



PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM HAL PEMASARAN DIGITAL, KEBERSIHAN LINGKUNGAN, SERTA PENTINGNYA KESEHATAN KELUARGA

Asep Saeful Falah¹⁾, Tengku Muhammad²⁾, Hilman Mulyana³⁾, Mina Nurmalasari⁴⁾, Putri Ira Agustin⁵⁾, Akram Badruttaman Mustagfirin⁶⁾, Muhammad Farhan⁷⁾, Anisya Fadilah Aini⁸⁾, Mahesa Anabrang Widiyanto⁹⁾, Siti Hodijah¹⁰⁾, Dede Piki Lesmana¹¹⁾

¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: kangazef@gmail.com

²⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: tengkumuhammad@gmail.com

³⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: hilmanmulyana@gmail.com

⁴⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: minanumalasari@gmail.com

⁵⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: putriagustin@gmail.com

⁶⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: akrammusta@gmail.com

⁷⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: m_farhan@gmail.com

⁸⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: anisyaaini@gmail.com

⁹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: mahesawidiyanto@gmail.com

¹⁰⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: sitihodijah@gmail.com

¹¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Latifah Mubarokiyah, Tasikmalaya, Indonesia
Email: dedelesmana@gmail.com

Abstract

The Thematic Community Service Program (KKNT) in Bangbayang Village, conducted by STIE Latifah Mubarokiyah students, has run smoothly and has had a positive impact on both students and the village community. Through various activities, such as observing MSMEs, conducting digital marketing seminars, conducting a waste management program using rocket stoves and waste decomposition signs, and participating in integrated health posts (Posyandu) and community outreach activities, students have been able to apply the knowledge they gained in class to real-world practice in the community. These activities not only broaden students' knowledge and experience but also contribute significantly to increasing public awareness of digital marketing, environmental cleanliness, and the importance of family health. Thus, this KKNT serves as a valuable platform for community service and strengthens the relationship between students and the Bangbayang Village community.

Keywords: MSMEs, digital marketing, waste banks, community

Abstrak

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Bangbayang oleh mahasiswa STIE Latifah Mubarokiyah telah berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif, baik bagi mahasiswa maupun masyarakat desa. Melalui berbagai kegiatan seperti observasi UMKM, seminar digitalisasi marketing, program pengelolaan sampah melalui rocket stove dan plang uraian sampah, serta keterlibatan dalam kegiatan Posyandu dan sosial kemasyarakatan, mahasiswa dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam praktik nyata di masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata berupa peningkatan kesadaran masyarakat dalam hal pemasaran digital, kebersihan lingkungan, serta pentingnya kesehatan keluarga. Dengan demikian, KKNT ini menjadi wadah pengabdian yang bermanfaat sekaligus mempererat hubungan antara mahasiswa dengan masyarakat Desa Bangbayang.

Kata Kunci: UMKM, digitalisasi marketing, bank sampah, kemasyarakatan



LATAR BELAKANG

Mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur baik secara material maupun spiritual berdasarkan Pancasila dan tercantum dalam UUD 1945 dan untuk memajukan kesejahteraan umum" merupakan tindakan pembangunan manusia yang seutuhnya akan berdampak dalam berbagai aspek kehidupan, ini adalah tanggung jawab seluruh bangsa Indonesia tidak terkecuali seluruh lembaga yang semuanya diarahkan untuk mendidik manusia yang religius, berjiwa sosial secara efektif pada hakikatnya itu adalah arti pembangunan nasional. Pembangunan nasional ini diarahkan pada seluruh lapisan masyarakat dan dari semua sektor tidak hanya ekonomi, tapi pendidikan, sosial pun saling berkaitan guna memberdayakan dan peningkatan taraf masyarakat.

Mengingat semakin pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang diiringi dengan berkembangnya budaya di masyarakat, berangkat dari realita diatas bagaimana perguruan tinggi dalam hal ini yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarakiyah Suryalaya dapat berkiprah dan memberikan kontribusi bagi pengembangan potensi yang ada didaerah, sebagai tolak ukur dalam upaya mendukung pencapaian IPM (Indek Pembangunan Manusia) yang tinggi di Jawa Barat khususnya di Kabupaten Tasikmalaya, maka perlu partisipasi aktif dari pemerintah dan masyarakat. Mahasiswa STIE-LM Suryalaya yang merupakan bagian dari masyarakat terpanggil untuk berperan dalam upaya mendukung program pemerintah tersebut melalui pengabdian pada masyarakat dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) STIE-LM Suryalaya di Kecamatan Lemahsugih khususnya Desa Bangbayang.

Sebelum melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) diadakan pembekalan materi Kuliah Kerja Nyata yang diselenggarakan pada Rabu, 18 Juni 2025 yang bertempat di Aula mini. Adapun maksud dari kegiatan ini adalah memberikan gambaran kepada mahasiswa tentang bagaimana caranya bermasyarakat khususnya di lokasi yang telah ditentukan oleh panitia sehingga mahasiswa lebih dapat mempersiapkan diri.

Kegiatan pembekalan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) meliputi pemberian materi mengenai selang pandang lokasi KKNT dan penjelasan mengenai tatacara pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) sampai dengan penyusunan laporan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT).

Pelaksanaan Kuliah kerja Nyata Mahasiswa (KKNT) STIE-LM Suryalaya tahun 2025 di laksanakan di Desa Bangbayang yang di mulai dari tanggal 1 Agustus Sampai dengan 31 Agustus 2025.

Kelompok 3 yang mana memilih model KKNT mengambil tema yang dianggap sesuai dengan kondisi yang dihadapi oleh desa yang ditempati, yaitu "Program Pendampingan Edukasi Pemasaran Dan Strategi Digital Marketing". Berdasarkan tema yang diambil, kami fokus pada pengelolaan sumber mata air dan SDM di Desa Bangbayang.

A. Hasil Kegiatan

Selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Bangbayang, mahasiswa STIE Latifah Mubarakiyah telah melaksanakan berbagai kegiatan yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat, peningkatan kapasitas pelaku usaha, serta dukungan terhadap kegiatan sosial desa. Selama satu bulan, mahasiswa berbaur langsung dengan masyarakat, perangkat desa, dan berbagai kelompok seperti PKK, Karang Taruna, serta kader Posyandu.

Salah satu kegiatan utama adalah melakukan observasi dan pendampingan UMKM yang ada di Desa Bangbayang, seperti usaha gula aren, jagung geprek, serta produk olahan pangan lainnya. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pemasaran produk dan pencatatan keuangan usaha. Untuk itu, mahasiswa memberikan sosialisasi sederhana tentang strategi pemasaran, penggunaan media sosial, serta pencatatan keuangan yang lebih rapi agar usaha masyarakat dapat berkembang lebih baik.



1. Seminar Digitalisasi Marketing

Sebagai bagian dari program KKNT, kami melakukan kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Bangbayang pada tanggal 29 Agustus 2025. Kegiatan ini merupakan bagian dari program kemanusiaan yang bertujuan membantu pelaku usaha lokal agar lebih mudah dikenal dan diakses secara digital.



Gambar 1. Penyerahan Sertifikat

Dalam pelaksanaannya, kami memberikan pendampingan awal terkait proses pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas usaha mereka.



Gambar 2. Mempresentasikan Digitalisasi Marketing

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Melalui seminar ini, mahasiswa memberikan materi mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, cara membuat konten sederhana yang menarik, hingga strategi pemasaran online yang mudah diterapkan. Kegiatan ini mendapat respon positif dari masyarakat karena memberikan wawasan baru dan membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar produk lokal, meningkatkan daya saing usaha, serta mendorong

kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui penguasaan keterampilan digital yang relevan dengan perkembangan zaman.



Gambar 3. Foto Bersama Dengan Pelaku UMKM

Dengan adanya program ini, masyarakat tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga termotivasi untuk lebih berinovasi dan beradaptasi dengan era digital yang semakin maju. Hal ini sejalan dengan tujuan besar dari pelaksanaan KKNT, yaitu memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia desa, serta mendukung pengembangan potensi lokal agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional.

Beberapa pelaku UMKM berhasil mendaftarkan hasil jualannya di sosial media dan mendapatkan pengetahuan digital yang lebih luas. Proses pengajuan NIB juga telah dimulai dengan pendampingan tahap awal, sehingga para pelaku usaha lebih memahami pentingnya legalitas usaha. Kegiatan ini mendapatkan respon positif dari pelaku UMKM dan diharapkan menjadi langkah awal menuju pengembangan usaha berbasis digital di desa.

2. Rocket Stove (Tempat Pembakaran Sampah)



Gambar 4. Peresmian Rocket Stove



Pada tanggal 31 Agustus 2025 telah dilaksanakan peresmian Rocket Stove (Tempat Pembakaran Sampah) di Desa Bangbayang yang berlokasi di lapang Besar. Kegiatan ini merupakan program kerja mahasiswa KKNT yang bertujuan sebagai solusi sederhana dan ramah lingkungan dalam pengelolaan sampah. Acara peresmian dihadiri oleh perangkat desa, masyarakat sekitar, serta mahasiswa KKNT yang bersama-sama berharap agar keberadaan Rocket Stove ini dapat dimanfaatkan secara optimal demi menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan Desa Bangbayang.



Gambar 5. Rocket Stove

Selain itu, kehadiran rocket stove diharapkan dapat mengurangi kebiasaan membuang sampah sembarangan dan menekan volume sampah yang menumpuk di sekitar lingkungan desa. Program ini juga menjadi salah satu upaya edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan melalui penerapan teknologi sederhana yang mudah dipahami dan digunakan. Dengan demikian, lingkungan sekitar Desa Bangbayang dapat tetap terjaga kebersihannya, serta tercipta suasana yang sehat, nyaman, dan mendukung aktivitas masyarakat, khususnya di area lapang bola sebagai ruang publik desa.

3. Plang Uraian Sampah

Sebagai bentuk edukasi sekaligus upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pemilahan sampah, mahasiswa KKNT di Desa Bangbayang membuat plang edukatif yang berisi uraian lengkap tentang jenis-jenis sampah, seperti sampah organik,

anorganik, dan residu, beserta cara penanganan yang tepat untuk masing-masing jenisnya. Plang ini didesain dengan tampilan yang menarik, menggunakan bahasa yang sederhana, dan dilengkapi dengan ilustrasi agar mudah dipahami oleh semua kalangan, termasuk anak-anak.

Plang tersebut kemudian dipasang di titik-titik strategis desa, seperti dekat balai desa, jalan utama. Hal ini bertujuan agar informasi mengenai pengelolaan sampah dapat tersampaikan secara luas dan berfungsi sebagai pengingat setiap kali masyarakat beraktivitas.



Gambar 6. Plang Uraian Sampah

Dengan adanya plang edukasi pemilahan sampah ini, diharapkan masyarakat Desa Bangbayang lebih tergerak untuk menerapkan kebiasaan memilah sampah sejak dari rumah. Langkah kecil ini akan berdampak besar dalam menjaga kebersihan lingkungan, mengurangi pencemaran, serta mendukung terciptanya desa yang sehat, asri, dan berkelanjutan. Selain itu, plang ini juga diharapkan menjadi sarana pembelajaran berkelanjutan yang dapat diwariskan untuk generasi berikutnya, sehingga budaya peduli lingkungan dapat terus terjaga.

Selain program kerja utama tersebut, mahasiswa juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat lainnya, seperti membantu persiapan perayaan hari kemerdekaan, kerja bakti bersama warga, serta mendukung kegiatan sosial. Hal ini semakin mempererat hubungan mahasiswa dengan



masyarakat serta menciptakan suasana kebersamaan yang hangat.

Secara keseluruhan, pelaksanaan KKNT di Desa Bangbayang memberikan dampak yang positif, baik bagi mahasiswa maupun masyarakat. Mahasiswa memperoleh pengalaman berharga dalam berinteraksi langsung dengan masyarakat desa, sekaligus mampu menerapkan ilmu yang telah dipelajari di kampus. Sementara itu, masyarakat Desa Bangbayang mendapatkan manfaat berupa wawasan baru, sarana pendukung kebersihan lingkungan, serta pendampingan dalam mengembangkan UMKM. Dengan demikian, kegiatan KKNT ini tidak hanya menjadi bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, tetapi juga meninggalkan jejak yang bermanfaat bagi Desa Bangbayang.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berhasil dilaksanakan secara sistematis dan terstruktur dalam upaya meningkatkan kompetensi mahasiswa di bidang pemasaran digital. Melalui tahapan analisis kebutuhan, pengembangan materi, pelaksanaan pelatihan, serta evaluasi kegiatan, mahasiswa memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konsep dan praktik pemasaran digital secara profesional. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial, memahami dasar-dasar Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM), serta menyusun strategi konten pemasaran yang efektif. Pendekatan pelatihan yang bersifat interaktif juga mendorong partisipasi aktif mahasiswa dan meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam mengaplikasikan pemasaran digital untuk kebutuhan akademik maupun profesional. Secara institusional, kegiatan ini memberikan kontribusi positif bagi perguruan tinggi dalam menyiapkan lulusan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan industri digital. Oleh karena itu, kegiatan PkM serupa direkomendasikan untuk terus dikembangkan dengan pendekatan yang lebih aplikatif dan berkelanjutan, seperti

pembelajaran berbasis proyek atau praktik langsung, guna memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang semakin kompetitif dan berbasis digital. UCAPAN TERIMA KASIH Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pimpinan STIE Latifah Mubarokiyah yang telah memberikan izin, fasilitas, serta dukungan penuh sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para dosen dan tim pelaksana kegiatan PkM yang telah berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan. Kontribusi berupa tenaga, pemikiran, dan komitmen yang diberikan sangat berperan dalam keberhasilan kegiatan ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada mahasiswa STIE Latifah Mubarokiyah yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias selama kegiatan pelatihan berlangsung. Partisipasi dan keterlibatan mahasiswa menjadi faktor penting dalam tercapainya tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Akhir kata, penulis berharap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan serta menjadi dasar bagi pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang, khususnya dalam upaya peningkatan kompetensi mahasiswa di bidang pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- AS Falah. (2024). Program Literasi Masyarakat Miskin Ekstrim di Desa Jayamekar Kecamatan Cibugel Kabupaten Sumedang. *Jurnal Mandira Cendikia*
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology & Marketing*, 32(1), 15–27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education. Chaffey, D., & Smith, P. R.



- (2017). Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing (5th ed.). Routledge.
- De Pelsmacker, P., Van Tilburg, S., & Holthof, C. (2018). Digital marketing strategies, online reviews and hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 47–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.003>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- JUPENGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin ISSN 3063-6450 (E) Volume 02, Nomor 04, November 2025 118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Hanlon, A. (2019). Digital marketing: Strategic planning and integration. SAGE Publications.
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>
- Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kingsnorth, S. (2019). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing. Kogan Page.
- Kingsnorth, S. (2022). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing (3rd ed.). Kogan Page.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. John Wiley & Sons.
- OECD. (2020). Education in the digital age: Healthy and happy children. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/1209166a-en>
- Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation (4th ed.). Kogan Page.
- Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2021). Digital marketing analytics: Artificial intelligence and big data. *Industrial Marketing Management*, 90, 303–315. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.002>
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Trainor, K. J., Andzulis, J., Rapp, A., & Agnihotri, R. (2014). Social media technology usage and customer relationship performance. *Journal of Business Research*, 67(6), 1201–1208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.002>
- Panitia. (2025). Pedomani Kuliah Kerja Nyata Tematik .Suryalaya: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Latifah Mubarakiyah Suryalaya. Profil Desa Bangbayang. https://id.wikipedia.org/wiki/Bangbayang,_Lemahsugih,_Majalengka