka kini sudah memiliki beberapa pesanan melalui aplikasi shopee, serta pesanan untuk *offline* mereka juga semakin meningkat. Bahkan peningkatan sekitar 50-90% dibandingkan dengan sebelum mengikuti pendampingan.



Gambar 2. Pendampingan penggunaan aplikasi Shopee

3. Revitalisasi Desain Kemasan dan Label

Kemasan serta label merupakan salah satu hal paling utama dalam suatu produk. Hal ini dikarenakan label dan kemasan adalah hal terluar dan pertama dilihat oleh calon konsumen. Apabila label serta kemasan menarik, maka minat konsumen untuk membeli akan semakin meningkat.



Gambar 3. Label dan Kemasan Produk

Usaha jamur crispy Mak Rin awalnya hanya memakai palstik bening biasa dan label seadanya untuk produk mereka. Setelah dilakukan fasilitasi deisgn label serta kemasan yang menarik, akhirnya produk mereka semakin dikenal dan setidaknya dalam kurun akhir masa pengabdian, terjadi peningkatan omset penjualan. Selama lebih kurang satu minggu difasilitasi, UMKM Jamur Crispy Mak Rin sekarang mulai diterima oleh warga Blitar, sebagai bagian dari produk unggulan.

4. Pelatihan dan Sosialisasi Perizinan Produk Makanan dan Pengembangan UMKM

Pelatihan dan Sosialisasi ini dilakukan dengan tidak hanya kepada UMKM Jamur Crispy Mak Rin, melainkan melibatkan seluruh UMKM yang ada di desa Ngaglik. Kegiatan ini bertujuan agar seluruh UMKM yang berada di desa Ngaglik dapat memahami hal-hal yang berhubungan dengan UMKM. Beberapa kiat yang disampaikan pemandu diantaranya adalah bagaimana menjadikan usaha mereka menjadi lebih berkembang, kita memperoleh perizinan dan beberapa kiat motivasional tentang bagaimana mereka mampu bertahan dengan adanya krisis ekonomi yang terjadi saat ini.

Setelah dilaksanakan pelatihan dan sosialisasi, diperoleh hasil bahwasannya para pelaku UMKM merasakan adanya wawasan baru tentang hal yang belum mereka ketahui selama ini. mereka merasa mendapatkan wawasan dan motivasi tentang cara menjadikan usaha mereka makin berkembang.

2. METODE

Pendekatan yang kami lakukan dalam kegiatan ini adalah melalui survey, wawancara, dan penguatan kapasitas. Pendekatan survey dan wawancara dilakukan guna mengidentifikasi permasalahan yang ada. Sedangkan penguatan kapasitas dilakukan dalam dua hal: pertama dengan memberikan penguatan langsung melalui pelatihan kerja (*on the job training*) dan kedua dalam bentuk penguatan motivasional melalui pelatihan. Adapun tahapan kegiatannya terbagi dalam tiga tahap, pra kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan pasca kegiatan.



Gambar 4. Kegiatan wawancara pada salah satu narasumber

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mengabdikan seluruh pemikiran kepada masyarakat. Menurut (Oktaviani, *et al.*, 2022) pengabdian masyarakat memilikitujua yakni dapat digunakan sebagai wadah yang akan dipergunakan untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada pelaku UMKM mengenai cara untuk memasarkan produk menjadi lebih berkembang dan lebih efisien. Pengabdian masyarakat ditempuh oleh mahasiswa sebagai salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan mahasiswa Universitas Islam Balitar Blitar. Pengabdian yang dilakukan telah memberikan semangat, inovasi dan edukasi pada masyarakat Ngaglik sehingga pengabdian yang dilaksanakan mempunyai luaran yang memuaskan, khususnya UMKM Jamur Crispy Mak Rin.

UMKM Jamur Crispy Mak Rin merupakan salah satu usaha rumah tangga yang dapat membantu memulihkan perekonomian. Oleh sebab itu, perlu adanya dorongan dalam membantu kemajuan UMKM. Pengabdian masyarakat dalam bentuk KKN di desa ngaglik ini salah satunya membantu peningkatan perekonomian melalui produk UMKM. Era perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini perlu diimbangi dengan sumber daya manusia yang memadai. Sumber daya manusia merupakan penunjang utama dalam menjalankan sebuah bisnis.

Persaingan yang semakin ketat dalam bidang bisnis perlu diimbangi dengan inovasi, kreatifitas dan manajemen perusahaan yang benar. Banyak produk serupa yang muncul namun dengan kualitas dan strategi penjualan yang cukup unggul. Hal ini mengakibatkan produk lama yang ada kalah dalam pasaran. Untuk itu, tim KKN UNISBA melakukan pendampingan terhadap pelaku bisnis UMKM terkait penjualan produk. Terutama strategi penjualan melalui media online atau yang biasa disebut dengan *digital marketing*.

Pelaksanaan KKN UNISBA berlangsung selama 29 hari. Dilaksanakan mulai dari tanggal 10 Agustus hingga 8 September 2022. Selama 29 hari, tim KKN melakukan berbagai kegiatan seperti survey, pelatihan, serta praktek langsung dalam proses produksi bersama pelaku UMKM. Kegiatan KKN pasca pandemi Covid-19 dilakukan guna membantu pemulihan ekonomi berbasis teknologi. Di minggu pertama tim KKN melakukan survey pelaku UMKM sekitar. Dalam survey, kami juga menanyakan terkait kendala dan hal apa saja yang diperlukan dari awal proses produksi hingga pemasaran. Sehingga dari informasi terkait kendala tersebut, kami dapat membantu dalam proses penyelesaian masalah.



Gambar 5. Foto produk pada Marketplace

Hasil dari survey yang dilakukan, selanjutnya akan dilakukan pendampingan, juga pengambilan video pada saat proses produksi yang dilakukan pada minggu kedua. Pendampingan yang dilakukan diantaranya dalam hal packaging, proses pemasaran, dan kebutuhan administrasi. Di minggu ketiga, kami memfokuskan pada pendampingan penggunaan aplikasi Shopee dan fitur marketplace di Facebook. Selain itu juga dilakukan foto produk agar tampilan produk mampu menarik perhatian calon konsumen dan mempengaruhi persepsi untuk melakukan pembelian.

Pada minggu terakhir, kami melakukan pelatihan UMKM, dan yang menjadi pemateri adalah ketua UMKM Blitar dan Ketua LPPM Unisba 2022. Materi yang disuguhkan yakni mengenai packaging, quality control product, pemasaran produk, dan manajemen pemasaran produk. Dalam pelatihan, juga menyinggung terkait kebutuhan perizinan, sertifikasi halal, dan izin dagang. Dari hasil pendampingan dan pelatihan dalam program KKN Unisba 2022 yang telah dilakukan, hasil penjualan produk mengalami peningkatan. Dengan menerapkan digital marketing pada penjualan produk jamur crispy dan keripik singkong, mampu meminimalisir dana, memudahkan produksi, dan air mineral. Dalam hal promosi, tim KKN UNISBA membantu untuk membantu memposting produk di media sosial pribadi. Sehingga pelanggan dapat berkomunikasi langsung dengan penjual tanpa ke toko.

4. SIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang diharapkan pada bagian pendahuluan serta hasil dan Pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :UMKM Jamur Crispy Mak Rin sudah memiliki catatan pendapatan dan juga pengeluaran yang baik. Mereka sudah mulai memahami serta mampu mencatat semua transaksi dengan lancar. Transaksi yang telah dilaksanakan setidaknya telah menjadi bahan pertimbangan bagi UMKM Jamur Crispy Mak Rin untuk memantau biaya produksi dan jangkauan pemasaran. Pelaku UMKM Jamur Crispy Mak Rin mampu mengoperasikan shopee dengan baik, dan mereka kini sudah memiliki beberapa pesanan melalui aplikasi shopee, serta pesanan untuk offline mereka juga semakin meningkat. Bahkan peningkatan sekitar 50-90% dibandingkan dengan sebelum mengikuti pendampingan. Usaha jamur crispy Mak Rin setelah dilakukan fasilitasi design label serta kemasan yang menarik, akhirnya produk mereka semakin dikenal dan setidaknya dalam kurun akhir masa pengabdian, terjadi peningkatan omset penjualan. Setelah dilaksanakan pelatihan dan sosialisasi, para pelaku UMKM merasakan adanya wawasan baru dan motivasi tentang cara menjadikan usaha mereka makin berkembang.

4.2 Saran

UMKM yang berada di desa Nggalik semoga mendapatkan perhatian khusus terutama oleh pemerintah, baik pemerintah Desa, pemerintah Kecamatan maupun pemerintah Kabupaten. Karena UMKM diakui maupun tidak telah menjadi penopang krisis ekonomi yang saat ini melanda dunia.

UCAPAN TERIMA KASIH (ACKNOWLEDGMENTS)

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait terutama dalam proses penelitian: Kepala desa Ngaglik dan seluruh jajaran staf kantor desa yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan KKN; Dosen pembimbing lapangan kegiatan KKN yang telah dengan tulus selalu mendampingi dan membimbing selama kegiatan; Pelaku UMKM Jamur *Crispy* Mak Rin yang telah dengan ikhlas memberikan izin untuk dijadikan sebagai objek penelitian; Pelaku UMKM di seluruh desa Nggalik dan seluruh teman-teman mahasiswa KKN tim kelompok 24 yang selalu kompak dan selalu memberi dukungan demi lancarnya penelitian dan terbentuknya artikel pengabdian masyarakat.

REFERENSI

- Ahluwalia, L., Nani, D.A., & Sari, T.D.R. (2022). Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu. *Journal Of Social Sciences And Technologyfor Community Service*. 3(1), 38
- Atmojo, M.E., Kusumo, M.P. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Teknologi Informasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 6(2). 384
- Firdaus, M.I., Azizah, P.N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*. 4(2).160
- Hakiki, A., Yasnaini, Y., & Khamisah, N. (2021). Pendampingan Implementasi Aplikasi Sistem Informasi Akuntansi pada UMKM di Desa Kerinjing, Ogan Ilir, Sumatera Selatan. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 125-132.
- Huda, Nurul. (2021). Tantangan dan Dampak Digital Marketing Di Era Society 5.0. *Jurnal Keislaman Terateks*, 6(2), 126-144
- LPPM Universitas Islam Balitar, Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata (KKN) 2022 Tematik Pasca Pandemi, Blitar, tp. 2022
- Mane, A.A., Syarifuddin., Loli, H., Menne, F., Pannyiwi, R., Hasan, S., Amiruddin., & Karim, A., (2022) Peran UMKM dalam peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Kaloling. *Journal of Management*. 5(3). 345
- Marjukah, Anis. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. 20(1). 11
- Mavilinda, H., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L., Andriana, I., & Thamrin, K. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28.
- Oktaviani, L., Suaidah., Aldino, A.A., Jupriyadi., & Lestari, Y.T. (2022). Penerapan digital Marketing pada *E-Commerce* untuk meingkatkan penjualan UMKM Marning. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(1). 372
- Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Kerjasama LPPI dan Bank Indonesia, 2015 Sanjaya, P.K.A., & Nuratama, I.P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. CV. Cahaya Bintang Cemerlang
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
- Yulianita, A., Marissa, F., Imelda, I., Asngari, I., Harunurrasyid, H., & Adnan, N. (2022). Pelatihan Peningkatan Kemampuan UMKM dalam Menyusun Laporan Keuangan Sektor Barang dan Sektor Jasa dengan Program MYOB di Masa Pandemi COVID 19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1), 81-88.

Yustitia, E., & Andriansah. (2022). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual Pada UMKM di Desa Sawahkulon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(1). 2