

---

---

## Pendampingan digital marketing pada pengrajin pande besi Pendil pada masa pandemi Covid-19

Nur Fitri Amalia\*<sup>1</sup>, Khairul Umam<sup>2</sup>, Muhammad Rijal Arifin<sup>3</sup>, Herman Priyadi<sup>4</sup>, Muhammad Junaidi<sup>5</sup>, Bagas Hasbi Amrillah<sup>6</sup>, Moh Zahroni<sup>7</sup>, Moh Syahrullah<sup>8</sup>, Muhammad Hasim<sup>9</sup>, dan Ahmad Rifqi Zamzami<sup>10</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup> Universitas Islam Zainul Hasan Genggong, Indonesia

e-mail: [nurfitriamalia188@gmail.com](mailto:nurfitriamalia188@gmail.com)

\*Corresponding Author.

---

Received: 4 April 2023; Revised: 9 April 2023; Accepted: 30 April 2023

---

**Abstrak:** Desa Pendil terkenal akan usaha ekonomi produktifnya yaitu pande besi. Terdapat 15 pengusaha pande besi, setiap pengusaha pande besi memiliki 7-8 pengrajin. Pande besi Pendil merupakan pande besi tertua dan terbaik yang turun temurun hingga saat ini generasi ke tiga di kabupaten Probolinggo. Meskipun usaha pande besi ini dikatakan yang terbaik dan tertua namun selama pandemi covid-19 usaha pande besi mengalami penjualan yang turun mencapai 50%, yang biasanya sehari setiap mencapai total penjualan 40-50 buah (sabit, pisau, dll) turun menjadi 15-20 buah saja. Hal ini adanya temuan kebiasaan baru masyarakat yang lebih memilih berbelanja secara online. Sedangkan pengusaha serta pengrajin pande besi di desa Pendil masih belum memiliki skill dalam pemanfaatan teknologi khususnya keperluan marketing. Oleh karena itu dilakukan pendampingan digital marketing dengan pendekatan ABCD. Hasil kegiatan pendampingan ini yaitu adanya pemahaman dan kemampuan pengrajin dalam digital marketing, terbentuknya marketplace di shopee yang mampu memasarkan produk dengan konsumen yang lebih luas.

**Kata kunci:** Pande besi, pendampingan, digital marketing, covid-19

**How to Cite:** Amalia, N., F., Umam, U., Arifin, M., R., Priyadi, H., Junaidi, M., Amrillah, B., H., Zahroni, M., Syahrullah, M., Hasim, M., Zamzami, A., R., (2023). Pendampingan digital marketing pada pengrajin pande besi Pendil pada masa pandemi Covid-19. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 28-37. <https://doi.org/10.55210/khidmah.v3i1.177>

### Pendahuluan

Berdasarkan analisis pada tahap inkulturasi dan discovery melalui studi lapang, studi dokumentasi, wawancara pada masyarakat serta kepala desa Pendil diperoleh data bahwa desa Pendil Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo terkenal dengan usaha ekonomi produktif. Pande Besi merupakan salah satu usaha yang terkenal di desa Pendil. Hal ini kerana sejak zaman dulu hingga sekarang mayoritas penduduk merupakan pengrajin pande besi. Pande besi Pendil merupakan pande besi tertua dan terbaik yang turun temurun hingga saat ini generasi di kabupaten Probolinggo. Usaha pande besi salah satu usaha yang tak lekang oleh jaman dan selalu dilakukan turun menurun (Nurbarokah, S & Utami, 2019). Di desa Pendil terdapat lima dusun yaitu Asem Manis, Mangar, Krajan, Sukun 1 dan Sukun 2. Pengusaha pande besi di desa pendil sejumlah 15 pengusaha. 7 pengusaha pande besi berada di dusun Mangar, 6 pengusaha pande besi dusun Asam Manis, 2 pengusaha pande besi di dusun Sukun 2. Rata-Rata setiap pengusaha memiliki 7-8 pengrajin pande besi.

Pande besi di desa Pendil merupakan usaha yang tidak lekang oleh waktu (Supriyanto, 2011). Usaha pande besi diperkirakan telah berdiri sejak tahun 1980 yang sudah turun temurun dari buyut. Setiap pengusaha pande besi di desa pendil masih saling terhubung kekerabatan keluarga, sedangkan pengrajin Pande Besi mayoritas warga desa namun ada pula yang dari luar desa pendil. Cukup lama

This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

kiprah sepak terjangnya usaha pande besi ini beriringan pula dengan pelanggan pande besi yang juga sudah tetap dan turun menurun. Secara umum pelanggan yang terbanyak dari Probolinggo, Madura, Lamongan, Malang dan Bandung.

Sebelum masa pandemi covid-19 setiap tempat usaha Pande besi bisa menghasilkan 70 biji (sabit, pisau, cangkul dll) dan bisa menjual 40-50 biji perhari. Adanya pandemi covid-19 menyebabkan dampak diberbagai sektor (Trihudyatmonto, 2021) (Santoso & Alfin, 2021). Dampak pandemi covid -19 juga mempengaruhi sektor ekonomi salah satu indikator yang muncul adanya perubahan kebiasaan berbelanja masyarakat. Masyarakat kini lebih memilih berbelanja online dari pada harus pergi ke Desa Pendil Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo. Hal ini menyebabkan pendapatan setiap pengusaha pande besi menurun. Menurunnya penjualan dan penghasilan tentu berpengaruh pada semua pengrajin pande besi. Pengusaha pande besi tentu tidak dapat menurunkan upah dari pengrajin pande besi. Solusi sementara yang dilakukan adalah mengurangi produksi pande besi sehingga ongkos yang diperoleh pengrajin sama dengan jumlah yang dikerjakan.

Dilihat dari sudut pandang pengusaha pande besi telah mengambil keputusan yang bijak dalam menyikapi dampak covid-19. Jika dilihat dari sudut pandang pengrajin pande besi, mereka merasa penurunan produksi memanglah sudah bijak namun masih cukup berat bagi pegrajin pasalnya jika produksi menurun makan ongkos yang diperoleh menurun sedangkan kebutuhan pokok rumah tangga tetap berjalan dan harus dipenuhi. Melihat keresahan warna, maka dilakukan perencanaan aksi dengan kegiatan design yang disesuaikan dengan aset yang dimiliki oleh desa Pendil.

Berdasarkan analisa bersama pengusaha, pengrajin dan kepala desa diperoleh kesepahaman bahwa menurunnya penjualan pande besi perlu segera dilakukan pemecahan masalah. Salah satu alternatif solusi agar penjualan tetap stabil bahkan diharapkan dapat meningkat dimasa digitalisasi akibat pandemic covid-19 ini dengan melakukan penjualan secara masif dan bersifat online. Hal ini sesuai dengan penelitian (Suhilmiati, 2022) bahwa untuk menjaga kestabilan ekonomi dimasa pandemic covid-19 perlu adanya adaptasi yang digap dari offline ke online. Penjualan secara online tentu diperlukan kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi serta internet itu sendiri. Tantangan besarnya yang terjadi pada pengrajin pande besi di desa Pendil masih belum ada yang menguasai teknologi dan internet guna keperluan marketing. Kemampuan dalam mengoperasikan teknologi dan memanfaatkan teknologi di masa pandemic covid 19 kini bukan lagi suatu pilihan namun sudah menjadi suatu kebutuhan, khususnya dalam hal ini bagi para pengusaha dan pengrajin pande besi. Hal ini diperkuat oleh (Wijoyo, 2020) (Awali & Rohmah, 2020) kemampuan beradaptasi terhadap teknologi dan akses digitalisasi pada masa pandemi covid-19 merupakan suatu kebutuhan.

Alasan yang memperkuat pemilihan subjek dampingan yaitu adanya peluang besar pande besi Pendil untuk berkembang, adanya kemauan yang tinggi para pengusaha dan pengrajin pande besi untuk belajar menggunakan teknologi serta internet untuk kepentingan penjualan, rata-rata pengrajin pande besi memiliki ponsel yang support untuk menjual online dan memiliki akses internet, beberapa pengrajin masih tergolong muda produktif yakni usia 25-30 tahun, adanya permasalahan masih belum memiliki kemampuan dalam digital marketing, adanya dukungan dari pengusaha dan kepala desa dalam mengembangkan pande besi untuk desa Pendil.

Adanya berbagai analisa di atas, maka diperlukan adanya kegiatan pendampingan digital marketing guna memberikan kemampuan pada pengrajin dalam memanfaatkan teknologi dan internet agar dapat membidik konsumen pande besi lebih luas. Digital marketing merupakan pemasaran yang dilakukan dengan akses internet, memanfaatkan sosial media (Susanti, 2020) (Purnomo, 2020). Digital marketing dapat membantu pelaku usaha contohnya pengrajin pande besi di daerah Pendil ini yang merasakan penurunan pemasaran sejak pandemi Covid 19. Mereka dapat memasarkan atau mempromosikan produknya tanpa harus melanggar aturan pemerintah PSBB dan PPKM yang tidak

boleh berkerumun seperti yang mereka lakukan dipasar sebelum adanya Covid 19. Media internet untuk pemasaran produk biasanya menggunakan lazada, tokopedia, instagram ataupun shopee. Manfaat yang didapatkan dari digital marketing adalah menjangkau pasar yang lebih luas, biaya pemasaran yang relatif murah hanya butuh akses internet dan membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa manfaat digital marketing dapat menjangkau dunia luas (Rifai & Meiliana, 2020).

**Metode**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan bersama mahasiswa pada kegiatan KKN Bebas Masjid di Desa Pendil Kecamatan Banyuwangor Kabupaten Probolinggo. Kegiatan dilakukan pada bulan Februari-Maret 2022. Subjek dampingan adalah pengusaha pande besi atau pengrajin pande besi Pendil yang berjumlah 15 dengan jenis kelamin laki-laki (dalam hal ini setiap tempat usaha pande besi diwakili oleh satu pengrajin). Kegiatan pendampingan ini dilakukan di balai desa Pendil pada malam hari. Pihak-pihak yang terlibat dalam pegabdian masyarakat ini disajikan pad tabel berikut

**Tabel 1.** Pihak-Pihak yang terlibat dalam PKM

| No. | Pihak                   | Sumber Daya yang dimiliki   | Sumber Daya yang dibutuhkan | Tindakan                                   |
|-----|-------------------------|---|-----------------------------|--|
| 1.  | Pengrajin Pande Besi    | Memiliki kemauan yang tinggi, memiliki hp smartphone, memiliki usia produktif | Subjek sekaligus Teknis     | Bertindak aktif dalam pendampinga          |
| 2.  | Pengusaha Pande Besi    | Memiliki otoritas pengembangan usaha pande besi                               | Dukungan                    | Mendukung Kegiatan Pendampingan            |
| 3   | Kepala Desa             | Memiliki otoritas memimpin dan mengembangkan desa                             | Dukungan                    | Mendukung Kegiatan Pendampingan            |
| 4.  | Dosen Pembimbing Lapang | Memiliki integritas, intelektual dan pengalaman dalam kegiatan PkM            | Dukungan dan Tim Teknis     | Mendukung, Membimbing kegiatan pendampinan |
| 5.  | Mahasiswa               | Memiliki kemampuan dalam teknologi dan internet                               | Tim Teknis                  | Bertindak aktif dalam pendampinga          |

PKM dilakukan dengan kegiatan pendampingan berupa pelatihan dengan pendekatan ABCD (Asset dengan lima langkah yaitu inkulturasi, *discovery*, *design*, *define* dan refleksi dengan mengacu tahapan pendekatan ABCD meliputi *discovery*, *dream*, *design* dan *destiny* (Nurdiyana; dkk, 2016).

Pada langkah inkulturasi guna mendekatkan diri dan mengenali masyarakat dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi, catatan lapang dan observasi. Pada langkah *discovery* menggunakan metode wawancara dengan menerapkan *appreciative inquiry* (menyoroti hal-hal positif), melakukan pemetaan komunitas, transect (penelusuran wilayah), pemetaan asset dan wawancara sirkulasi keuangan. Pada langkah *design* dilakukan dengan mengacu *dream* dari masyarakat. Hal ini dilakukan dengan metode FGD (Forum Group Discussion). Pada langkah *define* merupakan pelaksanaan dari *design* yang dibuat bersama forum masyarakat dalam hal ini adalah para pengrajin pande besi. Selanjutnya langkah terakhir yaitu refleksi dilakukan dengan metode wawancara, diskusi dan evaluasi guna menemukan titik kesepahaman berkaitan dengan hal positif maupun negatif.

Kegiatan pendampingan berupa pelatihan meliputi pengenalan media sosial untuk pemasaran khususnya shopee dan instagram, pembuatan akun media sosial shopee dan Instagram, cara

memposting dan pemberian caption yang menarik dan pada umumnya pande besi memproduksi benda - benda ( SAJAM ) dan itu sangat rawan si blokir sama pihak aplikasi karena merupakan benda yang berbahaya, nah disini kami memberi solusi agar postingan tidak di blokir dengan cara memberi caption yang menarik cara menerima pesanan dari Instagram dan shopee, cara pengiriman barang yang telah dibayar. Teknologi yang digunakan dalam pendampingan pelatihan digital marketing ini meliputi LCD , Laptop, HP yang digunakan pemateri dalam hal ini tim PKM KKN Universitas Islam Zainul Hasan untuk memberikan materi dan penyuluhan kepada kelompok pengrajin pande besi desa Pendil. Kegiatan pendampingan dapat dilihat pada gambar berikut

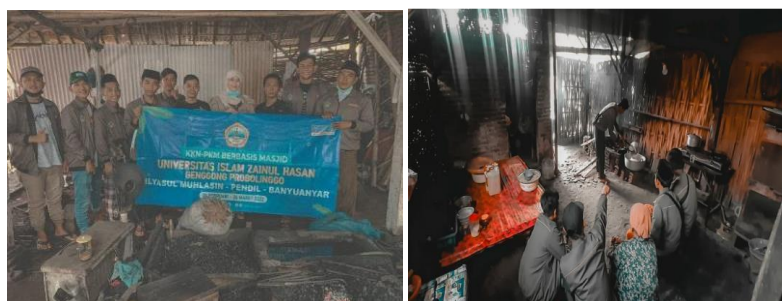


**Gambar 1.** Kegiatan pendampingan digital marketing

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan PKM ini dilakukan dengan langkah-langkah yang mengacu pada Inkulturasi, *Discovery*, *Design*, *Define* dan Refleksi. Desain kegiatan PkM mengacu pada tahapan ABCD meliputi *discovery*, *dream*, *design* dan *destiny*. Langkah pertama melalui inkulturasi untuk mengenal dan mendekat dengan masyarakat dilakukan proses wawancara, studi lapangan, studi dokumen dan observasi. Berdasarkan kegiatan bersama masyarakat diperoleh data bahwa pande besi merupakan salah satu usaha yang terkenal, tertua di desa Pendil bahkan sudah ada diperkirakan sejak tahun 1980. Sehingga banyak warga yang bermata pencaharian sebagai pengrajin pande besi.

Langkah kedua yaitu *discovery*, pada kegiatan ini dilakukan transect dan pemetaan asset yang ada di desa pendil. Pemetaan asset dilakukan terhadap lima dusun yang ada di pendil meliputi dusun Asem Manis, Mangar, Krajan, Sukun 1 dan Sukun 2. Kegiatan transect dan pemetaan asset dapat dilihat pada gambar berikut



**Gambar 2.** Kegiatan Transect dan Pemetaan Aset

**Tabel 2.** Pemetaan asset desa pendil

| Dusun asem manis | Dusun mangar     | Dusun sukun 1  | Dusun sukun 2   | Dusun krajan                            |
|------------------|------------------|----------------|-----------------|---|
| Pande besi       | Pande besi       | Pembuat krupuk | Pande besi      | Pembuat mie kelor                       |
| Pande besi       | Pande besi       | Pembuat krupuk | Pande besi      | Pembuat bakso                           |
| Pande besi       | Pande besi       | Pembuat krupuk | Pembuat kripiik | Pembuat bakso                           |
| Pande besi       | Pande besi       | Pembuat tahu   | Pembuat tahu    | Pembuat pohong ledduk (olahan singkong) |
| Pande besi       | Pande besi       |                |                 | Pembuat pohong ledduk (olahan singkong) |
| Pande besi       | Pande besi       |                |                 |   |
| Jagung manis     | Pande besi       |                |                 |   |
| Batu bata        | Batu bata        |                |                 |   |
| Batu bata        | Peternak kambing |                |                 |   |
| Pengrajin kusen  | Petani kelapa    |                |                 |   |

Ada beberapa alat yang digunakan dalam pembuatan kerajinan pande besi yaitu sebagai berikut:

1. Tempat pengrajin besi untuk membuat berbagai macam produk.



**Gambar 3.** Tempat pengrajin besi

2. Peralatan pembakaran yang disebut prapen atau per-api-an, bubutan atau pompa angin yang terbuat dari kayu yang dihembuskan untuk menjaga bara api tetap menyala.



**Gambar 4.** Peralatan pembakaran

3. Sepit bentuk seperti tang namun ukurannya yang lebih panjang digunakan untuk membolak-balikkan logam atau besi panas supaya mendapatkan hasil sempurna.





**Gambar 5.** Sepit

4. Paron atau landasan adalah alat pengolahan logam yang berupa sebungkah logam besar, dengan permukaan atas yang datar. Di atas alat ini, objek lain ditempa atau dikerjakan. Paron sangat praktis dan sangat masif digunakan, karena makin lembam, makin efisien pemindahan energi dari alat pemukul ke benda kerja.



**Gambar 6.** Paron

5. Culik atau tongkat kecil untuk menghimpung arang agar tetap terkumpul.
6. Palu besi yang digunakan berbagai macam ukuran tergantung kebutuhan saat proses pembuatan kerajinan pande besi. Palu digunakan untuk memukul besi yang panas untuk dibentuk sesuai keinginan.
7. Gadam atau pemukul besi besar yang digunakan untuk menempa atau membentuk besi yang sudah dibakar. Gadam ini adalah alat utama dalam pembuatan kerajinan pande besi.

S



**Gambar 7.** Gadam

8. Kikir alat penajam pada zaman dulu dan pada zaman sekarang pengrajin menggunakan gerinda untuk menajamkan.

9. Praku atau bak sepuhan seperti bak mandi namun kecil yang terbuat dari batu bata yang di semen lalu diisi air untuk menyepuh besi panas itu kedalan air.
10. Telundung tempat mengikir yang terbuat dari dua batang balok kayu yang diberi lekukan lekukan yang sama, dipasang sejajar digandengkan dengan sebatang besi agar tetap sejajar. Barang yang akan dikikir dipasang melintang pada lekukan agar tidak tergeser saat dikikir.
11. Ragum atau alat yang terbuat dari segumpalan besi, alat ini yang digunakan untuk menyepit antara kayu dan besi ( pisau golok atau celurit )

Langkah ketiga yaitu design yang mengacu pada dream atau harapan masyarakat. Pada kegiatan ini diperoleh kesepahaman bahwa dimasa pandemic covid-19 untuk menjaga kestabilan penjualan serta agar bisa menjangir konsumen lebih luas dibutuhkan pendampingan digital marketing. Kegiatan pendampingan didesain bersama dengan beberapa pokok pembahasan, mulai pengenalan media sosial untuk pemasaran khususnya shopee dan instagram, pembuatan akun media sosial shopee dan Instagram, cara memposting dan pemberian caption yang menarik dan pada umumnya pande besi memproduksi benda - benda ( SAJAM ) dan itu sangat rawan si blokir sama pihak aplikasi karena merupakan benda yang berbahaya, nah disini kami memberi solusi agar postingan tidak di blokir dengan cara memberi caption yang menarik cara menerima pesanan dari Instagram dan shopee, cara pengiriman barang yang telah dibayar.

Langkah keempat yaitu define mengacu pada tahap destiny pada ABCD maka dilakukan implementasi pendampingan digital marketing pada pengrajin pande besi pendil. Diawali perkenalan tentang media sosial shopee dan Instagram. Selanjutnya didampingi cara mendownload aplikasi shopee di playstore. Setelah memiliki aplikasi, pengrajin didampingi dalam pembuatan akun pada Instagram dan shopee. Pembuatan akun shopee selanjutnya dilakukan proses mendaftar akun shopee dan melakukan verifikasi menggunakan nomer hp, serta memberi nama akun sesuai apa yang diinginkan.

Pengrajin pande besi selanjutnya didampingi untuk melengkapi profil foto dan dalam langkah ini otomatis mendapatkan tutorial pengisian dari pihak shopee, selanjutnya pengrajin pande besi bisa menentukan jasa pengiriman pada kegiatan ini dipilih J&T, JNE dan Anteraja, setelah itu pengrajin didampingi untuk memasukkan untuk mencairkan uang dari aplikasi. Selanjutnya secara berkali dari hari-kehari dilakukan pendampingan upload barang yang dijual. Kegiatan pendampingan perlu dilakukan secara bertahap dari hari-kehari agar pengrajin pande besi tidak lupa (Darmanto; dkk, 2018). Akun shopee dan akun Instagram pengrajin pande besi dapat dilihat pada gambar berikut



**Gambar 8.** Akun shopee pengrajin pande besi

**a Diskusi**

Kegiatan pendampingan berupa pelatihan dengan pendekatan ABCD (Asset dengan lima langkah yaitu inkulturasi, discovery, design, define dan refleksi dengan mengacu tahapan pendekatan ABCD meliputi discovery, dream, design dan destiny (Nurdiyanah; dkk, 2016) berjalan dengan apik karena didukung berbagai pihak. Pendampingan digital marketing ini tentu tetap dilakukan refleksi untuk pemantuan dan evaluasi terkait pemahaman para pengrajin pande besi. Presentase pemahaman pengrajin pande besi pada pemanfaatan digital marketing dilihat dari bisa tidaknya mengoperasikan shopee dan instgram. Presentase pemahaman dan kemampuan para pengrajin pande besi dapat dilihat pada tabel

**Tabel 3.** Presentase pemahaman dan kemampuan pengrajin pande besi terhadap digital marketing sebelum dilakukan pendampingan

| Pemahaman tentang digital marketing             | Frekuensi | Presentase ( % ) |
|---|-----------|------------------|
| Bisa mengoperasikan shopee dan instgram         | 4         | 26,66            |
| Belum paham mengoperasikan shopee dan Instagram | 11        | 73,34            |
| Jumlah  | 15        | 100              |

Pada presentase awal diperoleh skor 26,66 % pada kelompok pengrajin pande besi desa Pendil yang sudah paham dan mengerti tentang digital marketing namun masih belum menguasai semuanya. Setelah dilakukan kegiatan pendampingan presentase pemahaman dan kemampuan pengrajin pande besi mengalami peningkatan. Peningkatan presentase dapat dilihat pada tabel 4

**Tabel 4.** Presentase pemahaman dan kemampuan pengrajin pande besi terhadap digital marketing sesudah dilakukan pendampingan

| Pemahaman tentang digital marketing             | Frekuensi | Presentase |
|---|-----------|------------|
| Bisa mengoperasikan shopee dan instgram         | 12        | 80,00      |
| Belum paham mengoperasikan shopee dan Instagram | 3         | 20,00      |
| Jumlah  | 15        | 100        |

Presentase pemahaman dan kemampuan pengrajin pande besi terhadap digital marketing sesudah dilakukan pendampingan mengalami peningkatan sehingga mencapai 80,00 %. Pada tahap refleksi bersama dosen pembimbing lapang, pengusaha dan pengrajin pande besi guna evaluasi diperoleh temuan-temuan data bahwa adanya pendampingan digital marketing membuat pengrajin pande besi memiliki kemampuan baru dalam mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi khususnya untuk pemasaran. Adanya pendampingan digital marketing dengan output memiliki akun shopee dan Instagram pengusaha dan pengrajin pande besi dapat menjaring konsumen lebih luas, bahkan dengan adanya pendampingan ini pelanggan dari luar kota sudah bisa mencoba untuk order melalui shopee. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tahyudin, 2021) (Sasongko, 2020). Hal yang masih menjadi tantangan bersama adalah saling bahu membahu bergotong royong mempromosikan



Nur Fitri Amalia, Khairul Umam, Muhammad Rijal Arifin, Herman Priyadi, Muhammad Junaidi, Bagas Hasbi Amrillah, Moh Zahroni, Moh Syahrullah, Muhammad Hasim, dan Ahmad Rifqi Zamzami  
pande besi disetiap kanal media sosial agar pande besi pendil terus mengalami perkembangan. Kegiatan penjualan dan pengiriman produk dari pemesanan shopee dapat dilihat pada gambar berikut



**Gambar 9.** Proses pengiriman produk pande besi pendil melalui akun shopee

### **Kesimpulan**

Kegiatan pendampingan melalui program KKN Universitas Islam Zainul Hasan berbasis masjid dilakukan dengan pendekatan ABCD (ASSET BASED COMMUNITIES DEVELOPMENT ) pada masa pandemi Covid-19 di Desa Pendil Kecamatan Banyuwangor Kabupaten Probolinggo. Kegiatan ini berbentuk pendampingan yang dilaksanakan selama satu bulan dari bulan february sampai dengan bulan maret. Kegiatan ini dilakukan dengan lima langkah yaitu inkulturasi, discovery, design, define dan refleksi dengan mengacu tahapan ABCD ada empat yaitu discovery, dream, design dan destiny. Adanya pendampingan digital marketing memberikan motivasi pada pengusaha dan pengrajin untuk terus beradaptasi dan mengembangkan pande besi pendil, adanya pendampingan digital marketing dengan output memiliki akun shopee dan instagram membantu pengusaha dan pengrajin pande besi untuk menjangkau konsumen lebih luas, bahkan dengan adanya pendampingan ini pelanggan dari luar kota sudah bisa mencoba untuk order melalui shopee. Hal yang masih menjadi tantangan bersama adalah saling bahu membahu bergotong royong mempromosikan pande besi disetiap kanal media sosial agar pande besi pendil terus mengalami perkembangan.

### **Daftar Pustaka**

- Awali & Rohmah. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak COVID-19. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 1–14.
- Darmanto; dkk. (2018). REVITALISASI TUNGKU API SEDERHANA UNTUK Pengerjaan DAN PEMBENTUKAN LOGAM DI INDUSTRI PANDE BESI. *Jurnal Abdimas UNNES*, 22 (1), 77–82.
- Nurbarokah, S & Utami, H. (2019). Peningkatan Produktivitas Ukm Pande Besi Melalui Penerapan Ipteks Mesin Tempa Besi. *Jurnal DIANMAS*, 8(1), 47–52.
- Nurdiyana; dkk. (2016). Panduan Dasar Pelatihan Asset Based Community-driven Development (ABCD). Publikasi Ilmiah dan Pengabdian Masyarakat, Kementerian Agama: <http://litapdimas.kemenag.go.id/publication>.
- Purnomo. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *JURNAL KARYA ABDI MASYARAKAT*, 4 (3), 376–381.
- Rifai & Meiliana. (2020). PENDAMPINGAN DAN PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI UMKM TERDAMPAK PANDEMI COVID-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(\$), 604–609.
- Santoso & Alfin. (2021). Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan Kelompok Pande Besi Tradisional di Kabupaten Maluku Tenag. *Indonesian Journal of Community Service*, 1 (2), 289–296.

**AL-KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3 (1), 2023, 28-37**

- Nur Fitri Amalia, Khairul Umam, Muhammad Rijal Arifin, Herman Priyadi, Muhammad Junaidi, Bagas Hasbi Amrillah, Moh Zahroni, Moh Syahrullah, Muhammad Hasim, dan Ahmad Rifqi Zamzami
- Sasongko. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, 92–97.
- Suhilmiati, D. (2022). Pendampingan UMKM Pandai Besi melalui Digital Marketing di Era Covid-19 Desa tegalharjo Kecamatan Glenmore. *ABDI KAMI*, 5 (1), 83–93.
- Supriyanto. (2011). Mengenal Sejarah Pande Besi Tradisional. *Jurnal Kriya ISI Surakarta*, 8 (1), 246–257.
- Susanti. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha UMKM di Desa Sayang Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1 (2), 77–84.
- Qosim, Nanang. 2021. Pendampingan Pembuatan Hand Sanitizer dan Cairan Disinfektan Homemade dalam Mencegah Covid I9 Di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah”. *Al-khidmah Vol. 1 No. 1* (2021)
- Tahyudin. (2021). Pendampingan Digital Marketing untuk Anggota dan Pengurus PCINU Jepang melalui Platform nusamart.id No Title. *Jurnal Abdimas PHB*, 4 (#), 346–353.
- Trihudyatmonto, M. (2021). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM. *Journal of Economic, Managment and Technology (JEMATech)*, 2 (1), 22–30.
- Wijoyo. (2020). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. *INSAN CENDEKIA MANDIRI*.