

LAPORAN AKHIR

**KKN TEMATIK
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO TAHUN 2024**



Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil : Pelatihan Tiktok Dan Canva Untuk Peningkatan Keterampilan Pemasaran Dan Desain Grafis di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato

OLEH:

Dewi Indrayani Hamin, S.E.,M.M/198103122005012002 (Ketua)
Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M. /197602012005012004 (Anggota)
Ratna Ahmad, S.Pd.,M.Pd/ 1989070920240062001 (Anggota)

Dibiayai Oleh:
Dana PNPB UNG, TA 2024

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
GORONTALO
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN
KKN TEMATIK TAHAP 2 2024**

1. Judul Kegiatan : Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil : Pelatihan Tiktok Dan Canva Untuk Peningkatan Keterampilan Pemasaran Dan Desain Grafis di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato
2. Lokasi : Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato
3. Ketua Tim Pelaksana
 - a. Nama : Dewi Indrayani Hamin, SE, MM
 - b. NIP : 198103122005012002
 - c. Jabatan/Golongan : Lektor / 3 c
 - d. Program Studi/Jurusan : S1 Manajemen / Manajemen
 - e. Bidang Keahlian :
 - f. Alamat Kantor/Telp/Faks/E-mail : 085298092992
 - g. Alamat Rumah/Telp/Faks/E-mail : -
4. Anggota Tim Pelaksana
 - a. Jumlah Anggota : 1 orang
 - b. Nama Anggota I / Bidang Keahlian : Dr. Hapsawati Taan, ST., M.M /
 - c. Nama Anggota II / Bidang Keahlian : Ratna Ahmad., S.Pd.M.Pd
 - d. Mahasiswa yang terlibat : 15 orang
5. Lembaga/Institusi Mitra
 - a. Nama Lembaga / Mitra : Pemerintah Desa Taluduyunu
 - b. Penanggung Jawab : Dirman Rabiasa
 - c. Alamat/Telp./Fax/Surel : Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato 085256442677
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (km) : 179 km
 - e. Bidang Kerja/Usaha : Usaha kecil / Mikro
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : 2 bulan
7. Sumber Dana : PNB/BLU UNG Tahun Anggaran 2024
8. Total Biaya : Rp. 17.000.000,-



Gorontalo, 22 Oktober 2024
Ketua

(Dewi Indrayani Hamin, SE, MM)
NIP. 198103122005012002



RINGKASAN

Dalam era digital yang terus berkembang, keterampilan dalam pemasaran digital dan desain grafis menjadi sangat penting bagi pelaku usaha kecil. Di Desa Taluduyunu, banyak pengusaha kecil yang belum memanfaatkan platform digital seperti TikTok dan alat desain grafis seperti Canva untuk mempromosikan produk mereka. Untuk itu kami mengadakan program ini dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha kecil dalam menggunakan TikTok sebagai platform pemasaran digital, mengajarkan dasar-dasar desain grafis menggunakan Canva untuk membuat materi promosi yang menarik dan mendorong kreativitas dalam menciptakan konten digital yang dapat menarik perhatian audiens dan meningkatkan penjualan produk lokal. Sehingga harapannya program ini dapat membantu pelaku usaha kecil di Desa Taluduyunu memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka, meningkatkan visibilitas produk, dan mencapai pasar yang lebih luas.

Kata Kunci : Tiktok dan Canva

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

DAFTAR ISI

RINGKASAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Tujuan

1.3 Manfaat Pelaksanaan Program

BAB II TARGET DAN LUARAN

2.1 Target

2.2 Luaran

BAB III METODE PELAKSANAAN

3.1 Persiapan dan Pembekalan

3.2 Uraian Program KKN Tematik/MBKM

3.3 Rencana Aksi Program

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Rencana Aksi Program

4.2 Hambatan dan Permasalahan Pelaksanaan Program

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran 1 : Mahasiswa Peserta KKN Tematik/MBKM

Lampiran 2 : Link Youtube

Lampiran 3 : Link Media Massa

Lampiran 4 : SPTJB

Lampiran 5 : Luaran Artikel Jurnal

Lampiran 6 : Produk Pengabdian

Lampiran 7 : PKS Kerjasama Mitra

Lampiran 8 : Rekap Keuangan

Lampiran 9 : Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam

melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini (Afif, Ridho. 2024)

Digitalisasi bukan hanya tentang penerapan teknologi baru, tetapi juga tentang transformasi cara berpikir dan bekerja. Di sektor bisnis, digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi proses operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas. Contohnya, sistem manajemen inventaris digital dapat secara signifikan mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan efisiensi pengelolaan stok. Selain itu, platform e-commerce dan media sosial memberikan akses kepada bisnis, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam.

Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Keller, 2008).

Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet marketer, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia (Kominfo, 2013).

UKM, yang merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia, berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, banyak UKM yang masih tertinggal dalam memanfaatkan potensi digitalisasi. Hal ini seringkali disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Akibatnya, mereka tidak dapat bersaing secara efektif dengan perusahaan yang lebih besar dan lebih terintegrasi secara digital.

Digitalisasi menawarkan berbagai manfaat signifikan bagi UKM. Pertama, melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce, UKM dapat mengatasi batasan geografis dan menjangkau pelanggan secara global. Ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membuka peluang baru untuk ekspansi bisnis.

Namun, meskipun manfaat digitalisasi jelas, banyak UKM yang masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi ini. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dan bagaimana mengintegrasikannya ke dalam bisnis mereka. Banyak pelaku UKM yang masih merasa terintimidasi oleh kompleksitas teknologi atau tidak tahu harus mulai dari mana. Oleh karena itu, pelatihan dan edukasi tentang penggunaan teknologi digital menjadi sangat penting.

Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan mengungkapkan, TikTok sebagai salah satu platform digital memiliki pengaruh besar terhadap ekosistem Indonesia, khususnya dalam mempercepat proses digitalisasi. “Tidak hanya menjadi platform hiburan, TikTok juga berpengaruh besar terhadap ekosistem UMKM Indonesia. Kami senang, perkembangan digital seperti TikTok mempermudah pertemuan antara pembeli dengan produsen,” kata Mendag Zulkifli Hasan saat menerima kunjungan Chief Executive Officer (CEO) TikTok Shou Zi Chew di kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta Pusat, Rabu (14/06/2023).

Pelatihan dalam penggunaan media sosial seperti TikTok dan alat desain grafis seperti Canva adalah salah satu cara untuk memberdayakan UKM dalam digitalisasi. TikTok, dengan format video pendeknya yang menarik, menawarkan platform yang kuat untuk promosi produk dan pemasaran. UKM dapat menggunakan TikTok untuk menampilkan produk mereka secara kreatif, menarik perhatian audiens yang lebih muda, dan meningkatkan visibilitas merek. Di sisi lain, Canva menyediakan alat desain grafis yang mudah digunakan, memungkinkan UKM untuk membuat materi promosi yang menarik tanpa memerlukan keterampilan desain yang mendalam. Dengan Canva, pelaku UKM dapat menghasilkan poster, brosur, dan konten media sosial yang profesional dengan mudah.

Digitalisasi juga memberikan kesempatan bagi UKM untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Dalam dunia yang terus berubah ini, kemampuan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi baru adalah kunci keberhasilan. UKM yang dapat mengadopsi teknologi digital dan menggunakannya secara efektif akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

Secara keseluruhan, digitalisasi bukan hanya merupakan pilihan, tetapi kebutuhan strategis bagi UKM untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UKM dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, inisiatif untuk memberikan pelatihan dan dukungan dalam digitalisasi sangat penting untuk memastikan bahwa UKM dapat berpartisipasi dan mendapatkan manfaat dari ekonomi digital. Pelatihan TikTok dan Canva yang direncanakan ini adalah langkah konkret untuk membantu UKM di Desa Taluduyunu memanfaatkan peluang digitalisasi, memperkuat ekonomi lokal, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan penulisan laporan ini yakni:

- 1) Untuk mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan digitalisasi dalam manajemen usaha kecil di Desa Taluduyunu, serta memahami tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan desain grafis.
- 2) Untuk memberikan pelatihan intensif tentang penggunaan TikTok sebagai platform pemasaran digital dan penggunaan Canva dalam desain grafis, dengan fokus pada pembuatan materi promosi seperti poster, flyer, dan konten visual lainnya yang mendukung pemasaran usaha kecil secara efektif.

1.3 Manfaat Pelaksanaan Program

Adapun manfaat pelaksanaan program ini adalah membantu pelaku usaha memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif melalui penggunaan tiktok dan canva. Dengan menguasai teknik pemasaran digital yang inovatif, usaha kecil dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan mendorong penjualan produk.

BAB II

TARGET DAN LUARAN

2.1 Target

Adapun target dari program ini yakni kami mengharapkan partisipasi aktif dari 15 orang pelaku usaha kecil lokal. Melalui pelatihan ini, kami bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital peserta dengan skor peningkatan minimal 25%, yang diukur melalui evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan. Target ini akan memastikan bahwa peserta benar-benar menguasai teknik-teknik pemasaran digital dan desain grafis yang diajarkan.

Sebagai bagian dari program ini, kami berharap bahwa 80% peserta akan mampu menerapkan teknik pemasaran TikTok dan desain grafis Canva dalam kegiatan usaha mereka setelah pelatihan. Hal ini akan memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan diterapkan secara praktis untuk meningkatkan performa usaha mereka.

Program ini juga menargetkan peningkatan visibilitas online usaha peserta dengan mengharapkan adanya kenaikan 30% dalam tampilan dan interaksi konten yang diposting di TikTok. Selain itu, kami juga menargetkan agar peserta dapat memproduksi minimal 3 materi promosi berkualitas menggunakan Canva untuk mendukung strategi pemasaran mereka.

Feedback dari peserta akan menjadi salah satu fokus utama kami, dengan target mendapatkan umpan balik positif dari minimal 90% peserta mengenai kualitas dan manfaat pelatihan. Hal ini akan membantu kami menilai efektivitas program dan membuat perbaikan jika diperlukan.

2.2 Luaran

Luaran dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik tahun 2024 di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato adalah publikasi hasil kegiatan inti KKN pada media online dan youtube. Mahasiswa KKN Tematik tahun 2024 melaksanakan seminar hasil kegiatan yang telah dilaksanakan dengan membuat laporan kegiatan baik secara individu maupun secara kelompok. Setiap mahasiswa membuat jurnal harian/laporan individu yang dikumpulkan dalam bentuk hardcopy kepada Dosen Pendamping Lapangan (DPL).

Luaran berupa laporan hasil kegiatan mahasiswa KKN Tematik tahun 2024 yang dinilai oleh Dosen Pendamping Lapangan (DPL), selanjutnya dilaporkan ke Pihak LPPM UNG. Selain luaran berupa laporan tertulis dari mahasiswa KKN, Dosen Pendamping Lapangan juga membuat luaran berupa :

- 1) Publikasi/upload video kegiatan mahasiswa KKN Tematik tahun 2024 melalui chanel Youtube KKN Tematik Desa Taluduyunu dengan link dewiung@ung.ac.id
- 2) Artikel pengabdian pada Jurnal Pemberdayaan Masyarakat pada link <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb/article/view/1793>
- 3) Publikasi kegiatan pada media online dengan link <https://www.wartatimes.com/2024/09/mahasiswa-kkn-tematik-ung-2024.html>
- 4) Video profil Desa Taluduyunu 2024 pada link <https://youtu.be/IT3I-0qVJ6I>

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Persiapan dan Pembekalan

Mekanisme pelaksanaan kegiatan KKN Tematik Tahun 2024 di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato meliputi tahapan:

- 1) Perekrutan mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 berjumlah 15 Mahasiswa,
- 2) Pembekalan (*coaching*) dari pihak LPPM Universitas Negeri Gorontalo,
- 3) Pembekalan (*coaching*) dari pihak Dosen Pendamping Lapangan,
- 4) Persiapan alat dan bahan kegiatan KKN Tematik Tahun 2024 diantaranya: kaos lapangan mahasiswa KKN, bendera posko, spanduk kegiatan, spanduk lokasi, kelengkapan kegiatan pelatihan sebagai kegiatan inti dan keperluan makanan.
- 5) Kesiapan keberangkatan dan kegiatan penarikan mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024

Materi persiapan dan pembekalan kepada Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 sebelum ke lokasi mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Sesi pembekalan /*coaching*
- 2) Fungsi Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 oleh Kepala LPPM UNG
- 3) Panduan dan pelaksanaan Program KKN Tematik tahun 2024
- 4) Sambutan pemerintah setempat
- 5) Materi tentang Tema KKN Tematik Tahun 2024

Sesi pembekalan/simulasi yang dilaksanakan oleh Dosen Pendamping Lapangan terdiri dari pemahaman mengenai alat yang diperlukan dalam kegiatan KKn Tematik Tahun 2024 dan proses pelatihannya. Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik Tahun 2024 di lokasi KKN di Desa Taluduyunu berlangsung 45 hari terdiri dari tahap:

- 1) Pelepasan Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 oleh LPPM UNG.
- 2) Pengantaran Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 ke lokasi KKN oleh DPL.
- 3) Penyerahan Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 ke lokasi oleh Dosen Pendamping Lapangan kepada pejabat setempat.
- 4) Pengarahan lapangan oleh Dosen Pendamping Lapangan (DPL) dibantu oleh pemerintah setempat.
- 5) Monitoring dan evaluasi perdua minggu kegiatan
- 6) Monitoring dan evaluasi pertengahan kegiatan
- 7) Monitoring dan evaluasi akhir kegiatan KKN Tematik Tahun 2024.
- 8) Penarikan Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024.

3.2 Uraian Program KKN Tematik

KKN Tematik Tahun 2024 ini berlokasi di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato. Adapun program inti dari Mahasiswa KKN Tematik Tahun 2024 di Desa Taluduyunu yang dillaksanakan oleh peserta KKN Universitas Negeri Gorontalo yaitu “Digitalisasi Manajemen Usaha

Kecil : Pelatihan Tiktok Dan Canva Untuk Peningkatan Keterampilan Pemasaran Dan Desain Grafis di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato”.

Kegiatan pelatihan diawali dengan memberikan teori gambaran umum tentang literasi digital, teori canva dan tiktok. Setelah itu mendampingi masyarakat untuk bisa menggunakan aplikasi digital untuk peningkatan keterampilan pemasaran. Hal yang paling penting adalah pemberian pemahaman dan wawasan kepada masyarakat mengenai digitalisasi manajemen usaha kecil : pelatihan tiktok dan canva untuk peningkatan keterampilan pemasaran dan desain grafis di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato.

Adapun urain pekerjaan, program, dan volumenya selama kegiatan KKN Tematik Tahun 2024 di Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato dapat dilihat pada table 1 di bawah ini.

Table 1. Uraian Pekerjaan, Program dan Volumenya dalam 45 Hari

No	Uraian Pekerjaan	Program	Volume (JKEM)	Keterangan
1	Pembekalan	Coaching teknis program KKN Tematik oleh LPPM ke Dosen Pendamping Lapangan	7	1 hari @ 7 jam
2	Pembekalan	Coaching peserta KKN dari pihak LPPM	7	1 hari @ 7 jam
3	Pembekalan	Coaching teknis DPL ke mahasiswa KKN Tematik	7	1 hari @ 7 jam
4	Pengantaran	Pengantaran mahasiswa KKN ke lokasi	7	1 hari @ 7 jam
5	Sosialisasi	a. Perkenalan peserta KKN dengan aparat desa dan perwakilan masyarakat (formal dan non-formal)	16	4 hari @ 4 jam
		b. Identifikasi sumber daya desa	16	4 hari @ 4 jam
6	Penyiapan kelompok tim kerja	a. Pembentukan tim	7	1 hari @ 7 jam
		b. Penyusunan jadwal	7	1 hari @ 7 jam
7	Pengumpulan data	a. Survey	40	10 hari @ 4 jam
		b. Diskusi formal	12	4 hari @ 3 jam
		c. Diskusi non formal	15	5 hari @ 3 jam
8	Pelaksanaan kegiatan	a. Pengenalan dan observasi lapangan	7	1 hari @ 7 jam
		b. Asesmen kebutuhan masyarakat	9	2 hari @ 3 jam
			16	4 hari @ 4 jam

		c. Penyampaian hasil asesmen dan penyusunan rencana program KKN bersama masyarakat	14	2 hari @ 7 jam
		d. Kegiatan inti	196	28 hari @ 7 jam
		e. Terlibat dalam kegiatan desa	196	28 hari @ 7 jam
		f. Kegiatan tambahan (kegiatan pemuda karang taruna)		
9	Seminar hasil	Membuat laporan kegiatan KKN Tematik	14	2 hari @ 7 jam
Total JKEM			593	
Rata-rata JKEM			59,3	n= 15

3.3 Rencana Aksi Program

Pada tahap rencana aksi program KKN Tematik tahun 2024 ini, hal yang dilakukan tentunya dengan terlebih dahulu mendiskusikan program ini kepada pihak kepala desa dan aparatnya terkait program inti yang akan dilaksanakan. Menjelaskan secara detail terkait sasaran dan tujuan pelaksanaan program tersebut. Adapun yang menjadi sasaran program dalam KKN Tematik ini, ditujukan kepada pelaku usaha kecil di Desa Taluduyunu yang membutuhkan keterampilan pemasaran digital dan desain grafis. Peserta akan dibimbing dalam menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat konten video promosi dan Canva untuk membuat desain visual yang mendukung pemasaran. Dengan harapan program ini dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pemasaran.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Pelaksanaan Rencana Aksi Program

Program *Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil* di Desa Taluduyunu bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil, dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan desain grafis. Program ini difokuskan pada dua platform utama, yaitu TikTok untuk pemasaran video kreatif, dan Canva untuk pembuatan desain grafis yang menarik. Dalam pelaksanaan program ini, diawali dengan persiapan program yakni melakukan survei sederhana. Survei ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap teknologi dan platform digital yang akan diajarkan. Selain itu, juga melakukan koordinasi dengan perangkat desa untuk mengumpulkan peserta dan menentukan tempat pelaksanaan pelatihan. Peralatan yang dibutuhkan seperti laptop, proyektor, dan koneksi internet juga dipersiapkan.

Pelaksanaan program ini dilakukan pada hari Rabu, 28 Agustus 2024 bertempat di Kantor Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato. Program ini dilakukan dalam dua sesi, yakni sesi satu (pengenalan dan pemanfaatan TikTok untuk pemasaran digital) dan sesi dua (desain grafis menggunakan Canva). Dalam sesi satu, peserta diperkenalkan dengan platform TikTok sebagai alat pemasaran yang efektif dan mudah digunakan. Materi yang diberikan mencakup: cara membuat akun TikTok untuk bisnis, teknik pembuatan konten video yang menarik dan sesuai dengan produk usaha, strategi pemasaran melalui TikTok Ads, tips memanfaatkan algoritma TikTok untuk memperluas jangkauan audiens, dan peserta juga diajarkan praktik langsung pembuatan video singkat menggunakan smartphone mereka.

Pada sesi dua, peserta belajar tentang dasar-dasar desain grafis dan pentingnya visual yang menarik dalam promosi usaha. Materi yang diberikan meliputi: pembuatan akun Canva dan eksplorasi fitur dasar, desain poster, flyer, dan konten media sosial menggunakan template Canva, dan teknik dasar dalam menyusun layout, memilih warna, dan tipografi yang menarik. Peserta kemudian dipandu untuk membuat materi promosi usaha mereka masing-masing menggunakan Canva.

Kegiatan tersebut berjalan dengan baik dan lancar, juga mendapat apresiasi yang besar dari pemerintah desa dan respon positif serta antusiasme masyarakat. Berikut gambaran kegiatan inti KKN Tematik 2024 yang sukses terlaksana di desa Desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia, Kabupaten Pohuwato.



Gambar 4.1 Kegiatan Sesi 1 Pemaparan Materi Digital Marketing (Tiktok & Canva)



Gambar 4.1 Kegiatan Sesi 2 Pendampingan Pembuatan Akun (Canva & Tiktok)

4.1.2 Kegiatan Tambahan

Pada kegiatan tambahan, ada dua (2) kegiatan tambahan yang diprogramkan oleh mahasiswa KKN diantaranya:

1. *KKN Goes to School* dan Pelestarian Lingkungan

Pelaksanaan *KKN Goes to School* dimulai dengan mengajukan izin di SDN 03 Buntulia dan SDN 08 Buntulia pada hari Senin tanggal 1 September 2024. Kemudian kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 4 hingga 5 September 2024. Kegiatan *KKN Goes to School* ini dilatarbelakangi oleh rencana program kerja tambahan yakni pelestarian lingkungan yang belum bisa terealisasikan.

Pelaksanaan kegiatan *KKN Goes to School* pada hari Kamis tanggal 4 September 2024 dilaksanakan dengan pembekalan materi terkait sampah dan pengolahan sampah plastik menjadi karya kerajinan. Pada hari Jumat tanggal 5 September 2024 kegiatan dilaksanakan dengan pembenahan taman kecil, membuat pot bunga dari sampah botol plastik oleh para pelajar yang kemudian dilombakan.

Para pelajar baik itu di SDN 03 Buntulia maupun di SDN 08 Buntulia sangat antusias dengan program ini. Hampir seluruh pelajar berlomba-lomba untuk menghias tanaman dan pot dari botol plastik. Kegiatan ini juga mendapat dukungan dari guru-guru di sekolah-sekolah tersebut.

2. Pembuatan Lapangan dan Tournament Volleyball

Tournament Volleyball ini diselenggarakan oleh kolaborasi antara Mahasiswa KKN bersama Pemerintah Desa Taluduyunu dan Karang Taruna Motomiyahu. Pelaksanaan *tournament volleyball* ini sesuai dengan minat masyarakat setempat, namun fasilitas lapangan voli di Desa Taluduyunu belum tersedia. Maka dari itu, Mahasiswa KKN memulai kegiatan ini dengan pembenahan lapangan yang berlokasi di Perumahan Komunitas Al-Ikhwan Desa Taluduyunu sebagai bentuk pendekatan kepada masyarakat sekaligus cinderamata dan aset desa dari Mahasiswa KKN.

Pembenahan lapangan dimulai pada hari Minggu tanggal 25 Agustus 2024. Pembenahan lapangan dimulai dari pembersihan lahan untuk pembuatan lapangan. Lapangan bola voli ini juga didesain dan dirancang

langsung Mahasiswa KKN. Pembuatan lapangan voli ini selesai pada tanggal 16 September 2024. Kemudian pembukaan *tournament volleyball* dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 19 September 2024 dihadiri dan lapangan bola voli diresmikan langsung oleh Kepala Desa Taluduyunu, Ketua BPD, dan Camat Buntulia.

Berikut gambaran pelaksanaan kegiatan tambahan mahasiswa KKN di Desa Taluduyunu Kecamatan Buntulia Kabupaten Pohuwato.



Gambar 4.3 **KKN Goes to School** dan Pelestarian Lingkungan



Gambar 4.4 Pembuatan Lapangan dan Tournament Volleyball

4.1.3 Hambatan dan Permasalahan Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program, ada beberapa hal hambatan dan permasalahan yang dihadapi. Diantaranya adalah akses internet yang kurang stabil dan terbatasnya fasilitas pendukung seperti perangkat komputer atau penggunaan smartphone yang belum modern, sehingga peserta mengikuti program latihan belum optimal. Disamping itu, keterbatasan dalam hal pemahaman dan penggunaan teknologi. Kurangnya literasi digital menyebabkan kesulitan dalam memahami konsep dan cara kerja aplikasi yang diajarkan. Beberapa peserta perlu waktu lebih lama untuk menyesuaikan diri dengan penggunaan aplikasi TikTok dan Canva, terutama bagi yang belum pernah menggunakan platform digital secara intensif sebelumnya.

4.2 Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada digitalisasi manajemen usaha kecil melalui pelatihan TikTok dan Canva di Desa Taluduyunu telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan pelaku usaha dalam pemasaran digital. Program ini dirancang untuk menjawab kebutuhan pelaku usaha kecil di Desa Taluduyunu yang mengalami keterbatasan dalam hal pemasaran produk dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya digitalisasi usaha.

➤ Penerapan TikTok sebagai Media Pemasaran

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang berkembang pesat dan sangat populer di kalangan masyarakat global, terutama di kalangan generasi muda. Potensinya sebagai alat pemasaran sangat besar karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya rendah. Pelatihan ini telah berhasil memperkenalkan peserta pada fitur-fitur utama TikTok, seperti pembuatan video pendek, penggunaan filter, dan bagaimana mengikuti tren yang sedang viral.

Peserta pelatihan, yang sebagian besar adalah pemilik usaha kecil, menunjukkan peningkatan pemahaman dalam pembuatan konten video promosi. Mereka mulai memahami bahwa untuk menarik perhatian konsumen, konten harus bersifat kreatif, menghibur, dan relevan dengan produk yang dipasarkan. Video promosi sederhana yang dibuat oleh peserta selama pelatihan menunjukkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai sarana promosi produk. Meskipun demikian, beberapa peserta masih membutuhkan pendampingan dalam hal konsistensi dan kreativitas konten.

➤ **Pemanfaatan Canva untuk Desain Grafis**

Canva dipilih sebagai alat desain grafis karena kemudahannya dalam digunakan oleh orang-orang yang tidak memiliki latar belakang desain profesional. Melalui pelatihan ini, para peserta dilatih untuk membuat desain visual yang menarik menggunakan template yang sudah tersedia di Canva, serta cara menyesuaikan warna, teks, dan elemen grafis lainnya sesuai dengan branding usaha masing-masing.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa para peserta mampu membuat poster promosi yang menarik dan profesional. Desain-desain ini kemudian diunggah di media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menarik perhatian calon konsumen. Peserta juga belajar pentingnya estetika desain dalam meningkatkan daya tarik produk, yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pelatihan Canva juga mengajarkan dasar-dasar desain grafis seperti komposisi, pemilihan warna, dan tipografi. Meskipun tidak semua peserta langsung menguasai aspek-aspek tersebut, mereka mendapatkan pemahaman dasar yang cukup untuk membuat konten visual yang dapat meningkatkan kualitas promosi produk mereka.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan KKN Tematik Tahun 2024 dengan program *Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil* di Desa Taluduyunu telah berjalan dengan sukses dan memberikan dampak positif bagi pelaku usaha kecil di desa tersebut. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform digital, khususnya TikTok dan Canva, sebagai alat untuk meningkatkan strategi pemasaran dan memperkuat daya tarik visual produk mereka.

Peserta pelatihan kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya promosi berbasis konten digital, terutama di era digitalisasi yang semakin berkembang pesat. Meskipun beberapa tantangan dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi dan beragamnya tingkat literasi digital

di antara peserta, program ini berhasil memberikan solusi melalui pendekatan praktik langsung dan bimbingan intensif.

Kegiatan ini tidak hanya membuka wawasan para pelaku usaha kecil mengenai potensi pemasaran digital, tetapi juga memberikan mereka alat dan keterampilan yang relevan untuk mengembangkan bisnis secara lebih efektif dan efisien.

5.2 Saran

Mengingat kendala akses internet yang terbatas selama pelatihan, disarankan agar program ke depan dilengkapi dengan dukungan teknologi yang lebih memadai, seperti penyediaan Wi-Fi atau penggunaan fasilitas internet desa. Hal ini akan membantu memperlancar proses pelatihan, terutama saat mengakses platform online seperti TikTok dan Canva.

DAFTAR PUSTAKA

- Asari, A., Taan, H., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Wijayanto, G., Sartika, S. H., Mustari, M., ... & Sitorus, A. N. (2023). Manajemen Pemasaran di Era Digital.
- Febriyantoro, M.T & Arisandi, D, 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*. Vol 1 No 2, Desember 2018 <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Frizawati, N., Trisakti, P., Romauli, J., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Pemanfaatan Tiktok dalam Meningkatkan Pendapatan Perekonomian UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30658-30667.
- Hamin , Edwin dkk PWndidikan Kewirausahaan, Mafi Media literasi Indonesia , 2023
- Karim, A., & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279-285.
- Kominfo. 2019. *Kemenkop UKM : 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. Dilansir dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media
- Kominfo. 2023. Percepat Digitalisasi UMKM Indonesia Lewat Optimasi Media Sosial. Dilansir dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49640/percepat-digitalisasi-umkm-indonesia-lewat-optimasi-media-sosial/0/berita>.
- Priyandaru Handana dkk ,(2022) Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Tiktok Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja Bogor .Prawara jurnal Abdi Mas.
- Putriani, W., Endang, A. E., & Narti, S. (2023). TikTok as a creative media by content creators in promoting products. *Jurnal STIA Bengkulu: Committe to Administration for Education Quality*, 9(2), 99-114.
- Rakib, M., Taan, H., Sudjiman, L. S., Sudjiman, P. E., Nurmahdi, A., & Santoso, R. (2023). Marketing Management Strategy In The Digital Era. *Penerbit Tahta Media*.
- Syahbani, F., Fadilah, I. R., Nurohim, R., Harto, H., Salsabila, G. S., Nurhaliza, S., ... & Ardan, T. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 259-266.
- Srivastava, A. & Thomson, S.B. (Ardianto, Y, 2019). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/memahami-metode-penelitian-kualitatif>
- Taan, H., Mardin, H., & Mustaqimah, N. (2023). Implementation of Digital Marketing E-Commerce in Innovative Products of Processed Squid as a Business Opportunity in Lamu Village. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 7(1), 66-81.
- Keller, P. &. (2008). Manajemen Pemasaran . Jakarta: Erlangga.

Kominfo. (2013). Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. Retrieved from https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker

Ridho, Afif. 2024. Sosialisasi Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Desa Pantai Gading Kabupaten Langkat. FUSION : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat <https://jurnal.perima.or.id/index.php/FS>

Lampiran 1. Mahasiswa Peserta KKN Tematik 2024



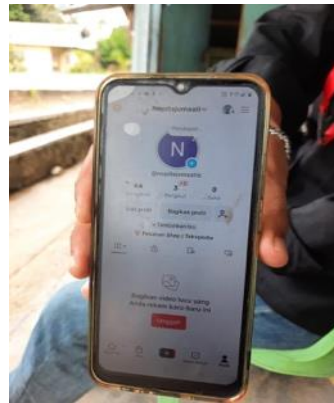
Coaching DPL Kepada Mahasiswa Peserta KKN



Pengantaran Mahasiswa Ke Lokasi KKN Desa Taluduyunu



Kegiatan Inti



Pendampingan Pembuatan Akun Tiktok dan Canva



Pembagian Banner Untuk Pelaku Usaha di Desa Taluduyunu

Kegiatan Tambahan Mahasiswa KKN Tematik 2024 di Desa Taluduyunu



KKN Goes to School dan Pelestarian Lingkungan



Pembuatan Lapangan dan Tournament Volleyball

Lampiran 2. Link Youtube

<https://youtu.be/VnX2fRrpc78?feature=shared>



Link. Profil Desa dan Potensi Desa yang berhasil di desain Mahasiswa sebagai media Promosi dan pengenalan Desa Taluduyunu. Dan video Tutorial Penggunaan Canva dan Tiktok di Youtube:

<https://youtu.be/IT3I-0qVJ6I?feature=shared> &

<https://youtu.be/3Y1nOhhwHGo?feature=shared>



<https://youtu.be/IT3I-0qVJ6I?feature=shared>



<https://youtu.be/3Y1nOhhwHGo?feature=shared>

<https://youtu.be/3Y1nOhhwHGo?feature=shared>

Lampiran 3. Link Media Massa

<https://www.wartatimes.com/2024/09/mahasiswa-kkn-tematik-ung-2024.html?m=1>

 by Redaksi - September 09, 2024



Mahasiswa Tim KKN Tematik Tahap II UNG Tahun 2024 di Desa Taluduyunu (Foto: Dok/Ist).

WARTATIMES.COM, Pohuwato - Mahasiswa Tim KKN Tematik Tahap II UNG Tahun 2024 di Desa Taluduyunu dengan membawa program kerja utama dengan tema Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil, mengawali kegiatan dengan menggelar Sosialisasi Pelatihan TikTok dan Canva Untuk Peningkatan Keterampilan Pemasaran dan Desain Grafis, Rabu, 28 Agustus 2024 -. Sosialisasi yang digelar di Kantor Desa Taluduyunu ini berjalan sukses dengan antusias audience yakni para pelaku usaha.

Lampiran 4 SPTJB

SURAT PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB BELANJA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Ketua Tim Periset (2)

Nama : Dewi Indrayani Hamin, SE. M.M
NIP : 198103122005012002
Pangkat/Gol : Penata Tingkat I / III d
Satuan Kerja : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo

Berdasarkan Surat Keputusan Nomor 938/UN.47/HK.02/2024 (3) dan Perjanjian /Kontrak Nomor 1602/UN47.D1/ PM.01.01/2024 TGL 13 Agustus 2024 (4) mendapatkan Anggaran Pengabdian Kepada Masyarakat Program KKN Tematik Membangun Desa : Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil: Pelatihan Tiktok dan Canva Untuk Meningkatkan Ketrampilan Pemasaran Dan Desain Grafis (5) sebesar .17.000.000,-(6).

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Biaya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Program KKN Tematik Membangun Desa Tahap II Tahun 2024 di bawah ini meliputi :

No	Komponen	Nilai
	HONORARIUM	
	Narasumber / Pemateri	Rp 1.200.000
	Pembantu Lapangan	Rp 1.000.000
	BAHAN DAN ALAT	
	PERSIAPAN	
	Pengadaan Atribut Peserta Dan DPL	Rp 1.500.000
	Pembekalan Mahasiswa	Rp 500.000
	Asuransi Mahasiswa	Rp 300.000
	PELAKSANAAN	
	Kegiatan Penyuluhan	Rp 450.000
	Pengadaan Alat Dan Bahan Pelatihan	Rp 2.400.000
	ATK / Bahan Habis Pakai	Rp 450.000
	Konsumsi Peserta Dan DPL (Berat Dan Ringan)	Rp 750.000
	Konsumsi Beras Mahasiswa Dilokasi	Rp 1.200.000
	PELAPORAN DAN LUARAN	
	Laporan Observasi	Rp 300.000
	Laporan Akhir	Rp 450.000

Publikasi Jurnal	Rp	800.000
Mahasiswa Dari Kampus UNG - Kec. Buntulia Pohuwato		
2 x PP	Rp	3.150.000
Dosen 3 Orang 3 x PP	Rp	1.800.000
(7)		(8)
Jumlah		Rp. 17.000.000 (9)

2. Jumlah uang tersebut pada angka 1, benar-benar dikeluarkan untuk pelaksanaan kegiatan penelitian dimaksud.
3. Bersedia menyimpan dengan baik seluruh bukti pengeluaran belanja yang telah dilaksanakan.
4. Bersedia untuk dilakukan pemeriksaan terhadap bukti-bukti pengeluaran oleh aparat pengawas fungsional Pemerintah.
5. Apabila di kemudian hari, pernyataan yang saya buat ini mengakibatkan kerugian Negara maka saya bersedia dituntut penggantian kerugian negara dimaksud sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
6. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Gorontalo, 15 Oktober 2024

Ketua Tim Pengabdian



Dewi Indrayani Hamin, SE. M.M
198103122005012002

Lampiran 5. Luaran Artikel Jurnal

<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb/issue/view/34>

Letter of Acceptance (LoA)

BUKTI PENERIMAAN NASKAH ARTIKEL ILMIAH

Diberitahukan bahwa, Naskah artikel ilmiah dengan judul:

Peningkatan Keterampilan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing, Desain Grafis Berbasis Tiktok Dan Canva Di Desa Taluduyunu

Yang diserahkan oleh:



Telah diterima untuk dipublikasikan pada tanggal 2 Oktober 2024 pada Jurnal:

Celebes Journal of Community Services
With ISSN **2962-4088**
Vol 3, No 2, 2024

Demikian surat ini dibuat dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 21 Juli 2023

OJS Admin,



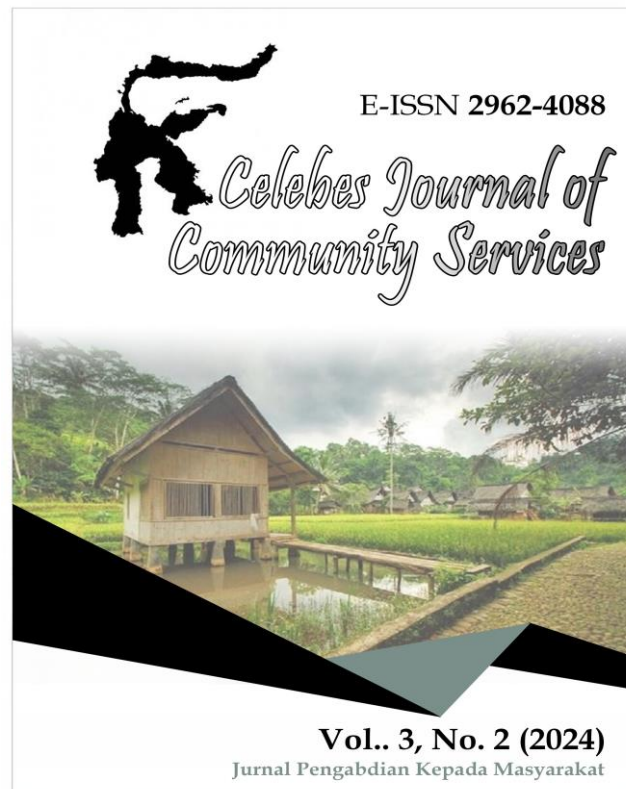
Jurnal STIE
Amkop Makassar
Amar

This Journal has been indexed by :



Home (<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb/index>)

/ Archives (<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb/issue/archive>)



(<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb/issue/view/34>)

This journal publishes articles on community service and empowerment results that are problem-solving, comprehensive, meaningful, and sustainable, with clear goals. Various community service and empowerment activities must have novelty (have innovation and creativity), so that they do not just replicate the same activities in different places, have measurable results and impacts on society, and support the achievement of the goals set forth in the Sustainable which will be published in the Celebes Journal of Community Services by STIE Amkop Makassar

<https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/celeb/article/view/1793/12>
[01](#)



Celebes Journal of Community Services

Peningkatan Keterampilan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing, Desain Grafis Berbasis Tiktok Dan Canva Di Desa Taluduyunu

¹⁾Dewi Indrayani Hamin, ²⁾Hapsawati Taan, ³⁾Ratna Ahmad

^{1,2,)}Jurusan Manajemen Universita Negeri Gorontalo

³⁾Jurusan Pendidikan Ekonomi Universita Negeri Gorontalo

Abstrak

This service discusses the rapidly increasing number of social media users, this is a very good opportunity for business people to market their products. This community service activity was carried out in Taluduyunu Village, Kec. Buntulia District. Pohuwato, where the residents of the village have several MSME businesses such as handicrafts, various snacks and various other creativity. However, the marketing method for MSME business actors is still carried out offline, only local residents know about and buy products from MSMEs in Taluduyunu Village. Based on these problems, this community service activity was carried out with the aim of providing training on the Effectiveness of Implementing Digital Marketing Models and Graphic Design Based on Tiktok and Canva for Actors in Taluduyunu Village to support product marketing for MSME business actors in Taluduyunu Village. The activity form of this training uses a dialogic collaborative-participatory approach method in the form of lectures, questions and answers and interactive discussions to deliver material, direct practice using a laptop connected to the network. There are 3 stages in training, including: 1) preparation, 2) implementation and 3) reporting. The results of the training show high enthusiasm from the participants, and it is hoped that it can help MSME business people in marketing their products digitally via the TikTok platform, both on other social media and the marketplace.

Keywords: : Tiktok, Canva, Digital Marketing

ABSTRAK

Dalam pengabdian ini membahas tentang pengguna media sosial yang semakin bertambah dengan pesat, hal tersebut merupakan peluang yang sangat bagus bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produknya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang dilakukan di Desa Taluduyunu Kec. Buntulia Kab. Pohuwato, dimana warga pada desa tersebut memiliki beberapa usaha UMKM seperti kerajinan tangan, aneka jajanan dan berbagai kreativitas lainnya. Namun metode pemasaran pelaku usaha UMKM masih dilakukan secara offline, hanya warga sekitar yang mengetahui dan membeli produk dari UMKM Desa Taluduyunu. Berdasarkan

permasalahan tersebut maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan memberikan pelatihan tentang Efektivitas Penerapan Model Digital Marketing Dan Desain Grafis Berbasis Tiktok Dan Canva Pada Pelaku di Desa Taluduyunu untuk mendukung pemasaran produk bagi pelaku bisnis UMKM di Desa Taluduyunu. Bentuk kegiatan dari pelatihan ini menggunakan metode pendekatan kolaboratif-partisipatif dialogis yang berbentuk ceramah, tanya jawab dan diskusi interaktif untuk penyampaian materi, praktek langsung menggunakan laptop yang terkoneksi ke jaringan. Terdapat 3 tahapan dalam pelatihan antara lain: 1) persiapan, 2) pelaksanaan dan 3) pelaporan. Hasil pelatihan menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta, dan diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis UMKM dalam pemasaran produk-produknya secara digital melalui platform tiktok, baik di sosial media lainnya dan marketplace.

Kata kunci: Tiktok, Canva, Digital Marketing

Copyright (c) 2024 Dewi Indrayani Hamin

✉ Corresponding author :

Email Address : dewiung@ung.ac.id 2) hapsawatitaan@ung.ac.id 3) ahmadratna89@ung.ac.id

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu bagian penting dalam suatu bisnis. Pemasaran mencakup bagaimana proses sebuah produk diperkenalkan, didistribusikan, hingga sampai ke tangan konsumen. Pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan itu sendiri dan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai balasnya (Billah, et al., 2024). Ada banyak metode ataupun cara yang digunakan dalam memasarkan sebuah produk barang ataupun jasa. Beberapa diantaranya dengan melakukan promosi dan iklan dengan tujuan untuk menarik pelanggan agar mau membeli produk yang di pasarkan. Seiring berkembangnya waktu para pelaku usaha dituntut untuk mengubah taktik pemasaran agar dapat mengikuti perkembangan zaman sehingga diharapkan mampu bersaing dengan kompetitor nya. Ditambah lagi dengan kemajuan perkembangan teknologi saat ini menuntut para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing dengan para pesaingnya. Salah satu cara yang dapat digunakan yakni melalui Digital Marketing

(Taan, H., et al.,2023).

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan platform untuk membangun citra merk suatu perusahaan atau produk, dan media yang mendukung fungsi penjualan konsumen sesuai sasaran yang ingin dicapai (Taan, H., et al.,2021). Dengan adanya digital marketing proses komunikasi dan transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan kapan saja secara bebas. Selain itu biaya yang dikeluarkan lebih sedikit, jangkauan pasarnya lebih luas, dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan, serta segala bentuk informasi dapat tersebar luas secara cepat. Adapun jenis digital marketing meliputi iklan online, e-mail marketing, pesan teks, pemasaran

afiliasi, pay per click, Search Engine Optimization (SEO), dan sosial media (Karomah, et al.,2023).

Desain grafis merupakan seni dan praktik menciptakan visual yang menarik dan efektif dengan menggunakan elemen-elemen seperti gambar, teks, dan warna. Desain grafis dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti media sosial, iklan, situs web, dan promosi produk. Adapun manfaat dengan adanya desain grafis maka akan meningkatkan daya tarik produk melalui digital marketing, membantu pengusaha dalam mempromosikan daya tarik wisata serta membantu pengusaha dalam membuat konten visual yang menarik untuk promosi produk UMKM di media sosial. Desain grafis merupakan sebuah cara komunikasi untuk menyampaikan informasi melalui gambar visual (Naimah, et al., 2020). Desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi desain dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk, dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi (Purwaamijaya, et al.,2022).

Perkembangan design grafis untuk saat ini sangat pesat sekali, terlebih dengan adanya perkembangan software dan hardware yang semakin canggih dan sangat menunjang didalam perkembangan design grafis. Software-software yang digunakan untuk membuat design grafis antara lain adobe photoshop, corel draw, 3D, Flash dan masih banyak lagi. Salah satu software desain grafis yang sering digunakan adalah corel draw, dimana salah satu keunggulan yang dimiliki dari software ini adalah mampu mengolah data gambar berbasis vektor, sehingga gambar yang dihasilkan lebih berkualitas, terutama ketika berhubungan dengan lengkungan, garis atau sudut dan sangat akurat. Biasanya program ini digunakan untuk keperluan cetak, web, maupun untuk keperluan lainnya ((Ramdhan, et al., 2023). Desain grafis sangat mudah ditemukan dimana saja baik pada kalender, logo, merek, gambar dan ilustrasi yang dirancang sebagai media promosi yang dirancangan sangat informative (Rakib, et al., 2023).Tetapi peranan desain grafis bukan didalam konteks itu saja, lebih dari itu tentang bagaimana sebuah pesan komunikasi itu berdampak dan mampu mempengaruhi penerima pesan secara utuh. Peranan desain juga berpengaruh kepada lingkungan dan manusia (Rachmadi, T., & Kom, S. 20200).

Namun demikian, desain grafis juga memiliki kekurangan karena membutuhkan keterampilan dan pengetahuan yang cukup dalam desain grafis, membutuhkan waktu dan usaha untuk membuat desain yang menarik dan profesional, dan membutuhkan biaya untuk membeli software desain grafis yang mahal (Ramdhan, et al., 2023). Digital marketing, dan desain grafis memiliki hubungan yang erat dalam dunia bisnis dan pemasaran. Desain grafis menjadi salah satu aspek penting dalam marketing dan digital marketing karena desain grafis dapat membantu membuat materi pemasaran yang menarik dan profesional serta konten visual yang efektif untuk media digital. Dalam digital marketing, media sosial menjadi salah satu platform yang penting untuk mempromosikan produk atau jasa. Media sosial sebagai media promosi mempunyai nilai plus dibandingkan media promosi yang lainnya. Dengan menggunakan media

sosial para pelaku bisnis bisa dengan mudah menjalin interaksi dengan para konsumen. Pelaku bisnis dapat langsung mengetahui apa yang dikeluhkan pelanggan dan juga bisa mengevaluasi kekurangan untuk diperbaiki lagi.

Seiring perkembangan zaman, Canva muncul sebagai salah satu alat dalam bidang desain grafis untuk membuat konten visual yang lebih efektif dan efisien dibandingkan aplikasi lainnya. Canva merupakan aplikasi desain grafis yang membantu penggunanya untuk merancang berbagai jenis material secara online (Saehan, et al., 2023). Canva yaitu dapat merancang desain tanpa harus memiliki skill desain sehingga Canva menjadi salah satu tools yang dapat membantu bisnis baru untuk mengimplementasikan konten marketing yang lebih efektif, cepat dan murah. Dapat disimpulkan bahwa Canva dapat digunakan untuk membuat desain grafis yang menarik dan profesional untuk berbagai keperluan digital marketing, seperti media sosial, iklan, situs web, dan promosi produk UMKM di media social (Taan, H., et al., 2023). Selain itu Canva juga tersedia dalam bentuk aplikasi di smartphone sehingga menambah nilai keefektifan desain (Ramdhan, et al., 2023).

Canva menjadi alat yang sangat berguna bagi pengusaha dalam mengembangkan bisnis mereka di era digital (Sholeh, et al., 2023). Pelatihan desain grafis menggunakan Canva ini penting dilakukan agar dapat mendukung kegiatan digital marketing menghadapi era digital. Pelatihan desain grafis memberikan pemahaman tentang konsep wirausaha dan strategi pemasaran menggunakan media digital (Halid, et al., 2024). Hal ini akan membantu masyarakat Desa Taluduyunu untuk dapat berorientasi menjadi wirausaha dan memahami bagaimana cara memasarkan produk mereka dengan menggunakan strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan kompetensi pengusaha dalam pemasaran digital dan kewirausahaan. Dengan meningkatkan kompetensi ini, pengusaha akan lebih mampu menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis di era digital, memberikan keterampilan dalam penyuntingan gambar digital dan desain grafis, dan keterampilan ini akan membantu pengusaha untuk meningkatkan daya tarik produk mereka melalui digital marketing (Rapitasari, 2016).



Gambar 1. Mahasiswa KKN-Tematik beserta DPL dan

Aparat Desa Taluduyunu

Pelatihan desain grafis dan digital marketing menjadi penting dalam mendukung digitalisasi marketing dalam berwirausaha. Pelatihan desain grafis dapat meningkatkan daya tarik produk melalui digital marketing (Saehan, et al., 2023). Pelatihan ini memberikan pemahaman dan keterampilan dalam melakukan strategi pemasaran menggunakan media digital dan desain grafis. Pelatihan kewirausahaan dan digital marketing bagi masyarakat bertujuan untuk memberdayakan pemuda dan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk dan jasa mereka (Seyyedamiri, & Tajrobehkar, 2019).

Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada usaha dapat meningkatkan penjualan (Sholeh, et al., 2023). Oleh karena itu, pelatihan desain grafis dan digital marketing menjadi penting dalam mendukung digitalisasi marketing dalam berwirausaha. Dengan mengikuti pelatihan kewirausahaan dan digital marketing, masyarakat yang mempunyai usaha akan lebih mampu menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital (Rapitasari, 2016). Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing desain grafis, tiktok dan, canva dapat membantu masyarakat dan pelaku usaha dalam menghadapi era digital dengan memberikan pemahaman, meningkatkan kompetensi, memberikan keterampilan, meningkatkan kemampuan, dan meningkatkan daya saing pengusaha di era digital khusus masyarakat pelaku UMKM, oleh karena itu, pelatihan ini sangat penting bagi masyarakat di desa Taluduyunu yang ingin mengembangkan bisnis di era digital. Dengan adanya proses pelatihan ini wawasan pengetahuan akan bertambah, sehingga diharapkan mampu mengubah informasi teks dalam bentuk desain grafis yang kreatif sehingga memberikan informasi bagi masyarakat atau konsumen.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan kolaboratif-partisipatif dialogis yang berbentuk ceramah, tanya jawab dan diskusi interaktif. Dimana tim pelaksana akan memberikan pelatihan tentang materi pelatihan lalu mendampingi peserta pelatihan untuk memahami teori dan untuk memantau aktivitas yang dilakukan peserta saat praktek. Peserta dapat berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa KKN-Tematik jika terdapat kesulitan dalam praktek yang dilakukan. Selain itu, adanya diskusi dan tanya jawab tentang materi pelatihan. Pada akhir pelatihan dilakukan penilaian terhadap peserta untuk menentukan keberhasilan program. Terdapat 3 tahapan dalam pelatihan antara lain: 1) persiapan, 2) pelaksanaan dan 3) pelaporan.

Kegiatan dimulai dengan melakukan observasi pada desa Taluduyunu bersama mahasiswa KKN-Tematik dan Karang Taruna. Khalayak sasaran kegiatan adalah seluruh masyarakat desa Taluduyunu. Tahapan kegiatan adalah sebagai berikut: 1) Melakukan sosialisasi dan pembekalan terkait digital marketing, penggunaan TikTok sebagai media pemasaran, serta penggunaan Canva sebagai media untuk desain grafis, 2) memberikan Pelatihan secara langsung terkait penerapan aplikasi TikTok dan cara membuat konten untuk meningkatkan pemasaran secara digital, 3) pemberian banner

kepada pelaku-pelaku usaha yang menghadiri sosialisasi. Metode pendekatan yang dilakukan adalah: yaitu dengan Memberikan sosialisasi ke masyarakat terkait digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara langsung pada masyarakat di desa Taluduyunu dan memberikan pelatihan mengenai desain grafis berbasis tiktok dan menggunakan canva.com dan aplikasi android Canva. Menurut (Sinulingga, et al.,2023). Desain grafis berbasis tiktok dapat meningkatkan kinerja pemasaran karena meningkatkan daya tarik produk, serta meningkatkan keputusan pembelian. Desain grafis menjadi salah satu aspek yang penting dalam strategi pemasaran dan pengembangan bisnis melalui platform tiktok. Masyarakat khususnya karang taruna di desa perlu banyak belajar dan diharapkan dapat memiliki jiwa kewirausahaan. Pengembangan kewirausahaan pemuda selain dapat mengurangi pengangguran, juga akan membuka lapangan kerja baru, dan mengurangi kemiskinan. Kini berwirausaha sangat mudah dilakukan asalkan memiliki tekad yang kuat dan tangguh. Terlebih hampir semua kawula muda atau mahasiswa khususnya sudah memiliki smartphone dan laptop. Penggunaan internet dapat digunakan kapan dan dimana saja.

Pemasaran digital melibatkan media dan teknologi dalam melakukan pemasaran. Terdapat banyak media yang mendukung keberlangsung digital marketing dalam menjalankan usaha, salah satunya menggunakan tiktok dan canva. Masyarakat di desa Taluduyunu masih belum memahami cara kerja desain grafis canva padahal penggunaan canva dapat digunakan secara gratis bahkan dapat digunakan melalui smartphone.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Akun Tiktok bagi para Pelaku UMKM di Desa Taluduyunu

Keunggulan kegiatan ini adalah adanya pelatihan Canva terutama membuat iklan di media sosial seperti Tiktok akan menambah daya tarik konsumen sehingga harapannya dapat meningkatkan daya beli dan memberikan keuntungan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh (Saehan, et al., 2023) yang menyatakan bahwa canva adalah salah satu best platform yang digunakan untuk mendesain. Kelebihan

penggunaan canva adalah dapat digunakan dengan melalui website dan aplikasi mobile. Canva didesain dengan kelengkapan fitur dan template yang memudahkan seseorang mendesain seperti mendesain presentasi, resume, poster, pamflet, kartu ucapan, brosur, infografis, grafik, spanduk, dan sebagainya dalam waktu yang singkat (Sholeh, et al.,2023).

Kelemahan dari kegiatan ini adalah apabila ada peserta pelatihan yang belum mahir dalam penguasaan informasi dan teknologi (IT) harus belajar pelan-pelan untuk membuat karya di canva Salah satu kendala lainnya adalah ketidaksiapan sumber daya manusia yaitu masyarakat belum memanfaatkan IT Ketidaksiapan ini dikarenakan desain kreatif masih belum diganggap penting. Hasil selama pelaksanaan kegiatan pengabdian pelatihan ini, mulai dari tahap persiapan sampai pelaksanaannya yakni :

1. Antusias masyarakat dalam mengikuti pelatihan sangat tinggi dan menyambut dengan baik.
2. Materi pelatihan yang diberikan sangat sesuai dengan level pembelajaran untuk tingkat masyarakat umum. Materi desain grafis dengan menggunakan fitur canva memberian wawasan baru pada masyarakat pelatihan yang mayoritas merupakan ibu-ibu dan pemuda-pemuda sehingga dapat menunjang kemampuan softskill mereka pada saat menjalankan bisnis usahanya.
3. Kurangnya pelaku usaha di Desa Taluduyunu dikarenakan mayoritas masyarakat bermata pencarian di bidang pertambangan dan pertanian, sehingga target dari program ini hanya sedikit;
4. Mayoritas pelaku usaha di Desa Taluduyunu tidak memiliki fasilitas yang memadai untuk melakukan pemasaran secara digital di TikTok dan desain grafis di Canva dikarenakan banyaknya pelaku usaha yang tidak menggunakan gawai seperti *android*;
5. Adapun dikarenakan kondisi desa yang terkendala dengan koneksi internet sehingga sulit untuk melakukan pemasaran secara digital.

Pada akhir pelatihan mahasiswa KKN-Tematik memberikan pembagian *banner* untuk pelaku usaha di Desa Taluduyunu dan Karang Taruna Motomiyahu dengan harapan para pelaku usaha dapat meningkatkan pemasaran produk usahanya dan hasil penjualan dapat lebih meningkat dengan adanya informasi usaha kepada masyarakat sekitar.



Gambar 3. Pembagian baliho produk hasil pelatihan desain Canva kepada para pelaku UMKM di Desa Taluduyunu

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Nyata. Tematik UNG di Desa Taluduyunu difokuskan pada Efektivitas penerapan model digital marketing dan desain grafis berbasis tiktok dan canva pada pelaku di desa Taluduyunu. Pelatihan penerapan model digital marketing dan desain grafis ini diikuti dengan antusias dan partisipasi masyarakat dalam semua kegiatan yang telah dirancang oleh mahasiswa KKN. Dampak dari berbagai kegiatan tersebut yaitu

masyarakat memiliki bekal pengetahuan terkait model digital marketing dan desain grafis berbasis tiktok dan canva sehingga menciptakan kreatifitas masyarakat dalam menjalankan usahanya. Kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini mendapatkan respon positif dari warga, pelaku usaha UMKM dan Karang Taruna sebagai peserta. Antusiasme dan partisipasi masyarakat di desa tersebut dalam mengikuti kegiatan pelatihan tersebut cukup tinggi. Hasil dari pelatihan tersebut memberikan manfaat dapat membantu para pelaku usaha UMKM dalam pemasaran produk-produknya secara digital, baik di sosial media dan marketplace.

Referensi :

- Billah, S. A., Wulandari, A. A., & Junaedi, A. (2024). Workshop Kreativitas Visual Dan Pelatihan Transformasi Bisnis Umkm Majalengka: Menggali Tren Terbaru Dengan Desain Canva, E-Commerce Shopee, Dan Tiktok. *Journal Of Community Dedication*, 4(3), 617-632.
- Taan, H., Alam, H. V., Rukayah, S., Ismail, Y. L., & Arsyad, N. F. (2023). The Impact of Entrepreneurial Orientation and Company on the Business Performance of Manufacturing SMEs. *International Journal of Management and Sustainability*, 12(3), 419-434.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Mosi, I. M. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 315-330.
- Taan, H., Mardin, H., & Mustaqimah, N. (2023). Implementation of Digital Marketing E-Commerce in Innovative Products of Processed Squid as a Business Opportunity in Lamu Village. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 7(1), 66-81.
- Halid, P. M., Taan, H., & Ismail, Y. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KC Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 648-655.
- Karomah, N. G., Chalisyah, E., Bakri, N. S., & Indriany, Y. (2023). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Secara Digital dengan Optimasi Penggunaan Canva dan Tiktok di Kabupaten Kuningan-Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIE Surakarta*, 2(2).
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. 2020. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2(2): 119–130.
- Purwaamijaya, B. M., Herdiana, O., Maesaroh, S. S., & Guntara, R. G. (2022). Pelatihan optimalisasi pemasaran produk UMKM melalui sosial media tiktok. *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi*, 1(2), 133-140.

Ramadhan, W., Yusda, R. A., & Nurwati, N. (2023). Pelatihan Desain Kemasan Produk Menggunakan Aplikasi Canva Pada UMKM KUBE (Kuliner Usaha Bersama) Asahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(3), 412-417.

Rakib, M., Taan, H., Sudjiman, L. S., Sudjiman, P. E., Nurmahdi, A., & Santoso, R. (2023). *Marketing Management Strategy In The Digital Era*. Penerbit Tahta Media.

- Rachmadi, T., & Kom, S. 2020. *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Ebook.
- Rapitasari, Diana. 2016. "Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Cakrawala* 10(2): 107–12.
- Saehan, A., Kusmanto, K., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44-48.
- Seyyedamiri, N., & Tajrobehkar, L. 2019. "Social Content Marketing, Social Media and Product Development Process Effectiveness in High-Tech Companies." *International Journal of Emerging Markets* 16(1): 75–91.
- Sholeh, M., Suraya, S., & Rachmawati, R. Y. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Desain Konten Promosi Bagi Pelaku UMKM. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 107-113.
- Sinulingga, G., Setiawati, S., Furkonudin, F., Thantawi, A. M., Nurliyah, E. S., Lubis, A. L. P., ... & Faizal, H. (2023). Pkm Pelatihan Digital Marketing Dengan Aplikasi Tik Tok Serta Optimalisasi Live Tik Tok Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Pelaku Umkm Binaan Gemma Indonesia Raya. *Ikra-lth Abdimas*, 6(2), 199-208.

Lampiran 6. Produk Pengabdian



1. Executive summary

1. Judul : Template Usaha Canva dan Template Konten Tiktok bagi Pelaku Usaha
2. TKT : 2 (Software)
3. Level : 7 (Demonstrasi prototipe sistem dalam lingkungan operasional atau lingkungan akurasi tinggi.)
4. Template yang berbasis platform media social ini adalah file yang membantu Pengguna mendesain dokumen yang menarik, memikat, dan terlihat profesional . Dokumen berisi konten dan elemen desain yang bisa di gunakan sebagai titik awal saat membuat sebuah dokumen promosi baik dalam bentuk poster di media sosial ataupun yang bisa di cetak untuk alat promosi usaha.. Semua pemformatan tersedia lengkap; tambahkan yang di inginkan untuk dipelajari dan dipraktikkan secara mudah serta gratis bagi para pelaku usaha.

3. Pendahuluan

A. Latar Belakang

1. Template yang berbasis platform media sosial ini adalah file yang membantu Pengguna mendesain dokumen yang menarik, memikat, dan terlihat profesional . Dokumen berisi konten dan elemen desain yang bisa di gunakan sebagai titik awal saat membuat sebuah dokumen. Semua pemformatan tersedia lengkap; tambahkan yang di inginkan untuk dipelajari dan dipraktikkan secara mudah serta gratis bagi para pelaku usaha. Sehingga bisa meningkatkan jumlah pengikut dengan cara membuat video TikTok yang menarik. Selain itu, agar bisa menciptakan video viral TikTok. Desa Taluduyunu memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu hambatan utama bagi para pelaku UMKM di desa ini untuk berkembang lebih jauh. Digitalisasi UMKM, melalui penggunaan media sosial dan alat desain grafis yang mudah diakses, merupakan solusi yang dapat membantu para pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pemasaran produk, serta meningkatkan daya saing. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, telah terbukti efektif dalam pemasaran berbasis video. Selain itu, Canva, sebuah platform desain grafis yang mudah digunakan, memungkinkan para pelaku usaha menciptakan konten promosi yang menarik tanpa memerlukan keahlian desain tingkat lanjut.

B. Tujuan dan Sasaran

Tujuan utama dari Pembuatan Template Canva dan Konten Tiktok ini bagi pelaku usaha kecil di desa Taluduyunu, Kecamatan Buntulia Kabupaten Pohuwato adalah memberikan akses mudah ke teknologi desain dengan visual menarik dan profesional , efektif, murah tanpa memerlukan kemampuan teknis yang tinggi serta meningkatkan keterampilan digital . Beberapa tujuan penting dalam pembuatan template canva dan template konten tik tok ini meliputi:

1. Menyediakan format lengkap untuk meningkatkan kompetensi digital Pelaku Usaha Kecil
2. Meningkatkan efektifitas pemasaran produk
3. Meningkatkan digitalisasi UMKM di Pedesaan
4. Memperluas jangkauan pasar UMKM

Meningkatkan Produktivitas dan efisiensi Pelaku Usaha.

C. Manfaat

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari Template usaha Canva dan Template Konten Tiktok meliputi:

5. Desain Profesional yang Mudah diakses: Melalui template Canva, pelaku UMKM dapat dengan cepat membuat materi promosi tanpa harus memiliki keahlian desain khusus.
6. Peningkatan Engagement melalui Video TikTok: Template konten TikTok memungkinkan pelaku usaha membuat video yang menarik dan engaging, sesuai dengan tren.
7. Efisiensi Waktu dan Sumber Daya: Pelaku UMKM dapat menghemat waktu dan biaya dengan menggunakan template yang telah disediakan.
8. Meningkatkan Daya Saing: Produk yang dipromosikan melalui konten visual yang baik dapat bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Serta peningkatan Penjualan dan pendapatan.
9. Penguatan Branding dan Daya saing, serta kemampuan beradaptasi dengan perkembangan Teknologi

3. Aspek Inovasi

A. Berikut adalah aspek inovasi yang menjadi unggulan dalam pelatihan tersebut:

1. Template Canva untuk UMKM Desa

Desain Siap Pakai: Pelaku UMKM mendapatkan akses ke template desain visual siap pakai yang dirancang khusus untuk promosi produk. Desain ini mencakup berbagai tema, seperti poster, brosur, feed media sosial, dan konten promosi.

Mudah Digunakan: Canva adalah platform desain grafis yang ramah pengguna, sehingga meskipun pelaku UMKM tidak memiliki latar belakang desain, mereka tetap bisa membuat konten promosi yang menarik. *Kustomisasi Cepat:* Template dapat dengan mudah disesuaikan dengan brand UMKM, termasuk perubahan warna, logo, dan teks sesuai kebutuhan usaha masing-masing.

2. Template Konten TikTok untuk Promosi Video

Konten Kreatif dan Viral: Inovasi terletak pada pembuatan template konten video TikTok yang dapat dipakai untuk membuat video promosi yang engaging dan berpotensi viral. Template ini meliputi panduan pembuatan konten berbasis tren seperti tutorial, tips produk, atau testimoni pelanggan.

Penyelarasan dengan Algoritma TikTok: Template ini dirancang untuk memanfaatkan fitur TikTok yang sedang tren seperti hashtag challenge, penggunaan musik populer, dan efek video, sehingga memaksimalkan jangkauan audiens.

Interaktif dan Partisipatif: Template ini juga mendorong interaksi audiens melalui video kolaboratif (duet) atau tantangan TikTok, sehingga membantu meningkatkan engagement dan visibilitas produk UMKM.

3. Kombinasi Pelatihan Teknologi dengan Kreativitas Lokal

Pelatihan Mandiri Berbasis Teknologi: Selain mendapatkan template, pelatihan ini menawarkan modul pelatihan yang dapat diakses secara mandiri oleh pelaku usaha, memungkinkan mereka untuk belajar kapan saja sesuai kebutuhan.

Kolaborasi dengan Kreator Konten Lokal: Inovasi lainnya adalah mendorong kolaborasi antara pelaku UMKM dan kreator konten lokal untuk menghasilkan konten yang lebih relevan dan menarik, sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pasar lokal.

4. Penggunaan Analitik untuk Pengembangan Konten

Optimalisasi Konten Berdasarkan Data: Pelatihan juga akan memberikan panduan dalam memanfaatkan analitik media sosial (terutama di TikTok) untuk mengukur efektivitas konten yang dibuat, sehingga pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi kontennya berdasarkan performa.

5. Aksesibilitas yang Luas

Pelatihan dan Alat Gratis: Inovasi lain adalah penyediaan template dan pelatihan berbasis platform gratis (Canva dan TikTok), sehingga tidak membebani pelaku UMKM dengan biaya tambahan.

Kemudahan Distribusi: Konten yang dihasilkan dapat langsung didistribusikan melalui berbagai platform media sosial, meningkatkan akses pasar dengan cara yang cepat dan efektif.

6. Untuk mengembangkan . Template Usaha Canva dan Template Konten Tiktok bagi Pelaku Usaha teknologi-teknologi yang digunakan adalah sebagai berikut:

- **Canva (Desain Grafis)**

Canva API: Canva menyediakan antarmuka pemrograman aplikasi (API) yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menyesuaikan template desain secara dinamis. API ini bisa digunakan untuk mengintegrasikan desain template yang dapat disesuaikan oleh pelaku usaha.

Drag-and-Drop Editor: Teknologi antarmuka drag-and-drop yang intuitif pada Canva memungkinkan pengguna untuk membuat dan mengedit desain dengan cepat tanpa memerlukan keterampilan teknis dalam desain grafis.

HTML5 & CSS3: Digunakan untuk mengembangkan antarmuka desain grafis yang responsif dan mudah diakses dari perangkat apa pun, baik itu desktop maupun mobile.

Cloud-based Storage: Canva menggunakan teknologi penyimpanan berbasis cloud untuk menyimpan semua desain pengguna, sehingga pelaku UMKM dapat mengakses dan mengedit desain mereka kapan saja dan di mana saja.

2. TikTok (Konten Video)

TikTok API: API TikTok memungkinkan integrasi konten dengan aplikasi atau situs web lain, memungkinkan pengguna untuk membuat, mengelola, dan mengunggah konten video langsung dari platform pengembangan yang terintegrasi.

AI-Powered Recommendations: TikTok menggunakan algoritma berbasis

kecerdasan buatan (AI) yang menganalisis preferensi pengguna untuk merekomendasikan konten yang sesuai. Hal ini dapat dimanfaatkan dalam pembuatan konten yang lebih strategis untuk meningkatkan kemungkinan viralitas. *Video Editing Tools:* TikTok menyediakan alat pengeditan video internal yang memudahkan pengguna untuk menambahkan efek, filter, musik, dan teks ke dalam video promosi, tanpa memerlukan perangkat lunak editing tambahan.

AR Filters and Effects: Teknologi augmented reality (AR) pada TikTok memungkinkan pengguna menambahkan efek visual interaktif ke video mereka, yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk membuat konten promosi yang menarik dan kreatif.

3. Teknologi Web dan Mobile

Progressive Web App (PWA): Template dan alat yang dikembangkan bisa diakses melalui PWA, yang memungkinkan pelaku usaha menggunakan aplikasi web dengan pengalaman yang hampir sama dengan aplikasi native tanpa perlu mengunduh dari app store.

JavaScript Frameworks (React, Vue, Angular): Framework ini digunakan untuk membangun antarmuka pengguna yang dinamis dan responsif dalam pengembangan platform atau aplikasi yang terintegrasi dengan Canva dan TikTok.

Firebase atau AWS (Backend): Teknologi penyimpanan dan serverless backend seperti Firebase atau AWS Lambda bisa digunakan untuk menangani penyimpanan konten, autentikasi pengguna, dan mengelola data yang terkait dengan aktivitas pelaku usaha kecil.

4. Teknologi Media Sosial

Hashtag and SEO Integration: Penggunaan teknologi optimisasi mesin pencari (SEO) dan hashtag memungkinkan konten TikTok dan Canva mudah ditemukan oleh audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas UMKM.

Data Analytics and Insights: Teknologi analitik seperti Google Analytics atau TikTok

Analytics digunakan untuk memantau performa konten promosi. Data ini memungkinkan pelaku UMKM mengevaluasi dan meningkatkan strategi konten mereka berdasarkan kinerja sebenarnya.

5. Cloud Computing dan Penyimpanan

Google Cloud atau Amazon Web Services (AWS): Untuk menyimpan dan memproses konten digital seperti template, video, dan desain promosi, platform cloud computing ini menawarkan solusi penyimpanan yang scalable dan aman.

Content Delivery Network (CDN): Teknologi CDN digunakan untuk memastikan distribusi konten, baik desain maupun video, dapat diakses dengan cepat oleh pengguna dari berbagai lokasi geografis.

6. Video and Image Optimization Tools

FFmpeg: Sebuah alat open-source yang digunakan untuk memproses dan mengoptimalkan video sebelum diunggah ke TikTok. Ini membantu dalam kompresi video tanpa kehilangan kualitas, yang penting dalam pembuatan konten berkualitas untuk UMKM.

ImageMagick: Alat yang digunakan untuk mengoptimalkan gambar yang dihasilkan dari Canva agar lebih ringan dan cepat dimuat di media sosial.

Spark AR Studio: Digunakan untuk membuat filter interaktif dan efek augmented reality (AR) yang dapat digunakan dalam konten promosi di platform seperti TikTok. Ini memungkinkan pelaku usaha untuk menambahkan elemen kreatif yang meningkatkan daya tarik konten.

Spesifikasi perangkat keras yang dibutuhkan untuk menjalankan aplikasi ini harus memenuhi persyaratan minimal berikut:

1. Perangkat Komputer (Desktop/Laptop)

Prosesor: Intel Core i3 atau AMD Ryzen 3 (atau yang lebih tinggi).

RAM: Minimal 8 GB RAM untuk memastikan kinerja yang lancar saat menjalankan aplikasi desain dan pengeditan video secara bersamaan.

Penyimpanan: Hard Drive 500 GB atau SSD (Solid State Drive) minimal 256 GB untuk penyimpanan file desain dan video serta kecepatan akses yang lebih tinggi.

Kartu Grafis: Integrated graphics (Intel HD Graphics) cukup untuk desain dasar. Namun, untuk pengeditan video atau rendering grafis yang lebih berat, disarankan menggunakan kartu grafis seperti NVIDIA GeForce GTX 1050 atau yang lebih tinggi.

Resolusi Layar: Layar dengan resolusi minimal 1366x768, tetapi disarankan menggunakan layar 1080p untuk area kerja yang lebih luas dan tampilan konten yang lebih detail.

Koneksi Internet: Koneksi internet berkecepatan tinggi (minimal 10 Mbps) diperlukan untuk mengakses Canva yang berbasis cloud serta mengunggah dan mengunduh video di TikTok.

7.

1. Perangkat Mobile (Tablet/Smartphone)

Prosesor: Minimal prosesor Snapdragon 660 atau setara (untuk Android), atau A11 Bionic (untuk iOS) untuk menjalankan aplikasi Canva dan TikTok dengan lancar.

RAM: Minimal 4 GB RAM untuk smartphone/tablet agar aplikasi dapat berjalan dengan baik, terutama saat mengedit video atau desain.

Penyimpanan: Minimal 64 GB penyimpanan internal, karena video dan desain grafis dapat memakan banyak ruang.

Layar: Ukuran layar minimal 5,5 inci dengan resolusi 1080p untuk kenyamanan dalam mengedit konten. Kamera: Kamera dengan resolusi minimal 12 MP (megapiksel) untuk pembuatan konten video TikTok yang berkualitas tinggi.

Koneksi Internet: Diperlukan jaringan 4G LTE atau 5G untuk memastikan pengunggahan dan pengunduhan konten berjalan cepat, terutama saat menggunakan TikTok untuk promosi produk.

2. Aksesori Pendukung

Mouse dan Keyboard: Bagi pengguna desktop atau laptop, mouse dan keyboard ergonomis sangat disarankan untuk mempermudah pengoperasian desain grafis dan pengeditan video.

Headset/Mikrofon: Untuk pembuatan konten video TikTok, perangkat audio berkualitas baik seperti headset atau mikrofon eksternal akan meningkatkan kualitas suara konten.

Webcam: Jika menggunakan komputer desktop dan memerlukan rekaman video langsung, webcam dengan resolusi minimal 720p disarankan.

3. Perangkat Tambahan (opsional)

Tablet Grafis: Untuk pelaku UMKM yang ingin lebih leluasa dalam membuat desain grafis, tablet grafik seperti Wacom atau Huion dapat digunakan untuk menggambar dan mendesain langsung di Canva.

Tripod dan Lighting: Untuk pembuatan konten TikTok, penggunaan tripod dan lampu penerangan tambahan akan membantu dalam menghasilkan video yang lebih stabil dan Spesifikasi perangkat keras yang dibutuhkan untuk menjalankan aplikasi ini harus memenuhi persyaratan minimal berikut:

1. Perangkat Komputer (Desktop/Laptop)

Prosesor: Intel Core i3 atau AMD Ryzen 3 (atau yang lebih tinggi).

RAM: Minimal 8 GB RAM untuk memastikan kinerja yang lancar saat menjalankan aplikasi desain dan pengeditan video secara bersamaan.

Penyimpanan: Hard Drive 500 GB atau SSD (Solid State Drive) minimal 256 GB untuk penyimpanan file desain dan video serta kecepatan akses yang lebih tinggi.

Kartu Grafis: Integrated graphics (Intel HD Graphics) cukup untuk desain dasar. Namun, untuk pengeditan video atau rendering grafis yang lebih berat, disarankan menggunakan kartu grafis seperti NVIDIA GeForce GTX 1050 atau yang lebih tinggi.

Resolusi Layar: Layar dengan resolusi minimal 1366x768, tetapi disarankan menggunakan layar 1080p untuk area kerja yang lebih luas dan tampilan konten yang lebih detail.

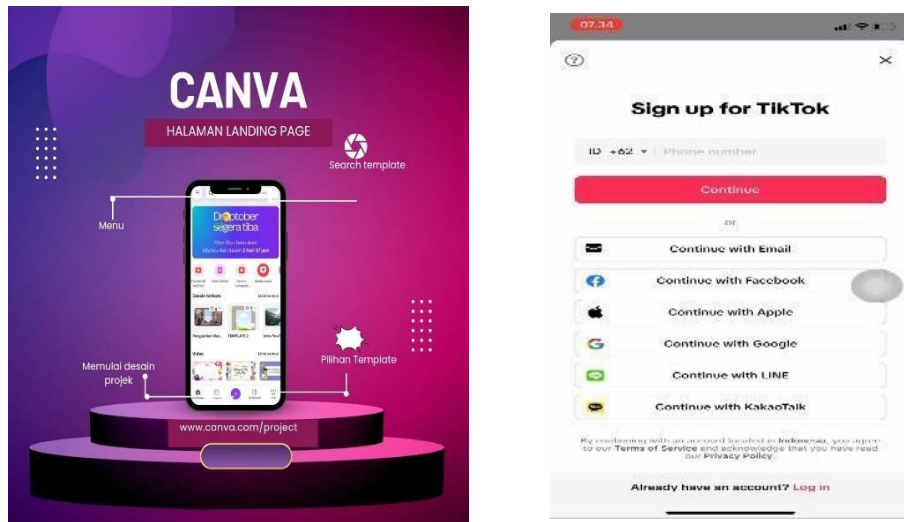
Koneksi Internet: Koneksi internet berkecepatan tinggi (minimal 10 Mbps) diperlukan untuk mengakses Canva yang berbasis cloud serta mengunggah dan mengunduh video di TikTok.

terlihat profesional.

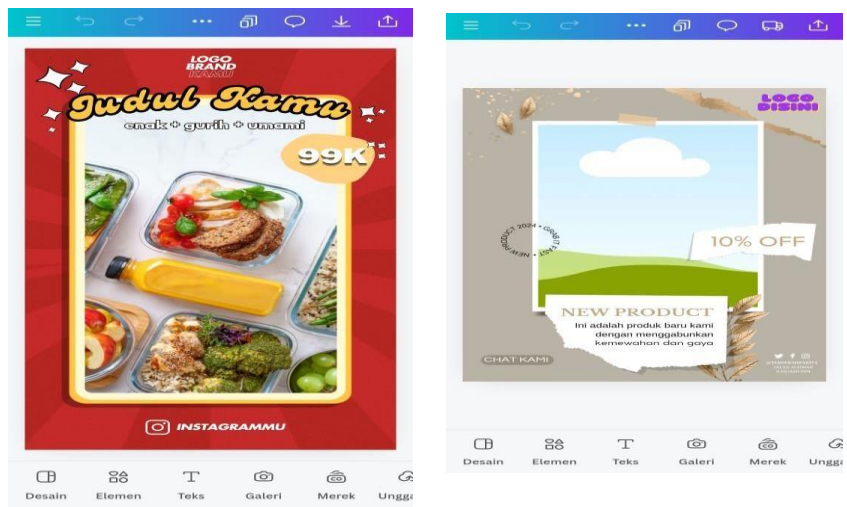
4.

5. Lampiran

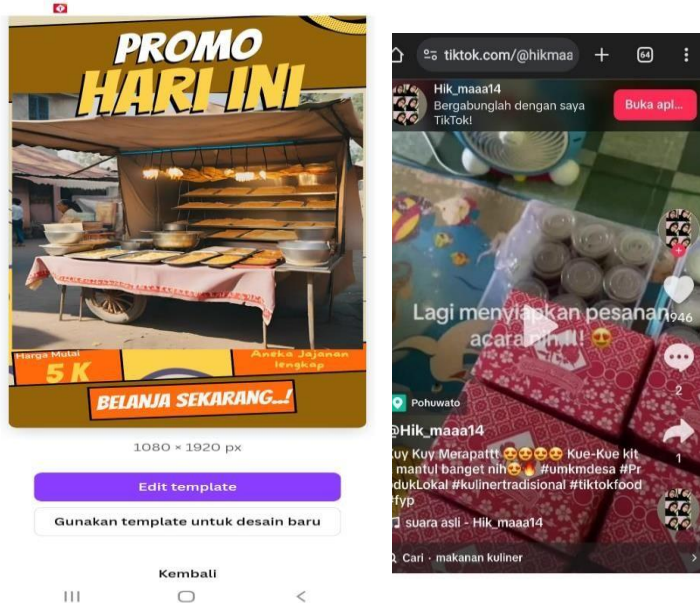
1. Foto/Desain Produk



Gambar 1. Halaman Landing Page



6. Gambar 2. Halaman Template Canva



Gambar 3. Halaman Template konten Tik tok

2. Alamat resmi untuk mengakses template canva adalah:template canva 01:

https://www.canva.com/design/DAGTsqaz7mE/cQEKUL8epFjn3in8ZNDgaQ/edit?utm_content=DAGTsqaz7mE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

template canva 02:

https://www.canva.com/design/DAGTz1yj30Q/eOhmpDLlxKELECGlx4ND1Q/edit?utm_content=DAGTz1yj30Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Template Konten Tiktok dan contoh hasil konten yang berhasil fyp dgn 1.900 penonton:

https://www.canva.com/design/DAGTvbpOCzg/LZto06fmRanYztPdg3iT5Q/view?utm_content=DAGTvbpOCzg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink&mode=preview

<https://vt.tiktok.com/ZS2Tg9aah/>

tambahan: vidio tutorial penggunaan Aplikasi

Canva dan tiktok:

<https://youtu.be/3Y1nOhhwHGo?si=1aaXJc>

[jjKYkZDK](#)

3. Manual penggunaan aplikasi

a. Akses Template Canva

- Link Website: [canva.com/](https://www.canva.com/) Projek
https://www.canva.com/design/DAGTsqaz7mE/LI43nh4rbpfcUeh3evamQ/view?utm_content=DAGTsqaz7mE&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor
- Pastikan Koneksi Internet: Pastikan perangkat Anda terhubung dengan internet agar dapat mengakses semua fitur dan layanan yang tersedia di situs web.

b. Template

Tampilan Awal: Langkah 1.: Buka .Canva. dan pilih template desain kemasan.

Langkah 2.: Sesuaikan template dengan memasukkan logo, warna, dan elemen branding yang sesuai dengan produk keripik pisang.

Langkah 3.: Tambahkan elemen-elemen unik, seperti tagline ("Rasa Tradisi, Kenikmatan Modern") dan informasi penting (komposisi, tanggal kedaluwarsa, kontak).

Langkah 4.: Simpan desain dalam format yang siap dicetak, seperti PDF atau PNG

Pembuatan Konten TikTok.

Langkah 1: Buka aplikasi TikTok. Buat atau login akun TikTok, bisa melalui beberapa metode login atau buat akun salah satunya dengan menggunakan email.

Langkah 2: Rekam video dalam beberapa segmen, (Tips: gunakan aplikasi edit video seperti CapCut agar konten promosi bisa lebih menarik)

Langkah 3: Setelah konten sudah ada, langkah berikutnya untuk memulai posting di TikTok **Langkah 4:** Jangan lupa juga untuk menambahkan lagu (sound) yang sedang trending agar konten banyak dijangkau audience

Langkah 5: Setelah dirasa cukup, langkah selanjutnya adalah membuat caption. Sebagai tips, buat caption dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan tidak terlalu panjang.

Jangan lupa untuk menambahkan hastag yang sesuai dengan konten yang akan diposting agar konten menjadi lebih ramai

c.

Langkah 6 : Terdapat juga fitur menambahkan lokasi agar konten yang dibuat akan dipromosikan sesuai dengan lokasi yang ditambahkan,

Pada aplikasi TikTok sendiri juga tersedia fitur untuk mengedit video seperti menambahkan teks, menambahkan stiker, menyambungkan video, dan masih banyak lagi

Lampiran 7 : Setelah dirasa informasi yang dibutuhkan sudah cukup, konten sudah bisa diposting. Berikut contoh konten dari pelaku usaha di Desa Taluduyunu yang berhasil dibuat

dan dipromosikan oleh Mahasiswa KKN Tematik Tahap II
UNG

<https://vt.tiktok.com/ZS2Tg9aah/>

Tips Penggunaan:

Tips Penggunaan Template Usaha di Canva:

1. **Gunakan template khusus bisnis:** Canva menyediakan template yang khusus dirancang untuk kebutuhan bisnis seperti kartu nama, poster promosi, katalog produk, dan brosur. Pilih template yang sesuai dengan jenis usaha di Desa Taluduyunu, seperti usaha kerajinan tangan, pertanian, atau kuliner.
2. **Personalisasi dengan logo dan warna desa:** Jika Desa Taluduyunu memiliki identitas visual seperti logo atau warna khas, pastikan memasukkannya ke dalam setiap desain. Ini akan membantu membangun branding usaha-usaha di desa agar konsisten dan mudah dikenali.
3. **Desain katalog produk atau layanan:** Buat katalog sederhana yang menampilkan produk atau layanan yang tersedia di desa, lengkap dengan gambar dan deskripsi singkat. Gunakan template katalog yang sudah ada di Canva, lalu sesuaikan dengan foto produk lokal.
4. **Manfaatkan template media sosial:** Gunakan template Canva untuk membuat konten promosi di media sosial seperti Instagram atau Facebook. Ini termasuk desain post untuk promosi produk, diskon, atau acara di desa. Pilih ukuran yang sesuai (contoh: post feed Instagram atau story).
5. **Template brosur dan poster promosi:** Desain poster atau brosur untuk memperkenalkan usaha-usaha lokal ke pasar yang lebih luas, baik itu untuk pameran desa atau pemasaran langsung ke konsumen.
6. **Sederhanakan desain untuk kejelasan:** Jangan gunakan terlalu banyak elemen yang rumit. Gunakan desain yang sederhana tetapi jelas menyampaikan pesan, terutama untuk usaha kecil yang ingin memperkenalkan produk mereka.
7. **Kolaborasi dengan pelaku usaha lokal:** Dalam pelatihan, ajarkan cara menggunakan Canva secara bersama-sama, di mana para pelaku usaha dapat memberikan masukan untuk setiap desain yang dibuat untuk usaha mereka. Hal ini akan membuat hasilnya lebih relevan.

Tips Konten TikTok Jualan untuk Usaha Desa Taluduyunu:

1. **Gunakan format storytelling:** Buat cerita singkat tentang proses pembuatan produk lokal atau kisah di balik usaha desa. Misalnya, video tentang proses pembuatan kerajinan tangan atau bagaimana panen dilakukan di desa. Hal ini menarik minat karena audiens menyukai cerita yang autentik.
2. **Tampilkan produk dengan cara kreatif:** Gunakan tren dan template video yang populer di TikTok untuk menampilkan produk. Misalnya, Anda bisa menggunakan efek transisi cepat untuk memperlihatkan perubahan dari bahan mentah menjadi produk jadi.
3. **Manfaatkan musik yang sedang tren:** Pilih musik atau efek suara yang sedang viral untuk meningkatkan jangkauan konten. Namun, pastikan musik tersebut relevan dengan suasana konten jualan.
4. **Video testimonial atau review pelanggan:** Buat konten yang menampilkan pelanggan lokal atau orang-orang yang mencoba produk dari usaha di desa. Testimonial dari orang lain dapat meningkatkan kredibilitas dan menarik kepercayaan konsumen baru.
Gunakan hashtag relevan (#): Pastikan menggunakan hashtag yang sesuai seperti #jualanonline, #produklokal, #desataluduyunu, atau hashtag khusus yang terkait dengan usaha di desa. Ini akan membantu konten Anda lebih mudah ditemukan di TikTok.
5. **Ajakan tindakan (CTA):** Setiap video harus memiliki *call to action* yang jelas, seperti "Beli sekarang!", "Kunjungi toko kami di desa", atau "Pesan langsung via WhatsApp." Hal ini mendorong audiens untuk melakukan tindakan setelah menonton video.
6. **Buat konten edukasi ringan:** Untuk mempromosikan produk desa, buat juga konten edukasi tentang manfaat produk. Misalnya, jika desa memproduksi hasil pertanian organik, buat video tentang manfaat kesehatan dari produk tersebut. **Kolaborasi antar usaha desa:** Anda bisa membuat video kolaborasi antar pelaku usaha di desa. Misalnya, produk kerajinan tangan dipadukan dengan produk kuliner dalam satu video untuk saling memperkenalkan.
7. **Gunakan efek dan filter yang menarik:** TikTok memiliki banyak filter dan efek menarik. Namun, pastikan tidak berlebihan, agar produk tetap menjadi fokus utama dari konten.

Dengan mengaplikasikan tips ini, pelatihan digitalisasi Desa Taluduyunu bisa lebih efektif dalam memanfaatkan Canva dan TikTok untuk mempromosikan usaha lokal secara kreatif dan menarik.

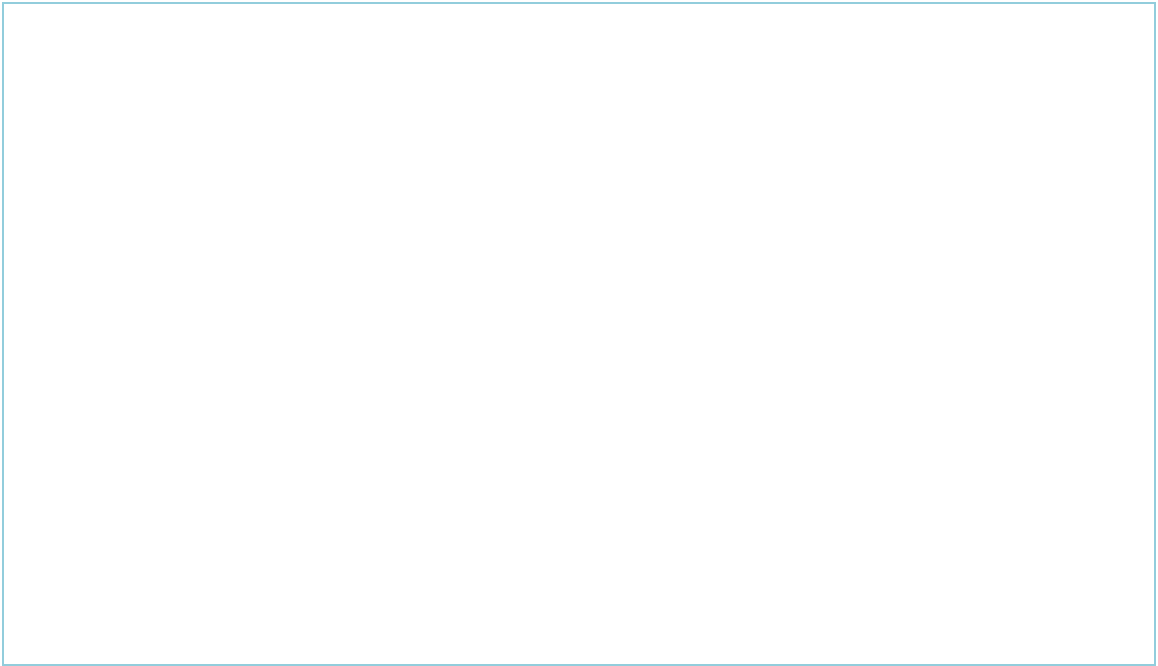


Susunan Anggota Pengabdian :

Ketua: Dewi Indrayani Hamin.,SE., M.M

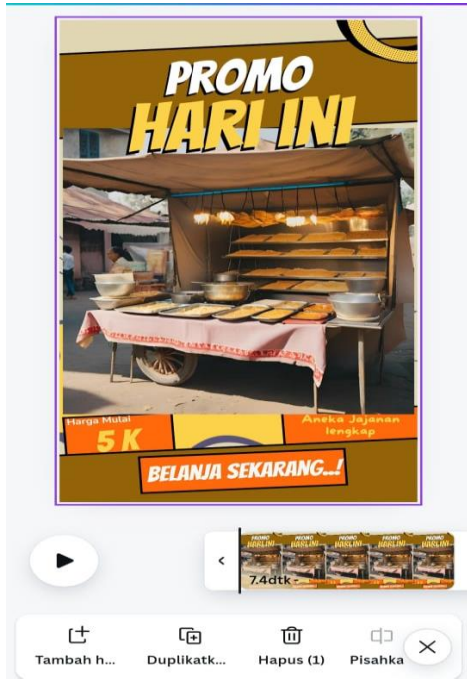
Anggota : Dr. Hapsawati Taan .,ST.,M.M

Ratna Ahmad ., S.Pd.,M.Pd



- Akun Tik Tok Pelaku Usaha
- Produk Konten Tiktok tentang penjualan Produk UMKM Produk konten Tiktok pelaku usaha binaan yang berhasil fyp dengan 1.500 viewer
<https://vt.tiktok.com/ZS2Tg9aah/>
- Template Usaha Canva dan Template konten Tiktik
- Produk Vidio Tutorial Penggunaan Tik tok dan Canva
- Poster Promosi Hasil Desain Canva untuk meningkatkan Penjualan.





7. PKS Kerjasama Mitra



**IMPLEMENTASI KEGIATAN KERJA SAMA
ANTARA**

**JURUSAN MANEJEMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO**

**DAN
DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOPERASI DAN UMKM
KAB. POHUWATO**

NOMOR : B/UN47.B7.9/2024

NOMOR : S18/DPPK-UMKM/PHWT/220/IX/2024

**TENTANG
DIGITALISASI MANEJEMEN USAHA KECIL : PELATIHAN TIKTOK DAN CANVA UNTUK
PENINGKATAN KETERAMPILAN PEMASARAN DAN DESAIN GRAFIS**

Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa, pada hari ini jumat tanggal 6 bulan september tahun 2024 bertempat di Desa Taluduyunu, kami yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Dr. Raflin Hinelu, S.Pd, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo yang berkedudukan di Kampus 1 Universitas Negeri Gorontalo Jalan Jenderal Sudirman Nomor 6 Kota Gorontalo, yang selanjutnya disebut **PIHAK KESATU**.
2. Zulkifli Umar, S.Pd.,MH Kepala Dinas Perindustrian, perdagangan koperasi dan UMKM Kab. Pohuwato. dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Dinas Perindustrian, Perdagangan koperasi dan UMKM Kab. Pohuwato yang berkedudukan di Jalan Palopo, Marisa, Kabupaten Pohuwato, Gorontalo 96265, yang selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

Bahwa **PIHAK KESATU** dan **PIHAK KEDUA** untuk selanjutnya disebut **PARA PIHAK** bersepakat untuk mengadakan Implementasi Kegiatan Kerja Sama berdasarkan Nota Kesepahaman antara Universitas Negeri Gorontalo dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Pohuwato dengan Nomor 7 Tahun 2022 dan Nomor 100/PEM-PHWT/MoU/2022, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. **PARA PIHAK** bersepakat melaksanakan Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil : Pelatihan titok dan canva untuk peningkatan keterampilan pemasaran dan desain grafis.
2. Kegiatan sebagaimana dimaksud pada angka 1 dilakukan selama 45 hari, sejak tanggal 14 sampai dengan 27 september Tahun 2024.
3. **PIHAK KESATU** menugaskan:
 - Nama : Dewi Indriyani Hamin, S.E, M.M
 - Jabatan : Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis sekaligus Pembimbing Lapangan Program KKN Tematik II Pembinaan Dan Pemberdayaan Desa Tahun 2024 dengan judul Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil: pelatihan tiktok dan canva untuk peningkatan keterampilan pemasaran dan desain grafis.
4. **PIHAK KEDUA** menugaskan:
 - Nama : Dirman Rabiasa
 - Jabatan : Kepala Desa Taluduyunu Kecamatan Buntulia Kabupaten Pohuwato
5. Tanggungjawab **PIHAK KESATU** dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah:
 - a. menempatkan mahasiswa pelaksana kegiatan di lokasi **PIHAK KEDUA** sebanyak 15 orang (daftar nama terlampir).
 - b. mahasiswa sebagaimana dimaksud pada huruf a, memiliki hak memperoleh konversi mata kuliah sebanyak 20 sks (daftar mata kuliah terlampir);
 - c. melakukan pemberdayaan kepada kelompok UMKM di lokasi **PIHAK KEDUA**; dan
 - d. melakukan pendampingan kepada **PIHAK KEDUA** dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan digitalisasi pelaku UMKM .
6. Tanggungjawab **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah:
 - a. memfasilitasi **PIHAK KESATU** dalam melakukan Digitalisasi Kelompok usaha UMKM di lokasi **PIHAK KEDUA**;
 - b. memberikan data dan informasi yang dibutuhkan oleh **PIHAK KESATU**; dan
 - c. memfasilitasi sarana dan prasarana selama pelaksanaan kegiatan.
7. Pembiayaan kegiatan berasal dari:
 - a. Hibah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan; dan

- b. Dana stimulan kegiatan kemahasiswaan **PIHAK KESATU**. Sebesar Tujuh belas Juta Rupiah.
8. Dalam rangka pelaksanaan Kegiatan ini, **PARA PIHAK** menunjuk pejabat penghubung dan menentukan alamat korespondensi masing-masing pihak sebagai berikut :
- a. PIHAK PERTAMA :**
- Nama : Dewi Indriyani Hamin, S.E, M.M
Alamat : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
dewiung@ung.ac.id
Telepon : 085298092992
- b. PIHAK KEDUA**
- Nama : Dirman Rabiasa
Alamat : Desa Taluduyunu Kecamatan Buntulia
Kabupaten Pohuwato
Telepon : 085256442677
9. Bila terjadi ketidakserasian atau perbedaan pendapat berkaitan dengan pelaksanaan implementasi kerjasama ini, maka akan segera diselesaikan oleh **PARA PIHAK** secara musyawarah guna mencapai mufakat dengan tetap memperhatikan ketentuan yang berlaku.

Implementasi Kegiatan Kerja Sama ini dibuat dan ditandatangani **PARA PIHAK** dalam rangkap 2 (dua), masing-masing dibubuhi meterai cukup dan mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK KESATU

Dr. Ralfia Himelo, Spd, M.Si

PIHAK KEDUA


Ibrahim Kiraman, SE

LAMPIRAN
DAFTAR NAMA MAHASISWA PESERTA
KULIAH KERJA NYATA (KKN) TEMATIK II MEMBANGUN DESA
TAHUN 2024
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

**Lokasi : Desa Talunduyunu Kecamatan Buntulia Kabupaten
Pohuwato**

No	NIM	Nama Mahasiswa	Fakultas
1	931421224	Hikmawati Abdullah	Ekonomi
2	931421125	Kayla Azzhra abd. Latief	Ekonomi
3	931421174	Rasid Tolinggi	Ekonomi
4	941421020	Sulistiawati R. Kambayang	Ekonomi
5	941421071	Moh. Renaldi Lakoro	Ekonomi
6	941421067	Bima S. Utina	Ekonomi
7	921421176	Fikri Alinti	Ekonomi
8	1011421087	Noval Djamadi	Hukum
9	1011421098	Abdul Rahman Toyi	Hukum
10	1011421145	Rafyanka Ivana Putri Ngabito	Hukum
11	821421087	Putri H. Yasin	Hukum
12	1121421007	Taufik Supayo	Kelautan dan teknologi perikanan
13	1121421004	Aisyah Lompoh	Kelautan dan teknologi perikanan
14	1121421021	Rahmiati Molamahu	Kelautan dan teknologi perikanan
15	1121421013	Suciyanti Adam	Kelautan dan teknologi perikanan

Lampiran 8. Rekap Keuangan

Pengabdian Kepada Masyarakat Program KKN Tematik II Membangun Desa : Digitalisasi Manajemen Usaha Kecil: Pelatihan Tiktok dan Canva Untuk Meningkatkan Ketrampilan Pemasaran Dan Desain Grafis

NO	Nama Kegiatan	Volume Satuan	Harga Satuan (Rp)	Kontribusi		
				Mahasiswa	Dosen	Perguruan Tinggi
A	HONORARIUM					
1	Narasumber / Pemateri	1 Orang	1.200.000			Rp 1.200.000
2	Pembantu Lapangan	1 Orang	1.000.000			Rp 1.000.000
	Sub Total A					Rp 2.200.000
B	BAHAN DAN ALAT					
1	PERSIAPAN					
1 1	Pengadaan Atribut Peserta Dan DPL	15 paket	100.000			Rp 1.500.000
1 2	Pembekalan Mahasiswa	1 Paket	500.000			Rp 500.000
1 3	Asuransi Mahasiswa	15 Orang	20.000			Rp 300.000
	Sub Total B.1					Rp 2.300.000
2	PELAKSANAAN					
2 1	Kegiatan Penyuluhan	1 Paket	450.000			Rp 450.000
2 2	Pengadaan Alat Dan Bahan Pelatihan	1 Paket	2.400.000			Rp 2.400.000
	ATK / Bahan Habis Pakai	1 Paket	450.000			Rp 450.000
	Konsumsi Peserta Dan DPL (Berat Dan Ringan)	25 Dus	30.000			Rp 750.000
	Konsumsi Beras Mahasiswa Dilokasi	2 Karung	600.000			Rp 1.200.000

	Sub Total B.2					Rp 5.250.000
	Sub Total B1 + B2					Rp 7.550.000
C	PELAPORAN DAN LUARAN					
1	Laporan Observasi	3 Eks	100.000			Rp 300.000
2	Laporan Akhir	3 Eks	150.000			Rp 450.000
3	Publikasi Jurnal	1 Artikel	800.000			Rp 800.000
	Sub Total C					Rp 1.550.000
D	PERJALANAN					
1	Mahasiswa Dari Kampus UNG - Kec. Buntulia Pohuwato 2 x PP	15 orang	210.000			Rp 3.150.000
2	Dosen 3 Orang 3 x PP	9	200.000			Rp 1.800.000
	Sub Total D					Rp 4.950.000
	TOTAL (A+B+C+D)					Rp 17.000.000

Lampiran 9. Biodata Ketua dan Anggota Tim

Biodata Ketua Tim

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan Gelar)	Dewi Indrayani Hamin.,SE,M.M
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Golongan/Pangkat	IIIId / Penata Tingkat I
4	Jabatan Fungsional	Lektor
5	Jabatan Struktural	-
6	NIP	19810312 200501 2 002
7	NIDN	0012038101
8	Tempat Tanggal Lahir	Kotamobagu, 12 Maret 1981
9	Alamat Rumah	Jl. Ahmad Najamudin Dulaloeo Timur Kota tengah Kota Gorontalo
10	Nomor Telepon/Hp.	085298092992
11	Alamat E-mail	dewiung@UNG.ac.id / dewihamin@gmail.com
12	Alamat Kantor	Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNG Jl. Jend. Sudirman No.6 Kota Gorontalo
13	Nomor Telepon/Faximile.	(0435) 821125/(0435) 821752
14	Lulusan yang telah dihasilkan	S1=81 orang, S2= orang
15	Mata Kuliah yang diampuh	1. Manajemen Keuangan 2. Ekonomi Syariah 3. Manajemen Portofolio dan Analisis Investasi 4. Ekonomi Manajerial 5. Penganggaran Perusahaan
	ID SINTA	6794892
	ID SCOPUS	
	ID GARUDA	3638366
	ID WOS	
	ID Google Scholar	https://scholar.google.com/citations?user=GhEQ0EMAAAAJ&hl=id

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Sam Ratulangi Manado	Universitas Sam Ratulangi Manado (Magister manajemen)	-

Bidang Ilmu	Manajemen	Magister Manajemen Keuangan	-
Tahun Masuk - Lulus	1998-2002	2007-2009	-
Judul Skripsi, Tesis, Disertasi	Pengaruh Pajak pada Kinerja Keuangan PT. Anta Express Tbk	Analisis Resiko Sistematis dan Non Sistematis Kinerja Keuangan Perusahaan Properti di BEI	-

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Penelitian	Pendanaan		Tahun
		Sumber	Jumlah (Juta Rp.)	
1	Measuring the Performance of Sharia Commercial Banks in Indonesia Using the Islamicity Performance Index (IPI) and Maqashid Sharia Index (MSI) sebagai Anggota (penulis beranggota) (Anggota Tim)	PNBP UNG	18,5	2023
2	Tinjauan Empirik Signifikansi Fenomena Baru Dalam Sistem Keuangan Konvensional	Mandiri	-.	2022
3	Islamic Household Accounting for Coastal Communities in the Tomini Bay Area (Anggota Tim)	PNBP UNG	30	2022
4	Crypto Currensi Dan Pandangan Legalitas Menurut Islam: Sebuah Literature Review	Mandiri	.	2020
5	Analisis Laporan Keuangan Secara Historis Dan Forecasting (Studi Kasus Pada Pt. Martina Berto Tbk Tahun 2020-2023)	Mandiri	-	2024

D. Pengalaman Pengabdian pada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Pengabdian	Pendanaan		Tahun
		Sumber	Jumlah (Juta Rp.)	
1	Peningkatan Pemahaman Bisnis Plan pada Gen Z Kota Gorontalo di Era Digital 4.0 ₉	Mandiri	.	2024

2	Pemanfaatan Lubang Resapan Biopori (LRB) Sederhana Yang Ramah Lingkungan Sebagai Bagian Manajemen Sampah Di Desa Mamungaa (anggota)	Dana PNBP/BLU UNG TA 2024	10	2024
3	Pelatihan Dan Penerapan Konsep Konmari Dan Minimalis Melalui Pendekatan Asset Based Community Development Di Ponpes Darul Qur'an Moosalamati Kota Gorontalo	mandiri		2023
4	Optimalisasi Wisata Pantai Taula'a Berdasarkan Potensi Lokal Untuk meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat	Dana PNBP/BLU UNG TA 2023	17.500.000	2023
5	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pengelolaan Limbah Sagu Menjadi Produk Yang Bernilai Ekonomis	Dana PNBP/BLU UNG TA 2022		2022

E. Penghargaan Yang Pernah diraih dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Penghargaan	Karya	Waktu dan Tempat
1	Tanda Kehormatan Presiden Republik Indonesia	Satyalancana Karya Satya X Tahun	3 April 2017 Jakarta

F. Publikasi Penulisan Buku

No	Judul Buku	Jumlah Halaman	Penerbit	Tahun Terbit
1	Pendidikan Kewirausahaan	30 hal. ISBN: 978-623-83431-997	PT Mafy Media Literasi Indonesia	2023
2.	Pengantar pasar Modal	35 hal. ISBN:978-623-5488-93-6	Tahta Media grup	November 2022

G. Pengalaman Perolehan HAKI dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Tema/HAKI	Tahun	Jenis Haki	No P/ID
	N/A			
1	Pendidikan Kewirausahaan	2023	Hak Cipta	EC000
2	Pengantar pasar Modal	2022	Hak Cipta	EC0020

Semua data yang dicantumkan dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikoanya. Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Gorontalo, 29 Juli 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dewi Indrayani Hamin,SE.,M.M

NIP. 19810312 200501 2 002

Biodata Anggota Tim

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan Gelar)	Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Golongan/Pangkat	IVc / Pembina Utama Muda
4	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
5	Jabatan Struktural	-
6	NIP	19760201 200501 2 004
7	NIDN	0001027602
8	Tempat Tanggal Lahir	Kabere, 1 Pebruari 1976
9	Alamat Rumah	Jl. Alwin A. Djalil Habibie NO. 213 Kel. Oluhuta Utara Kec. Kabila Kab. Bone Bolango Gorontalo Kode Pos: 96183
10	Nomor Telepon/Hp.	081340107544
11	Alamat E-mail	hapsawatitaan@ung.ac.id / hapsataan@yahoo.co.id
12	Alamat Kantor	Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNG Jl. Jend. Sudirman No.6 Kota Gorontalo
13	Nomor Telepon/Faximile.	(0435) 821125/(0435) 821752
14	Lulusan yang telah dihasilkan	S1=70 orang, S2=8 orang
15	Mata Kuliah yang diampuh	6. Manajemen Pemasaran 7. Metode Penelitian Manajemen 8. Etika Bisnis 9. Komunikasi Bisnis 10. Riset Pemasaran
	ID SINTA	6080380
	ID SCOPUS	57214107945
	ID GARUDA	399942
	ID WOS	GLV-5751-2022
	ID Google Scholar	https://scholar.google.com/citations?user=yZdioBYAAAAJ&hl=id

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Muslim Indonesia Makassar	Universitas Muslim Indonesia Makassar	Universitas Hasanuddin Makassar
Bidang Ilmu	Teknik Manajemen Industri	Manajemen Pemasaran <i>272</i>	Manajemen Pemasaran

Tahun Masuk - Lulus	1995-1999	2000-2003	2010 -2015
Judul Skripsi, Tesis, Disertasi	Analisa Faktor-Faktor Pencapaian Kapasitas Produksi Klinker Pada PT. Semen Tonasa Pangkep	Analisis Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Dalam Merebut Peluang Bisnis Pada Situs Ojolali.Com Jakarta	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UKM Manufaktur Melalui Inovasi Perusahaan di Kota Gorontalo
Nama Pembimbing/Promotor	Ir. Anis Saleh, MT	Prof. Dr. Abdul Rahman Mus, SE., M.Si	Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Penelitian	Pendanaan		Tahun
		Sumber	Jumlah (Juta Rp.)	
1	Pengaruh Perilaku konsumen dalam Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Gorontalo (Ketua Tim)	PNBP UNG	18,5	
2	Pengembangan Model Penguatan Etos Kewirausahaan Pemuda Untuk Mendorong Pertumbuhan Lapangan Kerja Di Provinsi Gorontalo (Anggota Tim)	DP2M DIKTI	47.450.000.	2015
3	Pengembangan Model Penguatan Etos Kewirausahaan Pemuda Untuk Mendorong Pertumbuhan Lapangan Kerja Di Provinsi Gorontalo (Anggota Tim)	DP2M DIKTI	58.000.000.	2017
4	Pengaruh Akses Informasi dan Inovasi dalam meningkatkan kinerja UKM Industri Gula Aren Di Kabupaten Bone Bolango (Ketua Tim)	PNBP UNG	10.0000.000,-	2022
5	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan Di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango (Ketua Tim)	PNBP FE UNG	10.000.000,-	2023
6	Peran literasi keuangan dan digital marketing dalam mengukur kinerja UMKM di	PNBP FEB UNG	10.000.000,-	2024

	Kecamatan Kabila Bone Kab. Bone Bolango			
--	--	--	--	--

D. Pengalaman Pengabdian pada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Pengabdian	Pendanaan		Tahun
		Sumber	Jumlah (Juta Rp.)	
1	Menumbuhkan Minat Wirausaha Melalui Pelatihan Pembuatan Nugget Ikan Bagi Masyarakat Desa Talango Kec. Kabila Kab. Bone Bolango (Ketua)	PNBP Fak. Ekonomi UNG	5.000.000.	2017
2	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pembuatan Aneka Kerajinan Bagi Masyarakat Desa Luwo'o Kec. Telaga Jaya Kab. Gorontalo	Mandiri		2018
3	Pemberdayaan Dan Optimalisasi UMKM Melalui Pemanfaatan E-Commerce Dan Teknologi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo (Ketua)	Dana PNBP/ BLU UNG, TA 2022	12.500.00 0	2022
4	Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pembuatan Produk Bioetanol Di Desa Lonu Kecamatan Tilongkabila Kab. Bone Bolango (Ketua)	Dana PNBP/BLU UNG TA 2023	17.500.00 0	2023

E. Publikasi Artikel Ilmiah Penelitian dan Prosiding Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Penelitian	Penerbit/ Nama Jurnal	Tahun Terbit
7	Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Grand Q Hotel Kota Gorontalo	Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis (JAMIN) STIE Kertanegara Malang Vol.2 No.2 Februari 202	2020
8	The Service Quality Of Population Document To Improve Community Satisfaction Index	Journal of International Asia Pasific Journal Of Management and Education (APJME) Vol.3 NO. 2 July 2020	2020
9	The Improvement of Purchase Decisions of Putra Kusuma Pia Cake through Product Quality, Product Variations, and Packaging	PalArchs Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology Country Netherlands (Scopus Q3)	2020

10	Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli <i>Online</i> Konsumen Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli <i>Online</i> Konsumen	<i>e-Journal</i> Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Universitas Jember Volume 8 (1): 89-96 2021	2021
11	The Effect Of Organizational Climate And Compensation On Employee Job Satisfaction In The Social Service Of Gorontalo District	Journal of Economic, Business and Administration (JEBA) E-ISSN: 2746-1688, Vol. 2, No. 1, Maret 2021	2021
12	<i>Social Media Marketing</i> Untuk Meningkatkan <i>Brand Image</i>	SEIKO Journal Of Management and Buiness. STIE Amkop Makassar Vol.4 Issue 1 2021	2021
13	Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) and Great Opportunities to Return After the Covid Pandemic in Makassar City	International Journal of Artificial Intelligence Research (Sinta 2) ISSN: 2579-7298 Vol 6, No 1.2, 2022 https://ijair.id/index.php/ijair/article/view/788/pdf	2022
No	Judul Artikel Penelitian	Penerbit/ Nama Jurnal	Tahun Terbit
17	Cohesiveness as a Symbolic Power of Mobile Legends Online Game Community	Jurnal Ilmu Sosial 22 (1):97-120 (doi:10.14710/jis. 22.1.2023.97-1), [Online] /DOI: https://doi.org/10.14710/jis.22.1.2023.97-120 https://ejournal.undip.ac.id/index.php/ilmusos/article/view/57839	2023
18	Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restaurant Tiara Di Kota Gorontalo	Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis P-Issn 2620-9551 E-Issn 2622-1616 Jambura: Vol 6. No 1. Mei 2023 https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/19193	2023
19	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Saham (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo)	Al-Buhuts(e-Journal) by Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Amai Gorontalo, Indonesia. Volume 19 Nomor 1, Juni 2023 <u>Print-ISSN 1907-0977,</u> <u>Online-ISSN 2442-823X</u>	2023

		https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/3569/1783	
20	The Influence Of Trust And Satisfaction On Customer Loyalty For Gojek Online Transportation Applications In Gorontalo City	Manager : Jurnal Ilmu Manajemen, Bogor 6(1) (2023) 31-40 https://Ejournal2.Uika-Bogor.Ac.Id/Index.Php/Manager/Article/View/68	2023
21	Akuntansi Lingkungan: Laporan Keuangan	Yume : Journal of Management ISSN : 2614-851X (Online) Volume 6 Issue 2 (2023) Pages 688 – 694 https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/4996	2023
22	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Produk Xiaomi	Jurnal Mirai Management ISSN : 2598-8301 (Online) Vol.8 Issue 2 (2023) Pages 341- 348 https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4730	2023
23	The impact of entrepreneurial orientation and company innovation on the business performance of manufacturing SMEs	International Journal of Management and Sustainability (Scopus Q3) 2023 Vol. 12, No. 3, pp. 419-434 ISSN(e): 2306-0662 ISSN(p): 2306-9856 DOI: 10.18488/11.v12i3.3467 © 2023 Conscientia Beam. All Rights Reserved. https://archive.conscientiabeam.com/index.php/11/article/view/3467	2023
24	Pengaruh Aktualisasi Diri Terhadap Keputusan Pembelian Di Babe Café And Rooftop Pada Generasi Milenial Gorontalo	JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 7 No. 3, 2023 https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/3390	2023
25	Meningkatkan Retensi Pelanggan Paket Data Internet 5Telkomsel di Kota Gorontalo melalui Strategi Customer Relationship Management (CRM).	Economics and Digital Business Review (ECOTAL)STIE Amkop Makassar ISSN : 2774-2563 (Online) Vol 5 Issue 1 (2024) Pages 47 - 56 Doi: https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i1.848 https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/848/581	2023
26	Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk	Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo Vol. 9, No.	2023

	Imogen Propolis (Studi Kasus Pembelian Pada Stokis Kota Gorontalo)	2 Desember 2023 ISSN: 2339-1529 Print / ISSN: 2580-524X Online https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurep/article/view/1691/721	
27	Pencatatan Piutang pada Level Up Bistro Kota Gorontalo	Jurnal Mahasiswa Akuntansi FEB UNG, Volume 2 No. 3 Desember 2023 Hal. 352-358 https://jamak.fe.ung.ac.id/index.php/jamak/article/view/114/98	2023
28	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim Bentor Gorontalo (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNG)	https://journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/1814/1424	2024
29	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Anak Nelayan di Desa Botubarani Kabupaten Bone Bolango <i>(The Effect of Lifestyle on the Consumptive Behavior of Fishermen's Children in Botubarani Village, Bone Bolango District)</i>	https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/42663/14484 https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ	2024

F. Publikasi Artikel Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Judul Artikel Pengabdian	Penerbit/Nama Jurnal	Tahun Terbit
1	Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengolah Potensi Perikanan Melalui Pelatihan Pembuatan Bakso Ikan Tuna Di Desa Girisa (Penulis Ketua)	Gervasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat IKIP Pontianak Vol. 6, No. 3, Desember 2022 ISSN 2598-6147 (Cetak) ISSN2598-6155 (Online) https://journal.ikipgripta.ac.id/index.php/gervasi/article/view/4294	2022
2	Pengembangan Keprofesian Berkelanjutan Guru Melalui Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Penulis Anggota)	Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Univ. Muhammadiyah Semarang Se Volume 6 Nomor 4	2022

		Desember 2022 p-ISSN : 2614-5251 e-ISSN : 2614-526X https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/11447	
3	Implementation of Digital Marketing E-Commerce in Innovative Products of Processed Squid as a Business Opportunity in Lamu Village (Penulis Ketua)	Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) (DOAJ & SINTA 3 Indexed) Publish 1 July 2023 https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpm/article/view/34735/15289	2023
4	Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan UMKM Hasil Kerajinan Tangan dari Tanaman Eceng Gondok (Penulis Anggota)	Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat) Vol 12, No 2 (2023) E-ISSN 2746-8917 P-ISSN 2302-4798 https://ejournal.ung.ac.id/index.php/sibermas	2023
5	Empowerment of Housewives of Fisherman through Training on Processing Squid Production in Lamu Village Gorontalo Regency (Penulis Anggota)	Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat ISSN: 2746-5233 (online) Vol. 4 No. 1 (2023) https://jurnal.ahmar.id/index.php/mattawang/article/view/1398	2023
6	Peranan Mahasiswa KKN Dalam Peningkatan Aktifitas Kepemudaan Di Desa Lamu Kabupaten Gorontalo (Penulis Anggota)	<i>MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat</i> Vol 6 No 7 Tahun 2023 Hal 2473-2483 p-ISSN: 2598-1218 e-ISSN: 2598-1226 DOI : 10.31604/jpm.v6i7.2473-2483 http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/9061	2023
7	<i>Sociotechnopreneurship As An Alternative For Community Empowerment In Improving The Economy Of Sugar Palm Farmers</i>	https://sainsmat.org/index.php/mattawang/article/view/2084	2023

	<p><i>In Lonuo Village Gorontalo Province</i> Sosioteknopreneurship Sebagai Alternatif Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan Ekonomi Petani Aren Desa Lonuo Provinsi Gorontalo (Penulis Anggota)</p>		
--	--	--	--

G. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral pada Pertemuan/Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan/Seminar	Judul/ Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Kepemimpinan Massenrempulu I Bertema Uji Publik Visi Misi Tokoh Muda Massenrempulu Calon Pemimpin 2011	Visi Misi Calon Pemimpin Muda Masserempulu	3 September 2011 Gedung Halal Centre Talaga – Enrekang, Sul-Sel
2	Bimbingan teknis Produktivitas industri kerajinan bagi umkm naik kelas di provinsi gorontalo	Inovasi Dan Diversifikasi Produk Kerajinan	20, April 2018 New Rachmat Inn, Kota Gorontalo
3	Tinjauan dan Strategi Akademisi Dalam Rangka Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di Balai Karantina Pertanian Kelas II Gorontalo	Motivasi Sumber Daya Manusia	14 Mei 2018 Auditorium Balai Karantina Pertanian Kelas II, Gorontalo
4	Meningkatkan kualitas produk melalui PLUT-KUMKM Provinsi Gorontalo Bimbingan teknis bagi pelaku usaha sentra olahan pangan	Strategi pemasaran & kemasan produk	01 Juni 2018 Hotel Maqna Kota Gorontalo
No.	Nama Pertemuan/Seminar	Judul/ Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
5	Meningkatkan kualitas produk kumkm melalui PLUT-KUMKM	Manajemen Produksi Gula Aren	Galeri Bone Bolango,

	Prov. Gorontalo mengadakan bimbingan teknis bagi sentra gula aren		Rabu, 07 November 2018
6	Pelatihan Penulisan Karya ilmiah	Teknik Penulisan Karya Ilmiah	21 November 2019 Kantor UPBJJ Universitas Terbuka Gorontalo
7	Kajian Ekonomi Islam Fordebi FE UNG	Manajemen Pemasaran Syariah	Jumat, 6 September 2019 Aula FE UNG
8	Diklat Desain Kemasan Produk UMKM Bagi pelaku UMKM di kabupaten/kota Se Provinsi Gorontalo	Peranan Dan Fungsi Kemasan	29 Juni 2020 Hotel Maqna Kota Gorontalo
9	Bimbingan Teknis Kurasi Produk Bagi Pelaku Usaha Binaan PLUT-KUMKM Provinsi Gorontalo	Strategi Pemasaran Bagi UMKM Intensif PLUT-KUMKM yang berdampak Covid-19	23 Juli 2020 Aula Kantor PLUT-KUMKM Provinsi Gorontalo
10	Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran UMKM, dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Pemerintah Kab. Gorontalo	Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand	Kamis, 16 September 2021 Hotel Aston, Kota Gorontalo
11	Diklat Manajemen Pembukuan Keuangan bagi UMKM di kab/Kota se Prov. Gorontalo dilaksanakan oleh Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Provinsi Gorontalo	Manajemen Persediaan & Manajemen Piutang	Rabu 22 September 2021 Hotel Maqna Kota Gorontalo
12	Coaching Magang Internship Talk "Mapping Your Carrier Mapping Your Future" Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UNG	Manajemen Talent	17 Desember 2022 New Rachmat Inn, Kota Gorontalo
13	Kedaireka: Edukasi Penguatan Ekonomi	Manajemen Produksi Dan Bahan Baku Bagi Petani Nira Aren	Sabtu , 23 September 2023

			Kantor Desa Lonuo, Kab. Bone Bolango,
14	International Interdisciplinary Conference On Sustainable Development Goals (IICDGs) UBM Gorontalo	Effect Of Convenience And Trust Tiktok Shop Online Purchase Decisions	Sabtu, 25 Nov 2023 Gedung Gorontalo Covention Center Kota Gorontalo

H. Penghargaan Yang Pernah diraih dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Penghargaan	Karya	Waktu dan Tempat
1	HSBC Indonesia Research Award (HIRA) 2017: Best Scientific Publication	Artikel di Jurnal JSP Vol.21 Number 2 Judul: A <i>Conceptual Framework in the Formation of Young Entrepreneurs in Indonesia</i>	7 Desember 2017, Hotel Aryaduta Jakarta Penyelenggara HSBC dan Putra Sampoerna Foundation
2	Tanda Kehormatan Presiden Republik Indonesia	Satyalancana Karya Satya X Tahun	3 April 2017 Jakarta

I. Publikasi Penulisan Buku

No	Judul Buku	Jumlah Halaman	Penerbit	Tahun Terbit
1	Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja	94 hal. ISBN: 978- 602-60431-6- 0	Zahir Publishing Yogyakarta	2017
2.	Strategi Pemasaran <i>E-Commerce</i> dan Keputusan Pembelian Implementasi pada Perusahaan Berbasis Online	191 hal. ISBN:978-623- 7707-99-8	Zahir Publishing Yogyakarta	Desembe r, 2020
3.	Strategi Pemasaran bagi UMKM Terdampak Covid-19 (<i>Buku Bunga Rampai</i>)	8 hal. ISBN: 978- 623-95416-06	Program Doktor Ilmu Ekonomi- FEB Unhas	Novembe r, 2020
4	Pengantar Etika Bisnis <i>Book Chapter</i>) (Bab 2. Konsep Dasar Etika Bisnis)	23 hal (bab 2).Total hal. 255 ISBN: 978-623- 5488-87-5	Tahta Media Grup, Surakarta	Novembe r 2022

			Jawa Tengah	
5	Manajemen Pemasaran Di Era Digital (<i>Book Chapter</i>) (Bab 2. Konsep Manajemen Pemasaran) http://repository.um.ac.id/3005/1/fullteks.pdf	20 hal (bab 2).Total hal.180 ISBN:978-623-8242-09-2	CV. Istana Agency Yogyakarta	Maret 2023
6	Marketing Management Strategi In The Digital Era (<i>Book Chapter International</i>) (Bab 2 Digital Economy)	24 hal (bab 2).Total 111 hal. ISBN: 978-623-147-084-3	Tahta Media Grup, Surakarta Jawa Tengah	September 2023

J. Pengalaman Perolehan HAKI dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Tema/HAKI	Tahun	Jenis Haki	No P/ID
	N/A			
1	Pengantar Etika Bisnis	2022	Hak Cipta	EC00202288128
2	Manajemen Pemasaran di Era Digital	2023	Hak Cipta	EC00202340270
3	Marketing Management Strategi in the Digital Era	2023	Hak Cipta	EC00202349355
4	Desain Alat Destilasi Bertingkat Continue (DBC) Kapasitas 50 Liter	2023	Hak Cipta	EC002023140601

K. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik / Rekayasa Sosial Lainnya selama 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang telah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
	N/A			

Semua data yang dicantumkan dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikoanya. Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Gorontalo, 15 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Dr. Hapsawati Taan, S.T.,MM

NIP. 19760201 200501 2 004

Biodata Anggota Tim

A. Identitas Diri


1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ratna Ahmad, S.Pd.,M.Pd
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Golongan/Pangkat	(Calon IIIb)
4	NIK	7571034907890002
5	NIDN	0009078905
6	Tempat Tanggal Lahir	Gorontalo, 9 Juli 1989
7	Email	ahmadratna89@gmail.com
8	Nomor Hp	082183614846
9	Alamat Kantor	Jl. Jenderal Sudirman No.6 Kota Gorontalo
10	Nomor Telfon Kantor	(0435) 821125/ (0435) 821752
11	Alamat Rumah	Jl. Dulohupa, Kelurahan Dulomo Utara, Kecamatan Kota Utara, Kota Gorontalo
12	Lulusan yang dihasilkan	-
13	Mata kuliah yang diampuh	1. Pengantar akuntansi 2. Belajar dan pembelajaran

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Perguruan Tinggi	Universitas Negeri Gorontalo	Universitas Negeri Gorontalo
Bidang Ilmu	Pendidikan Ekonomi (Konsentrasi Akuntansi)	Pendidikan Ekonomi
Tahun Masuk - Lulus	2008-2012	2004-2006
Judul Skripsi/ Tesis	Hubungan Motivasi Belajar dengan Aktivitas Belajar Siswa di SMA Negeri 4 Gorontalo	Pengaruh Model Pembelajaran dan Motivasi Belajar Siswa terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pengantar Akuntansi Jurusan Administrasi Perkantoran di SMK Negeri 1 Gorontalo
Nama Pembimbing	Dr. H. Usman Moonti, M.Si Badriyyah Djula, S.Pd, M.Pd	Dr Hamzah Yunus, M. Pd Dr. Heldy Vanni Alam, M.Si

Semua data yang dicantumkan dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya. Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Gorontalo, 15 Oktober 2024
Yang menyatakan,



Ratna Ahmad,

