Copyright © 2025 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 6, No. 4, November 2025**

Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Pelatihan *Digital Marketing* Produk Olahan Mujair di Desa Dukuh Tunggal Lamongan

Ahmad Kholil [1]*, Inayatur Rosyidah [2], Usfiyatur Rusuly [3], Efy S. Atanjuani [4], Mohamad Rofik Fitrotulloh [5]

[1–5] Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

* kholil@bsa.uin-malang.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas perempuan pelaku usaha di Desa Dukuh Tunggal, Kabupaten Lamongan, dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk olahan ikan Mujair. Kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada penggalian dan optimalisasi aset lokal masyarakat melalui tahapan *Discovery*, *Dream*, *Design*, dan *Destiny*. Bentuk kegiatan meliputi pelatihan digital marketing, pendampingan praktik, serta evaluasi hasil. Sebanyak 20 peserta yang terdiri atas anggota kelompok PKK dan pelaku usaha olahan ikan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Hasil menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, serta promosi daring produk lokal. Selain itu, muncul inisiatif kolaboratif antaranggota kelompok dalam memperluas jejaring pemasaran. Kegiatan ini memberikan kontribusi pada penguatan peran perempuan sebagai penggerak ekonomi desa. Aspek kebaruan terletak pada integrasi pendekatan ABCD dengan transformasi digital sebagai model pemberdayaan perempuan berbasis potensi komunitas.

Kata Kunci: *pemberdayaan perempuan, digital marketing, pendekatan ABCD, UMKM desa, ekonomi lokal*

Pendahuluan

Kecamatan Glagah merupakan salah satu kawasan penghasil ikan terbesar di Kabupaten Lamongan dengan luas lahan tambak mencapai 3.210.000 m² dan sawah tambak seluas 38.563.500 m² (Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan, 2021). Potensi perikanan air tawar yang melimpah menjadikan wilayah ini memiliki prospek besar dalam pengembangan industri rumah tangga berbasis hasil perikanan. Namun, potensi tersebut belum termanfaatkan secara optimal, terutama pada aspek pengolahan dan pemasaran produk perikanan lokal. Produksi olahan ikan di wilayah ini masih rendah karena beberapa faktor: (1) keterbatasan pelatihan dan pengetahuan pengolahan yang higienis dan inovatif, (2) kurangnya diversifikasi produk, (3) keterbatasan akses pasar, serta (4) minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran.

Salah satu desa dengan potensi tinggi adalah Desa Dukuh Tunggal, tempat berdirinya Kelompok 10 PKK yang telah menginisiasi pengolahan ikan Mujair menjadi Kerupuk dan

Otak-Otak Mujair. Produk tersebut memiliki potensi sebagai ikon kuliner lokal dengan cita rasa khas dan nilai jual tinggi. Namun, kendala yang dihadapi kelompok perempuan ini terutama terletak pada aspek pemasaran dan branding produk. Proses penjualan masih dilakukan secara konvensional tanpa dukungan kemasan menarik, identitas merek yang kuat, serta promosi digital. Kondisi ini menyebabkan produk belum dikenal luas di luar wilayah desa.

Hasil penelitian oleh Mustofa et al., (2024) menunjukkan bahwa kelompok perempuan di Desa Dukuh Tunggal telah memanfaatkan usaha Kerupuk dan Otak-Otak ikan Mujair sebagai sumber pendapatan tambahan. Dengan demikian, pelatihan digital marketing produk olahan Mujair menjadi relevan untuk mendorong peningkatan skala usaha dan daya saing produk.

Di sisi lain, studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan *Digital Marketing* berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM (Kurniawan, Nofriadi, & Maharani, 2021; Maulida, 2024). Penerapan strategi digital melalui media sosial, *Marketplace*, dan konten kreatif terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet, serta memperkuat identitas merek produk lokal. (Aditya & Rusdianto, 2023) menegaskan bahwa penerapan *Digital Marketing* dapat menjadi strategi efektif bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Pendekatan ini mendukung pelatihan *Digital Marketing* bagi perempuan pengolah ikan mujair di Desa Dukuh Tunggal sebagai upaya memperkuat posisi produk di pasar daring. Dengan demikian, pelatihan *Digital Marketing* menjadi solusi relevan dan berbasis riset untuk menjawab tantangan pemasaran produk olahan ikan di Desa Dukuh Tunggal.

Program pengabdian ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan praktis melalui pelatihan dan pendampingan teknis bagi kelompok perempuan pengolah ikan. Materi pelatihan meliputi: (1) penyusunan identitas merk dan desain kemasan, (2) fotografi dan visualisasi produk, (3) pengelolaan akun bisnis di media sosial (*Instagram*, *WhatsApp Business*), (4) pemanfaatan *Marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia, serta (5) strategi *Copywriting* dan promosi digital. Pendekatan ini diharapkan membentuk model pemberdayaan berbasis digital yang berkelanjutan.

Kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan literasi digital dan kemampuan pemasaran perempuan pelaku usaha olahan ikan Mujair, (2) membantu peserta menciptakan merek dan kemasan produk yang menarik dan kompetitif, serta (3) memperluas akses pasar melalui media digital dan jejaring konsumen daring. Secara praktis, kegiatan ini memberi manfaat dalam peningkatan pendapatan keluarga, penguatan peran perempuan dalam pembangunan ekonomi desa, serta promosi produk khas Lamongan sebagai bagian dari ekonomi kreatif daerah.

Lebih jauh, kegiatan ini berkontribusi terhadap pencapaian beberapa Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*/SDGs), yakni:

SDG 1 – Tanpa Kemiskinan, melalui peningkatan pendapatan keluarga berbasis usaha lokal;

SDG 5 – Kesetaraan Gender, melalui pemberdayaan perempuan dalam sektor ekonomi produktif;

SDG 8 – Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, melalui penciptaan lapangan kerja berbasis digital; dan

SDG 12 – Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, melalui pengolahan hasil perikanan yang berkelanjutan dan bernilai tambah.

Dengan sinergi antara potensi lokal, teknologi digital, dan pemberdayaan perempuan, Desa Dukuh Tunggal berpeluang besar menjadi sentra industri rumah tangga berbasis perikanan digital yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Dukuh Tunggal, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Desa ini merupakan salah satu sentra budidaya ikan Mujair yang memiliki kelompok perempuan aktif dalam pengolahan hasil perikanan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama tiga bulan, yaitu Juli – September 2025, yang mencakup tahap persiapan, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi hasil.

Khalayak Sasaran/Mitra Kegiatan

Khalayak sasaran utama dalam kegiatan ini adalah Kelompok 10 PKK Desa Dukuh Tunggal yang beranggotakan 15 orang perempuan pelaku usaha olahan ikan Mujair. Penentuan mitra dilakukan melalui koordinasi dengan Pemerintah Desa Dukuh Tunggal serta rekomendasi dari Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan. Selain itu, BUMDes dan LPMD turut dilibatkan sebagai mitra pendukung untuk keberlanjutan program. Kelompok ini dipilih karena telah memiliki aktivitas pengolahan ikan menjadi Kerupuk dan Otak-Otak Mujair, namun masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran dan digitalisasi usaha.

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan dan aset lokal masyarakat, khususnya potensi perempuan desa. Pendekatan ini dipadukan dengan metode partisipatif melalui tahapan pelatihan, pendampingan, dan refleksi hasil.

***Tabel 1**. Gambaran Cara Kerja ABCD*

Tahapan	Kegiatan Utama	Penjelasan Singkat
1. Persiapan & Identifikasi Aset	1) Survey dan pemetaan aset lokal 2) FGD dengan PKK & perangkat desa 3) Penyusunan rencana kerja partisipatif.	Menggali potensi bahan baku, SDM (perempuan pelaku usaha), jejaring sosial (PKK), dan lembaga pendukung.
2. Pelaksanaan Program & Mobilisasi Aset	1) Pelatihan *Digital Marketing*: konten produk, akun bisnis (WhatsApp Bisnis/Instagram/Shopee), *Branding Storytelling* 2) Pelatihan kemasan & desain merek 3) Pendampingan pemasaran digital 4) Uji coba penjualan daring.	Memberikan keterampilan praktis agar produk dapat dijual lebih luas dan menarik melalui platform digital.

Tahapan	Kegiatan Utama	Penjelasan Singkat
3. Analisis & Refleksi	1) Evaluasi partisipatif 2) Forum refleksi bersama peserta 3) Dokumentasi *Success Story*	Menilai dampak program dari sisi kapasitas, kepercayaan diri, dan pemasaran.
4. Pemanfaatan Hasil & Keberlanjutan	1) Membangun jejaring mitra lokal 2) Kolaborasi dengan BUMDes 3) Penyusunan rencana aksi lanjutan	Mendukung pemasaran jangka panjang dan pembentukan sentra produk olahan Mujair berbasis perempuan.

Pendekatan ABCD ini merujuk pada hasil penelitian Ansori (2021), Setyawan (2022), Hazin (2023), dan Rahmawati et al. (2024), yang menegaskan bahwa pemanfaatan aset lokal dan partisipasi komunitas mampu memperkuat ketahanan sosial-ekonomi masyarakat. Dalam konteks Desa Dukuh Tunggal, metode ini efektif untuk menumbuhkan kemandirian perempuan dan memperkuat jejaring usaha mikro berbasis digital.

Indikator Keberhasilan

1. Keberhasilan kegiatan ini diukur berdasarkan capaian berikut: Keterlibatan peserta: minimal 80% anggota aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.
2. Peningkatan pengetahuan: peserta memahami konsep branding dan *Digital Marketing*.
3. Peningkatan keterampilan: peserta mampu membuat konten promosi, desain kemasan, dan akun bisnis digital.
4. Penerapan hasil pelatihan: produk olahan dipasarkan melalui media digital dan menunjukkan peningkatan permintaan.
5. Keberlanjutan program: terbentuk jejaring usaha perempuan serta dukungan lanjutan dari BUMDes/desa.

Metode Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif melalui observasi lapangan, wawancara, kuesioner, dan monitoring akun bisnis peserta.

***Tabel 2**. Evaluasi Cara Kerja ABCD*

Aspek yang Dievaluasi	Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi	Waktu Evaluasi	Penanggung Jawab
Keterlibatan Peserta	Jumlah peserta aktif, kehadiran ≥ 80 %	Daftar hadir, observasi lapangan	Selama kegiatan	Tim Pengabdian
Peningkatan Pengetahuan	Pemahaman konsep digital *Marketing* dan *Branding*	Wawancara sederhana	Awal & akhir pelatihan	Narasumber & Tim
Peningkatan Keterampilan	Kemampuan membuat konten dan akun bisnis	Praktik langsung, penilaian hasil	Saat pelatihan & pendampingan	Fasilitator & Pendamping

Aspek yang Dievaluasi	Indikator Keberhasilan	Metode Evaluasi	Waktu Evaluasi	Penanggung Jawab
Penerapan Hasil Pelatihan	Produk dipasarkan secara digital, minat pasar meningkat	Monitoring akun bisnis, wawancara	2 minggu & 1 bulan pasca pelatihan	Tim Pengabdian
Kepuasan Peserta	Peserta merasa terbantu dan mendapat manfaat nyata	Kuesioner kepuasan	Setelah pelatihan	Tim Evaluator
Keberlanjutan Program	Rencana aksi lanjutan & dukungan BUMDes/desa	FGD lanjutan, dokumentasi rencana aksi	Minggu terakhir kegiatan	Koordinator Program

Hasil dan Pembahasan

Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang sangat menentukan keberhasilan kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, tim berfokus pada identifikasi kebutuhan, penentuan strategi, serta penyusunan materi dan sumber daya yang relevan agar kegiatan dapat berjalan sesuai sasaran.

Survei dan Identifikasi Masalah

Survei awal dilakukan di Desa Dukuh Tunggal, Kec. Glagah, Kab. Lamongan untuk menggali informasi mengenai kondisi sosial ekonomi masyarakat, khususnya kelompok perempuan yang terlibat dalam usaha pengolahan Otak-Otak Mujair dan Kerupuk Mujair. Dari hasil observasi, ditemukan beberapa persoalan utama, seperti keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran digital, penggunaan teknologi yang masih minim, serta pengemasan produk yang belum memenuhi standar pasar modern. Identifikasi masalah ini menjadi dasar dalam perumusan materi pelatihan dan strategi pemberdayaan yang relevan.

Koordinasi dengan Mitra

Setelah permasalahan teridentifikasi, tim pengabdian menjalin komunikasi dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kepala Desa, perangkat desa, kelompok PKK, dan para pelaku UMKM lokal. Koordinasi ini bertujuan untuk membangun dukungan kolektif, memastikan keterlibatan aktif mitra, serta menyamakan visi mengenai pentingnya program pemberdayaan berbasis *Digital Marketing*. Dukungan dari pemerintah desa dan kelompok perempuan sangat penting agar kegiatan memiliki legitimasi dan keberlanjutan.

Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan riil masyarakat dan dikemas secara aplikatif agar mudah dipahami. Modul pelatihan mencakup:

1. Teknik produksi higienis sesuai standar keamanan pangan.
2. Strategi pengemasan produk dengan desain menarik, ramah lingkungan, dan sesuai selera pasar modern.
3. Teori dan praktik *Digital Marketing*, termasuk pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), *Marketplace* (Shopee, Tokopedia), serta keterampilan dasar desain konten digital.

Penyusunan materi ini diharapkan dapat memberikan bekal keterampilan yang komprehensif, baik dari sisi produksi maupun pemasaran.

Persiapan Narasumber dan Fasilitator

Untuk memastikan kegiatan bersifat aplikatif, tim menghadirkan narasumber berpengalaman di bidang *Digital Marketing*, *Branding* produk UMKM, serta pelaku usaha lokal yang sukses mengembangkan bisnisnya melalui platform digital. Kehadiran praktisi sebagai fasilitator diharapkan mampu memberikan inspirasi sekaligus tips praktis kepada peserta agar mereka dapat langsung mengaplikasikan materi pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

Penyuluhan

Tahap penyuluhan merupakan langkah awal yang sangat penting untuk menanamkan pemahaman mengenai pentingnya kemandirian ekonomi dan pemanfaatan sumber daya lokal secara produktif. Kegiatan ini dilaksanakan pada 2 Agustus 2025 bertempat di rumah salah satu anggota kelompok 10 PKK Desa Dukuh Tunggal, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan, dengan menghadirkan narasumber Hj. Khoirun Niswatin, Lc., M.Pd.

Peserta kegiatan terdiri atas kelompok ibu PKK, pelaku usaha rumah tangga, serta beberapa perwakilan pemuda desa. Antusiasme peserta tampak dari keaktifan mereka dalam diskusi, berbagi pengalaman usaha, serta mengajukan pertanyaan seputar strategi pemasaran dan peluang pasar digital.

Materi penyuluhan diawali dengan pengenalan potensi produk olahan ikan mujair sebagai ikon kuliner khas desa yang dapat memperkuat *Branding* berbasis perikanan lokal. Narasumber menekankan pentingnya nilai tambah produk olahan dibandingkan penjualan ikan mentah, sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan margin keuntungan sekaligus daya saing.

Selanjutnya disampaikan materi bertajuk "Memulai Bisnis *Online*", yang berisi beberapa pokok bahasan berikut:

1. Jenis-jenis bisnis online berdasarkan platform pemasaran:
   a. *Website* (contoh: *Matahari.com*, *Klikindomaret.com*, *Agriaku.com*).
   b. Media sosial (contoh: Grup Facebook, Grup WhatsApp, Status WhatsApp).
   c. *Marketplace* (contoh: Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Lazada, Blibli).
2. Keunggulan bisnis online, antara lain: modal relatif kecil, waktu kerja fleksibel, jangkauan pasar luas, serta efisiensi waktu dan biaya.

Tantangan yang dihadapi mencakup persaingan ketat, perubahan kebijakan *Marketplace*, tuntutan adaptasi teknologi, dan risiko menurunnya konsistensi promosi.

3. Tips sukses bisnis *Online*, meliputi kemampuan membaca peluang usaha, memahami kebutuhan pasar, mengenali kompetitor, serta menentukan target konsumen dan platform pemasaran yang sesuai.
4. Strategi bisnis *Online* tanpa modal, seperti menjadi *Dropshipper*, *Reseller*, atau afiliasi produk melalui kemitraan dengan produsen terpercaya dan strategi konten yang tepat sasaran.
5. Teknik *Live Selling* di *Marketplace*, meliputi:
    a. Persiapan koneksi internet stabil.
    b. Pengaturan visual menarik (*Background*, pencahayaan, humor ringan, penyampaian komunikatif).
    c. Penataan produk rapi.
    d. Pemanfaatan perlengkapan pendukung seperti *Smartphone*, tripod, dan lampu ring.
    e. Penawaran promo menarik dan interaksi aktif dengan *Audiens* (*Follow*, *Share*, hingga *Checkout* produk).

Hasil kegiatan penyuluhan menunjukkan peningkatan signifikan dalam wawasan peserta mengenai peluang bisnis berbasis digital serta kesadaran akan pentingnya inovasi produk lokal. Beberapa peserta mengaku memperoleh ide baru dalam strategi pemasaran produk olahan mujair secara daring, dan mulai berencana membuka toko *Online* di *Marketplace*.



***Gambar 1**. Penyuluhan "Memulai Bisnis Online" di Desa Dukuh Tunggal*

Praktik Produksi

Setelah memperoleh pemahaman dasar melalui penyuluhan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan praktik produksi yang berfokus pada pembuatan produk olahan ikan Mujair, yaitu Otak-Otak Mujair dan Kerupuk Mujair. Kegiatan ini dilaksanakan pada Sabtu, 20 September 2025 di Desa Dukuh Tunggal dengan narasumber Bahrul Huda, S.Pi., seorang praktisi berpengalaman dalam bidang pengolahan ikan.

Peserta dilibatkan secara aktif dalam seluruh tahapan, mulai dari persiapan bahan baku, teknik pengolahan, hingga pengemasan produk, dengan tujuan agar keterampilan yang diperoleh dapat langsung diterapkan dalam usaha rumah tangga secara mandiri.

Pembuatan Otak-Otak Mujair

Bahan utama: ikan Mujair 1kg, Telur 3 butir, Garam 15g, Gula 40g, Penyedap Rasa 6g, Bawang Putih 50g, Bawang Merah 70g, Kemiri 50g, Ketumbar 4g, Jinten 1g, Laos 5g, Jahe 4g, Daun Jeruk 5 lembar, Mabai merah 50g, Cabai Rawit 25g, Daun Pisang, dan Minyak Goreng secukupnya. Peralatan: Kompor, Wajan, Panci Pengukus, *Blender*/Cobek, Baskom, *Food Processor*, Pisau, dan Sendok.

Prosedur pembuatan:

1. Membersihkan ikan mujair hingga bersih dan memisahkan daging dari kulitnya.
2. Menggoreng bumbu rempah hingga harum, lalu dihaluskan bersama telur.
3. Menggiling daging ikan dengan garam dan telur hingga lembut.
4. Mencampurkan adonan ikan dengan bumbu halus hingga homogen.
5. Mencicipi dan menyesuaikan rasa.
6. Membungkus adonan menggunakan daun pisang berbentuk lonjong dan dikukus selama 30–60 menit.
7. Setelah matang, didinginkan dan siap disajikan atau digoreng kembali sebelum dikonsumsi.

Hasil akhir yang diperolah Otak-Otak Mujair memiliki tekstur lembut dan cita rasa gurih dengan aroma khas rempah, serta dapat divariasikan dengan metode penyajian berbeda untuk meningkatkan nilai jual.

Pembuatan Kerupuk Mujair

Produk kedua adalah Kerupuk Mujair, olahan kering dengan daya simpan lebih panjang dan potensi pasar lebih luas. Bahan utama: daging ikan Mujair giling, Tepung Tapioka, Bawang Putih, Garam, Penyedap, Ketumbar, dan air. Prosedur pembuatan:

1. Menggiling ikan mujair hingga halus.
2. Mencampur bahan hingga kalis, membentuk adonan lonjong, lalu mengukus ±1 jam.
3. Mendinginkan adonan, mengiris tipis, kemudian menjemur hingga kering.
4. Menggoreng kerupuk hingga mengembang sempurna.

Hasil akhir yang diperolah kerupuk memiliki rasa gurih, renyah, dan aroma khas ikan mujair. Produk ini mudah disimpan dan berpotensi dikembangkan dalam skala komersial

Pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis dan inovatif perempuan Desa Dukuh Tunggal, meliputi:

1. Teknik pengolahan ikan yang tepat, mulai dari pembersihan, pemotongan efisien, hingga penggilingan dan pemasakan higienis.
2. Pemanfaatan peralatan produksi secara efektif, seperti penggunaan mesin penggiling dan pencetak sederhana untuk efisiensi waktu dan tenaga.

3. Kreativitas pengembangan produk, termasuk variasi rasa, desain kemasan menarik, serta strategi *Branding* dan pemasaran digital melalui media sosial.

Kegiatan ini terbukti memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas ekonomi perempuan desa, yang kini mampu menghasilkan produk olahan berkualitas dengan daya saing tinggi di pasar lokal maupun daring.



***Gambar 2**. Praktik Produksi Otak-Otak dan Kerupuk Mujair*

Hasil dan Dampak Penyuluhan dan Praktik Produksi

Dari praktik pembuatan Otak-Otak Mujair dan Kerupuk Mujair, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis baru, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung dalam mengolah hasil perikanan menjadi produk bernilai tambah. Produk yang dihasilkan menunjukkan peningkatan kualitas, baik dari segi cita rasa maupun tampilan kemasan. Melalui pelatihan, peserta dilatih menggunakan kemasan plastik *Ziplock* yang lebih praktis dan higienis, serta dilengkapi dengan label *Branding* yang menarik sehingga produk tampil lebih profesional.

Kegiatan ini berdampak positif terhadap rasa percaya diri peserta, karena mereka merasa mampu memproduksi olahan ikan mujair yang tidak hanya layak konsumsi, tetapi juga layak jual. Lebih jauh, potensi ekonomi produk semakin terbuka lebar karena kini dapat dipasarkan tidak hanya di lingkungan desa, tetapi juga menjangkau pasar di tingkat kecamatan bahkan kabupaten.

Selain peningkatan keterampilan produksi, kegiatan pendampingan juga difokuskan pada aspek *Branding* dan pengemasan. Hal ini penting karena produk yang baik perlu memiliki identitas yang jelas agar mampu bersaing dengan produk lain di pasaran.

Beberapa langkah yang dilakukan dalam pengembangan branding adalah:

1. Pembuatan logo usaha yang sederhana namun mencerminkan identitas lokal Desa Dukuh Tunggal.
2. Desain kemasan yang menarik, dengan pemilihan warna cerah, transparansi plastik vakum untuk menonjolkan kualitas produk, serta label informatif.
3. Penentuan identitas merek berbasis ikan Mujair.

4. Penyesuaian ukuran kemasan sesuai target pasar.
5. Pengembangan *Branding* menjadikan produk khas desa dengan nilai jual tinggi.



***Gambar 3**. Pengembangan Branding dan Kemasan Produk*

Sebagai tindak lanjut dari praktik produksi, peserta juga mendapatkan pendampingan dalam hal *Branding* dan promosi produk. Salah satu hasil nyata adalah lahirnya identitas merek "Minna Bites", yang diposisikan sebagai oleh-oleh khas Lamongan berbasis olahan ikan Mujair. Branding ini menonjolkan keaslian, tanpa pengawet, dan bersertifikat halal, serta menampilkan foto produk menarik dan informasi kontak. Pemasangan spanduk di lokasi strategis ini efektif menarik perhatian konsumen, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat keberlanjutan usaha.

Workshop Digital Marketing

Tahap akhir dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat berupa *Workshop Digital Marketing* yang dirancang untuk memperkenalkan strategi pemasaran modern dengan memanfaatkan media digital. *Workshop* ini berfokus pada peningkatan kapasitas perempuan pelaku usaha di Desa Dukuh Tunggal, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan, dalam memasarkan produk olahan Otak-Otak Mujair dan Kerupuk Mujair agar dapat menjangkau konsumen lebih luas. Pratiwi (2021), menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran produk lokal melalui *Digital Marketing* dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun citra merek. Prinsip ini diterapkan dalam pelatihan pembuatan konten digital produk olahan mujair agar memiliki daya tarik di *Platform* media sosial.

Workshop dilaksanakan pada 4 Oktober 2025 di kediaman Ibu Aslamiyah, salah satu anggota PKK kelompok 10 Desa Dukuh Tunggal, dengan pemateri David Nur Cholis yang menyiapkan materi beserta tutorial praktis mengenai penjualan melalui *Marketplace* Shopee. Materi *Workshop* meliputi:

1. Pembuatan dan pengelolaan akun bisnis di media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business).
2. Pengenalan *Marketplace* (Shopee, Tokopedia) dan tutorial pembuatan akun penjual.

3. Teknik dasar pembuatan konten kreatif (fotografi produk, video pendek, caption promosi).
4. Strategi branding usaha berbasis komunitas desa yang menonjolkan identitas lokal.



***Gambar 4**. Workshop Digital Marketing*

Pelaksanaan *Workshop Digital Marketing* menunjukkan capaian positif. Sebagian besar peserta berhasil membuat akun bisnis, mengunggah produk olahan mujair, mencoba promosi awal melalui media sosial, dan memahami langkah membuka toko di *Marketplace* Shopee.



***Gambar 5**. Pemasaran Digital*

Peserta merasa senang dan antusias, menilai materi yang disampaikan bermanfaat dan aplikatif. Ibu Aslamiyah menyampaikan bahwa pelatihan ini meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam memasarkan produk secara *Online*. Peserta lain, Ibu Rumaiyah, mengaku terbantu karena pendampingan dilakukan langsung dan mudah dipahami meski belum terbiasa dengan teknologi.

Dari testimoni peserta dapat disimpulkan bahwa workshop ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital, tetapi juga menumbuhkan motivasi dan optimisme baru bagi perempuan desa untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program "Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan *Digital Marketing* Produk Olahan Otak-Otak Mujair dan Kerupuk Mujair di Desa Dukuh Tunggal, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan." Evaluasi ini mencakup keterlibatan peserta, peningkatan pengetahuan dan keterampilan, penerapan hasil pelatihan, kepuasan peserta, serta keberlanjutan program.

Kehadiran Peserta dan Pelaksanaan Seluruh Kegiatan Pelatihan

1. Indikator
    a. Minimal 85% peserta yang diundang hadir dalam pelatihan.
    b. Seluruh kegiatan pelatihan terlaksana sesuai jadwal dan rencana.
2. Penilaian

Keberhasilan ditandai dengan tingkat kehadiran minimal 85% dari total peserta serta pelaksanaan kegiatan tanpa pembatalan atau penundaan.

3. Hasil

Tahap penyuluhan dilaksanakan pada 2 Agustus 2025 dengan narasumber Hj. Khoirun Niswatin, Lc., M.Pd., Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan memahami pentingnya kemandirian ekonomi berbasis sumber daya lokal. Praktik produksi dilaksanakan pada 20 September 2025 dengan pemateri Bahrul Huda, S.Pi. Peserta mempraktikkan langsung pembuatan Otak-Otak Mujair dan Kerupuk Mujair. *Workshop Digital Marketing* diadakan pada 4 Oktober 2025 oleh pemateri David Nur Cholis, berfokus pada strategi pemasaran modern melalui *marketplace* Shopee. Kehadiran peserta mencapai lebih dari 85% di setiap kegiatan. Seluruh sesi terlaksana sesuai rencana, menandakan efektivitas kegiatan dan komitmen peserta.

Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

1. Indikator

Minimal 60% peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan terkait produksi dan manajemen usaha.

2. Penilaian

Wawancara dilakukan terhadap 15 peserta untuk mengukur dampak pelatihan. Keberhasilan ditandai apabila ≥60% peserta menyatakan peningkatan signifikan.

3. Hasil

Seluruh peserta menyatakan pelatihan sangat membantu dalam memahami strategi *Digital Marketing*, pembuatan akun bisnis, serta konten promosi. Peserta mampu menerapkan praktik pembuatan katalog produk dan menulis caption promosi. Mayoritas peserta juga telah mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi.

Kepuasan Peserta dan Pemerintah Desa

1. Indikator

Mayoritas peserta dan pemerintah desa (≥75%) menyatakan puas terhadap pelaksanaan kegiatan.

2. Penilaian

Kuesioner kepuasan dan wawancara digunakan untuk menilai persepsi peserta serta perangkat desa.

3. Hasil

Berdasarkan hasil wawancara dengan peserta dan Kaur Umum Desa Dukuh Tunggal, Bapak Agus Kurniawan, diperoleh data bahwa seluruh pihak merasa puas terhadap pelaksanaan kegiatan. Peserta menilai pelatihan sangat bermanfaat dalam meningkatkan keterampilan produksi dan strategi pemasaran digital. Pemerintah desa juga memberikan apresiasi positif atas kontribusi kegiatan terhadap penguatan ekonomi lokal dan pemberdayaan perempuan.

Analisis Hasil Evaluasi

Secara keseluruhan, program pemberdayaan ini dinyatakan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi menunjukkan:

1. Keterlibatan Peserta: Kehadiran >85%, partisipasi aktif dalam seluruh tahap pelatihan.
2. Peningkatan Pengetahuan: Peserta memahami konsep dasar *Digital Marketing*, branding berbasis lokal, dan strategi promosi daring.
3. Peningkatan Keterampilan: Peserta mampu membuat akun bisnis di WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram, serta memproduksi konten promosi sederhana.
4. Penerapan Hasil Pelatihan: Beberapa peserta telah mulai memasarkan produk secara digital dan membuka akun Shopee untuk memperluas jangkauan pasar.
5. Kepuasan Peserta: Mayoritas peserta menyatakan pelatihan sangat membantu memperluas wawasan dan meningkatkan kepercayaan diri dalam penggunaan teknologi digital.
6. Keberlanjutan Program: Peserta berkomitmen melanjutkan pemasaran digital dengan dukungan BUMDes melalui rencana kolaborasi pengembangan produk desa.

***Tabel 3**. Hasil Evaluasi Kegiatan*

Aspek	Capaian Utama
Keterlibatan Peserta	Kehadiran ≥85%, aktif dalam pelatihan dan pendampingan
Peningkatan Pengetahuan	Peserta memahami digital marketing dan branding lokal
Peningkatan Keterampilan	Mampu membuat akun bisnis dan konten promosi digital
Penerapan Hasil	Produk mulai dipasarkan via WhatsApp, Instagram, Shopee
Kepuasan Peserta	Peserta menyatakan pelatihan sangat bermanfaat
Keberlanjutan Program	Ada rencana aksi lanjutan dengan dukungan BUMDes/desa

Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan *Digital Marketing* berhasil meningkatkan kapasitas perempuan Desa Dukuh Tunggal dalam aspek produksi dan pemasaran produk olahan mujair. Antusiasme peserta, dukungan pemerintah desa, serta adanya rencana tindak lanjut membuktikan bahwa program ini memiliki keberlanjutan dan berdampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat desa.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya tahapan transformasi pemasaran produk desa yang bergerak dari pola konvensional menuju pemanfaatan digital secara penuh. Model ini sejalan dengan temuan (Dwihandoko, 2025), yang menyatakan bahwa integrasi kearifan lokal dalam *Branding Digital* dapat meningkatkan nilai tambah produk serta memperkuat daya saing UMKM desa di pasar yang lebih luas. Selain itu, Irawati et al. (2024) menegaskan bahwa pemberdayaan perempuan berbasis *Digital Marketing* mampu memperluas partisipasi ekonomi masyarakat desa. Oleh karena itu, pelatihan *Digital Marketing* di Desa Dukuh Tunggal menjadi langkah strategis dalam memperkuat kemandirian ekonomi perempuan pengolah ikan Mujair.

Berdasarkan uraian di atas, pendampingan ini menghasilkan kerangka teoretis baru berupa *"Teori Pemberdayaan Digital Berbasis Lokal" dan "Model Transformasi Pemasaran Desa"*. Keduanya saling melengkapi, di mana teori pemberdayaan memberikan fondasi konseptual, sementara model transformasi menjelaskan tahapan praktis yang dapat diadopsi oleh desa lain.

Dengan demikian, teori yang dihasilkan menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui *Digital Marketing* tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat ekonomi kolektif desa melalui pemanfaatan teknologi digital yang berpijak pada potensi loKal. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sulisto et al., 2023), menemukan bahwa kontribusi perempuan melalui berbagai indikator pemberdayaan memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi provinsi di Indonesia, menegaskan bahwa perempuan adalah salah satu penggerak ekonomi. Seementara penelitian lain menyebutkan bahwa Hasil analisis pada tingkat provinsi menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan bukan hanya berdampak terhadap individu tetapi juga terhadap pertumbuhan ekonomi regional secara keseluruhan (Sihaloho, 2021).

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan bentuk inovasi baru berupa pelatihan *Digital Marketing* berbasis potensi lokal bagi kelompok perempuan pengolah produk olahan Mujair di Desa Dukuh Tunggal, Kabupaten Lamongan. Kegiatan ini berorientasi pada penguatan kapasitas perempuan desa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana peningkatan nilai tambah ekonomi melalui pemasaran produk olahan ikan secara daring.

Secara empiris, kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sasaran, terutama dalam meningkatkan kompetensi pemasaran digital, memperluas jaringan pemasaran, dan menumbuhkan kemandirian ekonomi perempuan sebagai salah satu penggerak ekonomi desa. Dari sisi teoritis, hasil kegiatan ini memberikan kontribusi pada pengembangan model pemberdayaan masyarakat berbasis aset (*Asset Based Community Development*/ABCD) yang diintegrasikan dengan pendekatan transformasi digital sebagai strategi penguatan ekonomi lokal.

Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan dilakukan pendampingan lanjutan dalam bidang manajemen usaha, penguatan *Branding* produk, serta evaluasi keberlanjutan dampak ekonomi guna memperkuat kemandirian dan daya saing UMKM perempuan di wilayah pedesaan.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang atas dukungan pendanaan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Dukuh Tunggal, Kecamatan Glagah, Kabupaten Lamongan, beserta seluruh anggota Kelompok PKK dan pelaku usaha olahan ikan Mujair yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan selama proses kegiatan berlangsung. Kolaborasi dan partisipasi seluruh pihak tersebut menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Referensi

Aditya, N. R., & Rusdianto, N. R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(2), 96–102. https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386

Ansori, M., et al. (2021). *Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Berbasis Pengembangan Aset (ABCD)*. Penerbit Universitas Negeri Jakarta.

Dinas Perikanan Kabupaten Lamongan. (2021). Profil Perikanan Tahun 2021 (1). *Profil Perikanan*, *1*(profil perikanan), 1.

Dwihandoko, T. H. (2025). Local Wisdom-Based Digital Marketing Strategy in Brambang Gareng Slawe MSMEs. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(7), 421–431.

Kurniawan, E., Nofriadi, N., &Maharani, D. (2021). Sosialisasi Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, *1*(1), 31 – 36. https://doi.org/10.54314/jpstm.v1i1.542

Hazin, M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan Sentra Tanaman Obat Keluarga (TOGA) dengan Model ABCD di Desa Jemundo. *Jurnal Trimas*, *3*(2), 27–35.

Irawati, S., Deffinika, I., Rahmadani, D., Parta, I. N., & Hashim, N. (2024). Analysis of the Potential Women's Economic Empowerment in the Digital Marketing Sector. *KnE Social Sciences*, *9*(23), 414–424. https://doi.org/10.18502/kss.v9i23.16752

Maulida, E. a. (2024). Pelatihan UMKM Desa Rejosari Menjadi Go Digital Melalui Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan Digital. *J-Abdimas*, *11*(2), 287–291. https://doi.org/10.33795/abdimas.v11i2.6204

Mustofa, B., Rosyidah, I., Kirom, M. U., Mubasyiroh, M., & Putri, M. (2024). Development of Local Economic Potential for Women Through Cracker and Mujair Fish Brains in Dukuh Tunggal Village, Glagah District, Lamongan Regency. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, *5*(10), 4112–4119. https://doi.org/10.59141/jist.v5i10.4618

Pratiwi, D. A. F. dan T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Kremes Ubi" di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang). *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *12*(1), 17–22. https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279

Rahmawati, A., Peachilia, I. P. P., Hanifah, D. S., & Humaedi, S. (2024). Potensi Implementasi Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Wisata Cigadung. *Peksos: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, *23*(1), 119–141.

Setyawan, W. H. (2022). *Asset Based Community Development (ABCD)*. PT Gaptek Media Pustaka.

Sihaloho, C. A. F. & E. D. (2021). The Effects of Women Empowerment on Indonesia's Regional Economic Growth. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, *22*(1), 12–21. https://doi.org/10.23917/jep.v22i1.11298

Sulisto, D., Nurhayati, N., Syafri, S., Purba, S., & Aritonang, K. (2023). Does Women's Role Have an Influence on Economy Growth in Indonesia? *Economics Development Analysis Journal*, *12*(3), 281–292. https://doi.org/10.15294/edaj.v12i3.67081