

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



JUDUL :

**PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN PEMAHAMAN *DIGITAL*
MARKETING PADA BADAN USAHA MILIK DESA (BUM DESA) DAN
UMKM DI DESA JUBUNG**

Oleh:

Ketua	Dr. Imam Suroso,SE., MSi NIP. 195910131988021001
Anggota	Abdul Muhsyi, S.Kom., MMSI. NIP. 199102282019031022
Anggota	Salma Fauziyyah, S.E., M.M. NIP.199206212019032024

**UNIVERSITAS JEMBER
MARET 2021**

RINGKASAN

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Pelaku UMKM, dengan menggunakan e-commerce atau marketplace dapat menjangkau calon customer yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah promosi saja.

Digital marketing dan *e-commerce* atau *marketplace* dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi bisnis. Pelatihan ini sasarannya adalah pelaku BUM Desa dan UMKM yang berada di Desa Jubung.

Permasalahan yang terjadi di masyarakat, khususnya pelaku BUM Desa dan UMKM yang berada di Desa Jubung adalah minimnya keterampilan dan pemahaman tentang *Digital Marketing* dalam mempromosikan produknya dan transaksi pembelian produk yang mayoritas masih menggunakan cara yang manual. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dibutuhkan pelatihan digital marketing, termasuk pelatihan penyusunan pesan persuasif pada UMKM untuk menarik calon pembeli

Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah: Memberikan pemahaman tentang digital marketing kepada pelaku UMKM dalam memahami pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM; Membuat toko online di salah satu e-commerce/marketplace dan pengelolaannya; serta memberikan pelatihan penyusunan pesan persuasif efektif sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM.

Pelatihan ini pada akhirnya telah memberikan edukasi kepada pelaku UMKM tentang *digital marketing* dan bagaimana menggunakan *e-commerce* atau *marketplace*. Secara umum kegiatan pelatihan ini berjalan lancar dan mendapat dukungan dari pihak pengelola sehingga kegiatan ini berhasil dilaksanakan tanpa kendala yang berarti.

TIM PELAKSANA

1. Ketua

- a. Nama : Dr. Imam Suroso,SE., MSi
- b. NIP : 195910131988021001
- c. Pangkat/Golongan : Pembina Utama Muda /IV c
- d. Jabatan : Lektor Kepala

2. Anggota I

- a. Nama : Abdul Muhsyi, S.Kom., MMSI.
- b. NIP : 199102282019031022
- c. Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk.I/III b
- d. Jabatan : Asisten Ahli

3. Anggota II

- a. Nama : Salma Fauziyyah, S.E., M.M.
- b. NIP : 199206212019032024
- c. Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk.I /III b
- d. Jabatan : Asisten Ahli



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kami haturkan kehadirat Allah SWT karena akhirnya kami dapat menyelesaikan laporan akhir pengabdian kepada masyarakat dengan judul : Peningkatan Kemampuan Dan Pemahaman *Digital Marketing* Pada Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Dan UMKM Di Desa Jubung sebagai salah satu bentuk kegiatan di dalam melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi.

Latar belakang pemilihan judul pengabdian kepada masyarakat tersebut adalah karena saat ini peranan teknologi yang semakin berkembang, menjadi salah satu penunjang dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu pengetahuan, kemampuan, dan pemahaman Digital Marketing Pada Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Dan UMKM dapat bersinergi dengan perkembangan teknologi yang diterapkan.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Jember,
2. Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jember,
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember,
4. Bapak Bhisma Perdana selaku Kepala Desa Jubung;
5. Semua pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan ini.

Semoga kegiatan ini dapat berguna bagi semua pihak yang terkait, Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Dan UMKM Di Desa Jubung.

Jember, 5 Maret 20201
Tim Pelaksana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iii
TIM PELAKSANA	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
BAB II TUJUAN DAN MANFAAT.....	3
2.1 Tujuan.....	3
2.2 Manfaat.....	3
BAB III KERANGKA PEMECAHAN MASALAH.....	4
BAB IV PELAKSANAAN KEGIATAN.....	5
4.1 Pelaksanaan Kegiatan.....	5
4.2 Khalayak Sasaran	6
4.3 Metode yang digunakan	6
BAB V HASIL KEGIATAN.....	8
5.1 Analisis Evaluasi Hasil Kegiatan Koordinasi Tim Pelaksana.....	8
5.2 Analisis Evaluasi hasil Kegiatan Penyuluhan dan Sosialisasi	8
5.3 Analisis Evaluasi hasil Kegiatan Pembuatan Laporan.....	8
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	9
6.1 Kesimpulan.....	9
6.2 Saran.....	9

Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada. Digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis.

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, didapatkan fakta bahwa masih sangat minim pelaku UMKM yang menggunakan digital marketing. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pengetahuan dari pelaku UMKM mengenai digital marketing. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan digital marketing dalam dunia usaha. Sementara itu angka pertumbuhan pengguna internet meningkat setiap tahunnya. Bertambahnya angka pengguna internet merupakan potensi besar bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan *platform* penjualan melalui dunia maya. Sehingga pelaku UMKM dapat melakukan ekspansi bisnis melalui kegiatan offline maupun online.

Media promosi digital diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Media promosi konvensional yang banyak membutuhkan biaya dan jauh lebih rumit dengan sendirinya tidak lagi menjadi perhatian utama bagi pelaku UMKM karena adanya *digital marketing*. Pelaku UMKM, dengan menggunakan e-commerce atau marketplace dapat menjangkau calon customer yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah promosi saja. *Digital marketing* dan *e-commerce* atau *marketplace* dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi bisnis.

Pelatihan ini sasarannya adalah pelaku BUM Desa dan UMKM yang berada di Desa Jubung. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM tentang *digital marketing* dan bagaimana menggunakan *e-commerce* atau *marketplace*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Minimnya pemahaman tentang Digital Marketing oleh para pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya.
- b. Transaksi pembelian produk masih menggunakan cara yang manual.
- c. Kurangnya keterampilan penyusunan pesan persuasif pada UMKM untuk menarik calon pembeli.



BAB II TUJUAN DAN MANFAAT

2.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah:

1. Untuk memberikan pemahaman tentang digital marketing kepada pelaku UMKM dalam memahami pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM.
2. Untuk membuat toko online di salah satu e-commerce/marketplace dan pengelolaannya
3. Untuk meningkatkan keterampilan penyusunan pesan persuasif efektif sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM.

2.2 Manfaat

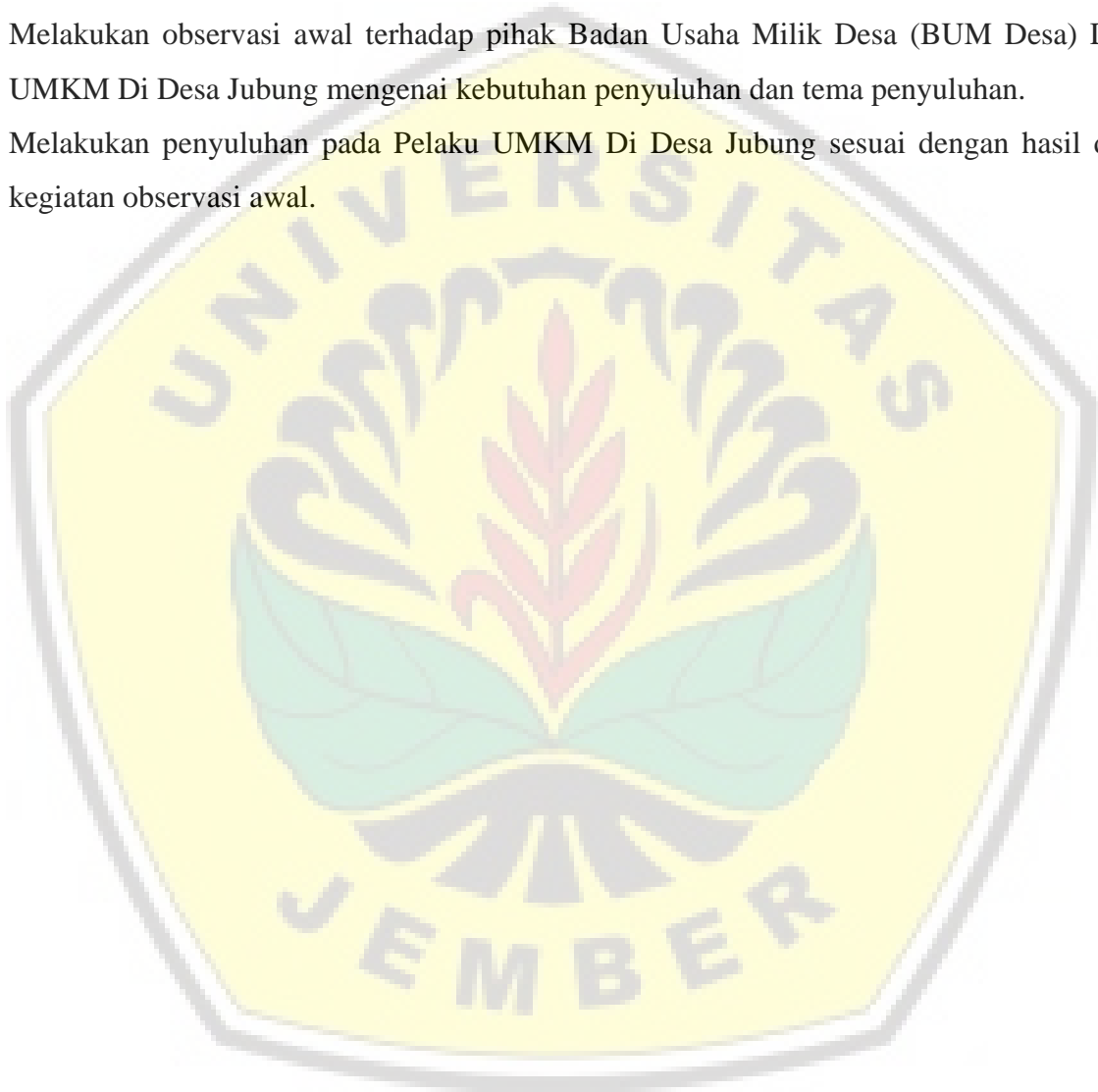
Manfaat kegiatan pengabdian kepada para pelaku BUM Desa dan UMKM yang berada di Desa Jubung ini adalah:

1. Memberikan kontribusi terkait pemahaman pelaku BUM Desa dan UMKM tentang digital marketing dan pemahaman akan pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM.
2. Memberikan kontribusi dalam pembuatan toko online di salah satu e-commerce/marketplace dan pengelolaannya
3. Menghasilkan pelaku UMKM yang memiliki skill penyusunan pesan persuasif efektif sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM

BAB III KERANGKA PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang, kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyuluhan kepada Pelaku UMKM Di Desa Jubung. Hal ini terkait dengan pentingnya peranan kemampuan dan pemahaman *digital marketing* oleh pelaku badan usaha milik desa (BUM Desa) dan UMKM. Tahapan yang dilakukan adalah :

1. Melakukan observasi awal terhadap pihak Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Dan UMKM Di Desa Jubung mengenai kebutuhan penyuluhan dan tema penyuluhan.
2. Melakukan penyuluhan pada Pelaku UMKM Di Desa Jubung sesuai dengan hasil dari kegiatan observasi awal.



BAB IV PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan

Tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat ini di Desa Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember, adapun waktu persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan dan pelaporan antara bulan Desember 2020 s/d Maret 2021.

Lokasi pelatihan disesuaikan dengan ketersediaan. Sebagai pertimbangan pokok pemilihan tempat adalah memenuhi syarat untuk proses belajar peserta. (ruang yang luas dan bebas untuk saling berinteraksi, tempat duduk yang mudah diubah, dapat melakukan diskusi kelompok tanpa gangguan, terdapat *space* yang dapat digunakan untuk simulasi, game dan sebagainya).

Pelaksanaan pelatihan memperhatikan situasi ruangan yang memungkinkan terjadinya proses belajar Pendidikan, yakni tata-letak dalam ruangan yang memadai untuk menerapkan dan praktek tehnik komputer. Jumlah peserta perkelas berkisar 25-33 orang, sehingga pengelolaan proses belajar akan lebih mudah dilakukan. Disamping hal tersebut juga harus mempertimbangkan akses dan ketersediaan alat, sarana penunjang pelatihan, dan akses peserta menuju tempat pelatihan.

Materi yang disampaikan:

a. Kegiatan pelatihan:

Materi yang akan disampaikan adalah berkaitan dengan *digital marketing* produk UMKM, diawali dengan materi (1) Pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM; (2) Praktek pembuatan toko online di salah satu *e-commerce/marketplace* dan pengelolaannya; (3) Penyusunan pesan persuasif efektif sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM.

b. Kegiatan pendampingan:

Kegiatan Pendampingan dilakukan paska pelaksanaan pelatihan, untuk mendampingi para pelaku UMKM di Desa Jubung dalam pengelolaan *e-commerce/marketplace*, tujuannya adalah untuk mempraktekkan hasil belajar yang telah diperolehnya.

Tabel 4. 1 Jadwal Pelaksanaan

No	Nama Kegiatan	Bulan ke 1				Bulan ke 2				Bulan ke 3				Bulan ke 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi																
2	Assesment kebutuhan sasaran																
3	Penyiapan Modul dan Media																
4	Pelatihan																

No	Nama Kegiatan	Bulan ke 1				Bulan ke 2				Bulan ke 3				Bulan ke 4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Pembinaan dan Konsultasi																
6	Pelaporan																

4.2 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran pengabdian pada masyarakat ini adalah pelaku UMKM di Desa Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember.

4.3 Metode yang digunakan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendidikan dan pelatihan. Metode Pendidikan digunakan untuk menjelaskan seberapa jauh pentingnya *digital marketing* dalam mempromosikan produk UMKM. Sedangkan metode pelatihan dilaksanakan dalam rangka praktek pembuatan toko online di salah satu *e-commerce/marketplace* dan pengelolaannya serta penyusunan pesan persuasif efektif sehingga calon pembeli semakin tertarik untuk membeli produk UMKM.

Agar pelaksanaan pelatihan berlangsung dengan baik, maka diperlukan alat evaluasi pelatihan baik selama kegiatan berlangsung maupun di akhir pelatihan. Alat-alat evaluasi tersebut adalah sebagai berikut :

a. Penilaian Pre test dan Post test

Penilaian pre test dilaksanakan oleh seluruh peserta pada awal pelatihan, sedangkan post test dilaksanakan oleh peserta setelah seluruh modul dilatihkan. Kemudian dilakukan analisa data dari hasil penilaian pre test dan post test. Dari hasil penilaian pre test dan post test dapat dianalisa perkembangan pemahaman peserta terhadap substansi materi, serta dapat dijadikan salah satu acuan untuk melakukan penguatan kapasitas pasca pelatihan.

b. Evaluasi topik belajar oleh peserta

Evaluasi ini dilaksanakan disetiap akhir materi diisi oleh peserta. Kemudian penanggungjawab kelas melakukan rekapitulasi data dari hasil evaluasi tersebut. Selanjutnya dibuat tabulasi berdasarkan hasil rekap serta tabulasi tersebut dibahas pada acara evaluasi. Evaluasi ini bermanfaat untuk menganalisa tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan, termasuk metode penyampaian dan dinamika kelas, sehingga dapat digunakan menyempurnakan kekurangan-kekurangan pada materi selanjutnya. Tabulasi ini harus dibahas juga dengan peserta pada acara review harian sebelum memulai materi, sehingga peserta mengetahui perkembangan setiap materinya.

Apabila terdapat pesan-pesan yang ditulis peserta pada lembar evaluasi topik untuk mendukung kemajuan belajar di kelas, dan berhubungan dengan panitia atau pemandu, maka segeralah untuk dipenuhi.

c. Evaluasi Akhir

Adapun agenda evaluasi akhir yaitu : 1). Pemahaman materi digital marketing oleh peserta, 2) Disiplin peserta. 3). Pencapaian materi. 4). dan lainnya yang dianggap perlu.



BAB V HASIL KEGIATAN

Kegiatan ini secara umum dapat dilaksanakan dengan baik, dimana masing-masing kegiatan dalam pengabdian ini berhasil diselesaikan dengan baik. Berikut ini adalah hasil dan evaluasi rangkaian kegiatan pengabdian secara keseluruhan.

5.1 Analisis Evaluasi Hasil Kegiatan Koordinasi Tim Pelaksana

Kegiatan pengabdian ini dilakukan sejak penyusunan proposal, perijinan ke LP2M dan permintaan lembaga yang akan dijadikan objek pengabdian, dalam hal ini adalah BUM Desa dan UMKM di Desa Jubung. Kemudian beberapa hari sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian tepatnya pada tanggal 28 Desember 2020, seluruh anggota pengabdian/tim pelaksana berkumpul untuk kembali menguatkan konsep pengabdian yang akan dilaksanakan sesuai proposal yang diajukan jauh hari sebelumnya.

Seluruh anggota pengabdian beserta ketua masing-masing menyiapkan materi yang akan disampaikan kepada para pelaku usaha BUM Desa dan UMKM tentang pemahaman digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM.

5.2 Analisis Evaluasi hasil Kegiatan Penyuluhan dan Sosialisasi

Pada tanggal 21 Januari 2021, semua tim pelaksana yang sekaligus menjadi fasilitator dalam kegiatan pelatihan dan diskusi, mempresentasikan materi-materi yang dibuat masing-masing di depan para pelaku usaha BUM Desa dan UMKM Desa Jubung. Semua tim pelaksana menyampaikan materi masing-masing yang disiapkan kepada para pelaku usaha BUM Desa dan UMKM Desa Jubung selama kurang lebih 90 menit secara bergiliran.

Secara umum kegiatan penyuluhan dan diskusi ini berjalan lancar, dimana peserta penyuluhan mendengarkan masing-masing tim pelaksana dengan antusias. Terdapat pula dukungan dari pihak pengelola sehingga kegiatan ini berhasil dilaksanakan tanpa kendala yang berarti.

5.3 Analisis Evaluasi hasil Kegiatan Pembuatan Laporan

Setelah kegiatan penyuluhan dan diskusi, semua tim pelaksana mulai menyusun dan mengumpulkan materi-materi serta berkas-berkas yang diperlukan untuk menyusun laporan pengabdian yang telah dilakukan. Setelah semua data terkumpul dan terkompilasi, laporan dapat selesai disusun.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari kegiatan ini adalah :

- a. Seluruh anggota tim pelaksana pengabdian kepada para pelaku usaha BUM Desa dan UMKM Desa Jubung dapat bekerja sama dengan baik, dimana semua melaksanakan tugas dan kewajibannya masing-masing sehingga rangkaian kegiatan pengabdian ini dapat terselesaikan dengan baik.
- b. Sosialisasi materi penerapan pentingnya digital marketing dan keterampilan penyusunan pesan persuasif dalam rangka peningkatan kegiatan promosi usaha UMKM yang disampaikan oleh tim pelaksana pengabdian kepada para pelaku usaha BUM Desa dan UMKM Desa Jubung mendapat dukungan dan tanggapan yang baik dari pihak Desa.
2. Materi-materi yang disampaikan oleh tim pelaksana dalam pengabdian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan produktivitas kegiatan pemasaran produk UMKM di Desa Jubung.

6.2 Saran

Usaha pelatihan digital marketing dan peningkatan skill dalam penyusunan pesan persuasif efektif para pelaku usaha BUM Desa dan UMKM, hendaknya perlu dilakukan oleh pihak-pihak yang terkait dengan memberikan motivasi melalui:

- a. Mengingat keberhasilan kegiatan pengabdian dan pentingnya pengetahuan mengenai digital marketing ini, diharapkan kegiatan pengabdian mengenai Peningkatan Kemampuan Dan Pemahaman Digital Marketing Pada Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) Dan UMKM Di Desa Jubung di tahun-tahun berikutnya.
- b. Merujuk pada rencana tindak lanjut yang akan dilakukan, maka diharapkan untuk kegiatan sejenis selanjutnya pelaksana dapat lebih mengembangkan teknik penyampaian materi, pengembangan materi itu sendiri, serta penyediaan sarana dan prasarana yang lebih memadai baik yang disediakan sendiri oleh pemateri (tim pelaksana) maupun oleh pihak lokasi/objek pengabdian yang dituju sehingga kegiatan ini akan berhasil dan berjalan lebih baik lagi.
- c. Bila pihak Desa Jubung dapat sedikit lebih jeli, pihak desa dapat melanjutkan penerapan materi-materi yang telah disampaikan pada kegiatan ini kedalam aktifitas kegiatan pemasarannya. Komunikasi yang berkesinambungan juga dapat dijalin dengan pihak FEB Unej, sehingga apabila menghadapi kendala di dalam aplikasinya

Digital Repository Universitas Jember

dapat dibantu untuk menemukan solusinya. Begitu juga bila penyampaian materi pengabdian ini dilakukan pada lingkungan lain, diharapkan juga dapat diterapkan dalam tiap aspek khalayak sasaran.



Lampiran



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN SUKORAMBI
DESA JUBUNG
Jln. Brawijaya No. 41 Jubung 68151

Jember, 03 Desember 2020

Nomor : 007 / 101 / 35.09.15.2001 / 2020
Lampiran : -
Perihal : Permintaan untuk mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember
di -

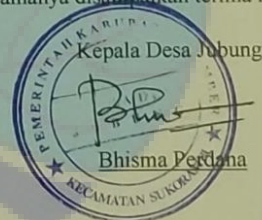
J E M B E R

Berdasarkan kebutuhan untuk mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan Usaha Kecil Menengah yang ada di Desa Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember, maka dengan ini dimohonkan untuk diadakannya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari tim pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Adapun nama-nama tim dosen yang akan melakukan pengabdian masyarakat pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan Usaha Kecil Menengah di Desa Jubung adalah sebagai berikut:

No.	Nama	Pangkat/Golongan	Jabatan	Keterangan
1.	Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. NIP. 195910131988021001	Pembina Tk.I/Ivb	Lektor Kepala	Ketua
2.	Abdul Muhsyi, S.Kom, MMSI NIP. 199102282019031022	CPNS/IIIb	Asisten Ahli	Anggota
3.	Salma Fauziyyah, S.E, M.M. NIP. 199206212019032024	CPNS/III b	Asisten Ahli	Anggota

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telepon 0331 – 337990 Faksimile 0331 – 332150

Email : feb@unej.ac.id Website: www.feb.unej.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 6067 /UN.25.1.4/14/2020

Dalam rangka meningkatkan kinerja dosen memenuhi UU dosen dan guru, maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember menugaskan kepada:

NO	NAMA / NIP	PANGKAT/ GOLONGAN	JABATAN	PROGRAM STUDI	KET
1	Dr.Imam Suroso,SE., MSi NIP. 195910131988021001	Pembina Utama Muda / IVc	Lektor Kepala	Manajemen	Ketua
2	Abdul Muhsyi, S.Kom., MMSI. NIP.199102282019031022	CPNS / III b	Asisten Ahli	Manajemen	Anggota
3	Salma Fauziyyah, S.E., M.M. NIP. 199206212019032024	CPNS / III b	Asisten Ahli	Manajemen	Anggota

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang:

**PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN PEMAHAMAN DIGITAL MARKETING
PADA BADAN USAHA MILIK DESA (BUM DESA) DAN UMKM DI DESA JUBUNG**

Bentuk Kegiatan : Pendidikan Pada Masyarakat
Khalayak Sasaran : Masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Jubung
MetodePenyampaian : Ceramah dan Pelatihan
Lokasi Kegiatan : Jln. Brawijaya No. 41 Desa Jubung Kecamatan Sukorambi
Kabupaten Jember
Waktu Pelaksanaan : 7 Desember 2020 – 3 Maret 2021
Jumlah Dana : Rp 750.000,00 (Tujuh Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah)
Sumber Dana : Mandiri
Dikeluarkan di : Jember
Pada Tanggal : 4 Desember 2020



Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si., CRA.

NIP. 196610201990022001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Kalimantan No. 37 Jember Telp. 0331-337818, 339385 Fax. 0331-337818
e-Mail : penelitian.jemlit@unej.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 3866/UN25.3.2/PM/2020

Berdasarkan Surat Dekan FEB Universitas Jember Nomor 6064/UN25.1.4/PM/2020 tanggal 4 Desember 2020 perihal permohonan surat tugas, Ketua LP2M Universitas Jember menugaskan kepada:

NO	NAMA / NIP	PANGKAT / GOL	JABATAN	FAK / PS	KET
1.	Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. NIP. 195910131988021001	Pembina Utama Muda / IV.c	Lektor Kepala	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua
2.	Abdul Muhsyi, S.Kom., MMSI. NIP. 199102282019031022	Penata Muda TK.I / III.b	Asisten Ahli	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Anggota 2
3.	Salma Fauziyyah, S.E., M.M. NIP. 199206212019032024	Penata Muda TK.I / III.b	Asisten Ahli	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Anggota 3

untuk melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang :

Peningkatan Kemampuan dan Pemahaman Digital Marketing Pada Badan Usaha Milik Desa (BUM DESA) dan UMKM di Desa Jubung.

Bentuk Kegiatan : Pendidikan Kepada Masyarakat
Khalayak Sasaran : UMKM
Metode Penyampaian : Pendidikan Dan Pelatihan
Lokasi Kegiatan : Kelurahan / Desa Jubung, Kecamatan Sukorambi, Kab. Jember, Provinsi Jawa Timur
Waktu Pelaksanaan : 07 Desember 2020 S/d 03 Maret 2021
Jumlah Dana : Rp. 750000.00
Sumber Dana : Mandiri

Demikian surat tugas ini diberikan untuk dapatnya digunakan sebagaimana mestinya dan setelah pelaksanaan kegiatan tugas ini yang bersangkutan harap menyerahkan laporan ke Lembaga Pengabdian pada Masyarakat Universitas Jember sesuai dengan ketentuan.

Dikeluarkan di : Jember
Pada tanggal : 04 Desember 2020
Ketua LP2M

Prof. Ir. Achmad Subagio, M.Agr.,PhD.
NIP. 196905171992011001

Tembusan kepada yth.:
• Dekan FEB Universitas Jember.

FOTO KEGIATAN



Peningkatan Kemampuan dan
Pemahaman Digital Marketing
pada Badan Usaha Milik Desa (BUM
DESA) dan UMKM di Desa Jubung

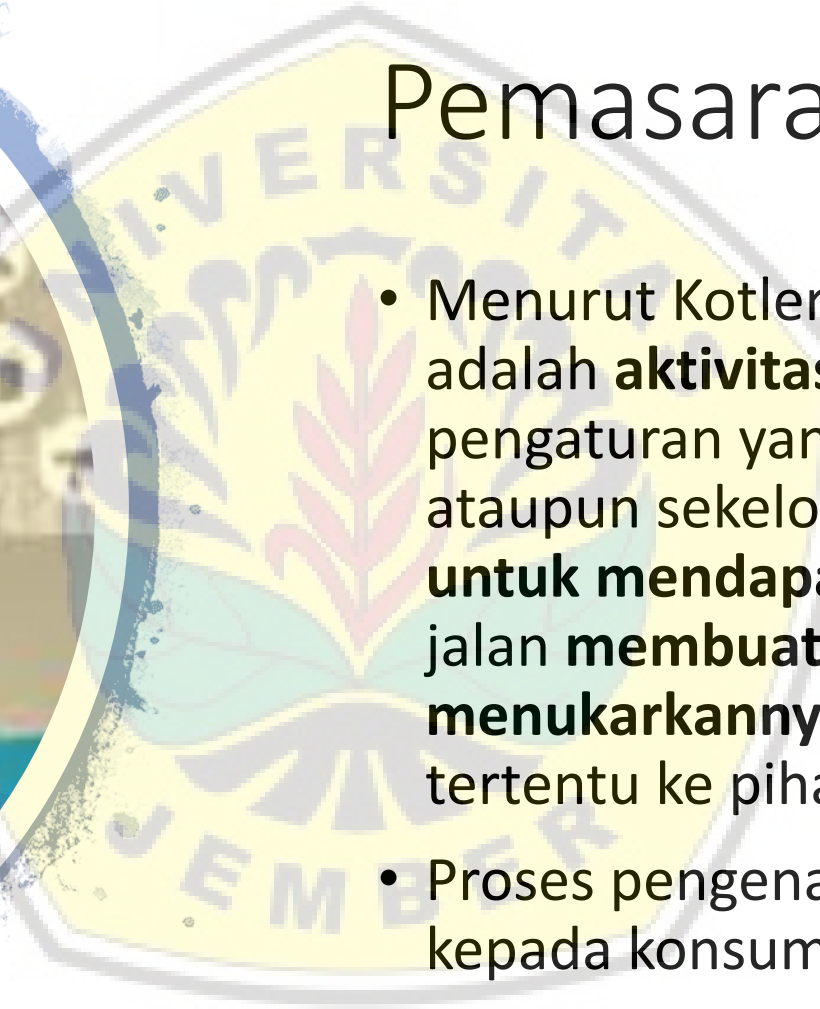


Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si.
Abdul Muhsyi, S.Kom., MMSI.
Salma Fauziyyah, S.E., M.M.



Pemasaran

- Menurut Kotler, pengertian pemasaran adalah **aktivitas sosial** dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan **untuk mendapatkan tujuan** mereka dengan jalan **membuat produk dan menukarkannya** dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain.
- Proses pengenalan produk atau layanan kepada konsumen yang potensial.

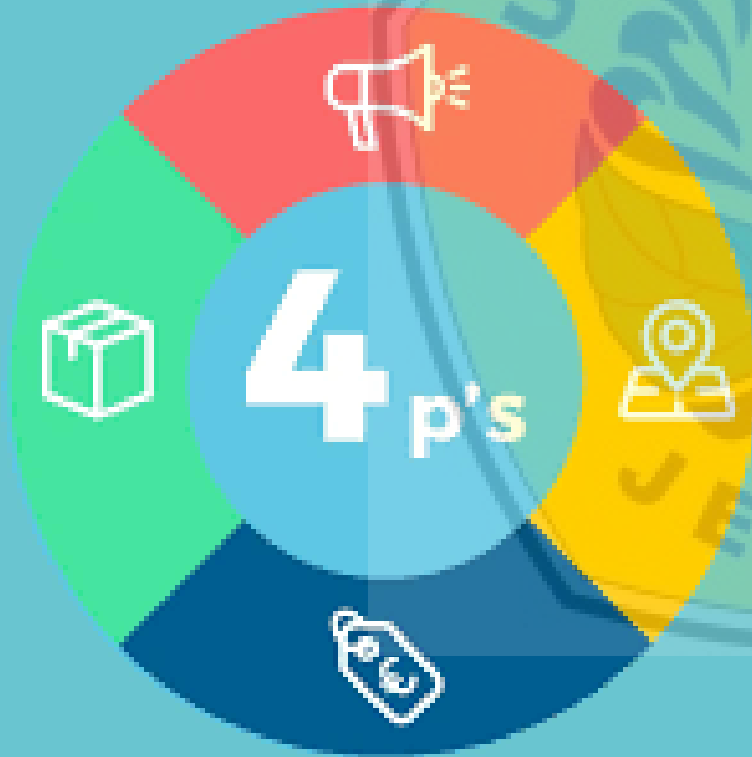


Proses Pemasaran (Bauran Pemasaran)

- **Product** (Produk) : Item yang akan ditawarkan
- **Place** (Tempat) : Proses distribusi produk
- **Price** (Harga) : Berapa nilai yang dipatok
- **Promotion** (Promosi) : Kegiatan komunikasi



Tugas Pemasaran



- Memperkenalkan Produk
- Mencapai Target Penjualan
- Memastikan Kepuasan Konsumen
- Membuat Strategi Lanjutan
- Bekerjasama Dengan Mitra
- Membuat Rekapitulasi Penjualan

Strategi Pemasaran

Direct Selling

Earned Media

Point of Purchase

Internet Marketing

Rekapitulasi Penjualan

Mencatat Arus kas Masuk

Mencatat Pengeluaran

Transaksi Buku kas keluar masuk

Mencatat stok barang

Buku Inventaris

Laporan laba rugi



Kesimpulan

- Pemasaran adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan kepada konsumen.
- Proses pemasaran menggunakan bauran pemasaran, atau yang dikenal dengan 4P; product, price, place, dan promotion.
- Pemasaran berusaha untuk menyampaikan suatu produk atau layanan, mengidentifikasi pelanggan ideal, dan menarik perhatian konsumen ke produk atau layanan yang tersedia.

Apakah usaha Anda layak?

- Latar Belakang
- Permintaan
- Proyeksi Permintaan (Bagaimana kecenderungannya)
- Penawaran (Jumlah Produk dipasaran)
- Analisis Peluang (Demand dan Supply)
- 4 P
- Strategi Pemasaran
- Analisis SWOT
- Keputusan Strategi
- Penilaian Kelayakan



Online Shop Instagram

- Market Instagram di Indonesia sangat besar
- Instagram dapat berfungsi sebagai katalog produk penjualan
- Customer di Indonesia mudah percaya dengan Online shop di Instagram
- Image Brand Lifestyle di Instagram sangat kuat





Mindset Penting



Mencetak Goals

- ▶ Goal harus konkret
- ▶ Goal harus punya limit
- ▶ Goal harus ditulis dan bisa dilihat setiap hari
- ▶ Goal yang besar harus punya Milestone
- ▶ Rancang goal dalam kurun waktu harian, bulanan, dan tahunan



3 Tipe Penjual Online Shop

Dropshipper

Reseller

Produsen

Jenis-jenis Konten

Product
Shot

Model Shot

Endorsment

Graphic
Design

Kupon

Behind the
scenes

Testimoni

Giveaway

Waktu yang tepat untuk berstatus

- Pelajari waktu posting kompetitor Anda
- Cari kompetitor yang aktif atau sudah terkenal
- Hindari waktu posting yang bersamaan dengan kompetitor
- Pastikan waktu posting Anda lebih dulu dibandingkan kompetitor
- Sesuaikan waktu posting dengan waktu online customer
- Waktu online customer dapat diketahui melalui riset customer
- Posting setidaknya 1 kali sehari

Tips Mempromokan Olshop

- Sebelumnya lakukan riset kompetitor
- Pelajari cara kompetitor melakukan promosi
- Promosi dapat dilakukan melalui konten, iklan, dan endorsement
- Buat Influencers dan followers menggunakan hashtag yang sama agar konten menjadi trending topic.
- Gunakan content calendar untuk menjadwalkan konten promosi
- Promo diumumkan sebaiknya 1-2 minggu sebelum hari puncaknya.



Tips mempertahankan Online Shop

Fokus dalam menjalankan bisnis!

Fokus pada 1 kategori minimal 1 tahun!

Face the problem, face the challenge!

Lakukan investasi

Gigih menjalankan bisnis online shop Anda

Kreatif dan inovatif meski tidak orisinal

Konsisten membangun konten

Aplikasi Pembukuan Online

Bukukas

Catatan Keuangan

Akuntansi UKM

Finansialku

Teman Bisnis



TERIMA
KASIH

