

**LAPORAN HASIL  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**SOSIALISASI DAN IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING  
MELALUI PERIKLANAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENDUKUNG  
VISIBILITAS DAN SARANA PEMASARAN UNIT BISNIS UMKM**

**PENGUSUL:**

- |   |                            |
|---|----------------------------|
| 1. M. Habibullah Arief, S.Kom., M.Kom     | NIDN. 0711029204 (Ketua)   |
| 2. Emha Diambang Ramadhany, S.Kom., M.Kom | NIDN. 0722029303 (Anggota) |
| 3. Aditya Fian Wirayudha                  | NIM. 21202001 (Anggota)    |
| 4. Irvan Faris                            | NIM. 21202003 (Anggota)    |

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS dr. SOEBANDI  
TAHUN 2023**

1. Judul Pengabdian Masyarakat : Sosialisasi Dan Implementasi Digital Marketing Melalui Periklanan Media Sosial Untuk Mendukung Visibilitas Dan Sarana Pemasaran Unit Bisnis Umkm
2. Ketua Peneliti:
  - a. Nama : M. Habibullah Arief, S.Kom., M.Kom
  - b. NIK/NIDN : 19920211 202207 1 225 / 0711029204
  - c. Jabatan Akademik : Dosen
- 3 Anggota Pengusul Dosen
  - a. Nama : Emha Diambang Ramadhany, S.Kom., M.Kom.
  - b. NIK/NIDN : 19930222 202207 1 226 / 0722029303
  - c. Jabatan Akademik : -
4. Anggota Mahasiswa
  - a. Nama : Aditya Fian Wirayudha (21202001)
  - b. Nama : Irvan Faris (21202003)
5. Bidang Ilmu : Pemasaran Digital
6. Lokasi : Kecamatan Patrang
7. Lama : 1 Bulan 20 Hari
8. Jumlah biaya yang diusulkan : Rp.4.000.000,-

,-

Jember, 14 September 2023

Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Dekan,

Ketua Pengmas,

Endang Lichatullaillah SE.MM  
NIDN.0731106801

M. Habibullah Arief, S.Kom., M.Kom  
NIDN. 0711029204

Menyetujui,

Universitas dr. Soebandi  
Rektor,

LPPM Universitas dr. Soebandi  
Ketua,

Andi Eka Pranata,S.ST,S.Kep,Ns,M.Kes  
NIK. 19860922 2012 01 1 019

Hendra Dwi Cahyono, S.Kep., Ns., M.Kep  
NIDN. 0724099204

1. IDENTITAS PENELITIAN

A. BIDANG, TEMA, TOPIK, DAN RUMPUN BIDANG ILMU

- 1) Bidang Fokus Riset : Digital Marketing
- 2) Tema : Digital Marketing
- 3) Topik : Sosialisasi dan Implementasi Digital Marketing Melalui periklanan Media Sosial Untuk Mendukung Visibilitas dan Sarana Pemasaran Unit Bisnis UMKM
- 4) Rumpun Bidang Ilmu : Manajemen Dan Bisnis

B. SKEMA PENELITIAN

Skema penelitian dosen pemula

2. IDENTITAS PENGUSUL

Ketua

- A. Nama : M. Habibullah Arief, S.Kom., M.Kom
- B. Perguruan Tinggi : Universitas dr. Soebandi
- C. Program Studi : Bisnis Digital
- D. Bidang Tugas : 1. Untuk mengetahui pengaruh ketetapan harga dalam pemasaran digital  
2. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas pemasaran digital
- E. ID Sinta : 6803809
- F. H-Index :

3. MITRA KERJASAMA PENELITIAN (JIKA ADA)

-

4. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

A. Luaran Wajib

Judul	Nama Jurnal	Akreditasi Jurnal	Status	Link URL

B. Luaran Tambahan

-

## 5. RENCANA ANGGARAN BIAYA

Rencana Anggaran Biaya dalam penelitian ini tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 1. Rencana Anggaran Biaya

Jenis Pembelanjaan	Item	Keterangan	Satuan	Volume	Harga Satuan	Total
<b>Bahan</b>	kertas A4	Pembuatan laporan, proposal, questinare dan ATK lainnya untuk keperluan pengabdian masyarakat	rim	1	46.000	46.000
	tinta epson		unit	1	50.000	50.000
	materai		unit	12	12.000	144.000
<b>Total Bahan</b>						<b>240.000</b>
<b>Pengumpulan data</b>	Uang harian rapat di dalam kantor	Uang harian rapat koordinasi pengumpulan data di dalam kantor	OH	4	15.000	60.000
	Biaya konsumsi 5 hari	Biaya konsumsi koordinasi dan pengumpulan data pada saat di lapangan	OH	4 x 5 hari	17.000	400.000
	HR Petugas Survey	Petugas pengambil/pengumpul data	OR	4	50.000	200.000
<b>Total Pengumpulan Data</b>						<b>660.000</b>
<b>Analisa Data</b>	HR Analis SEO	biaya analisis SEO	OR	10	5.000	50.000
	HR Analis Media sosial	biaya analisis media sosial	OR	10	5.000	50.000
	HR Designer dashboard	HR untuk desainer Feed Instagram dan google my business	OK	1	10.000	10.000
	Biaya periklanan google 2 hari	Biaya memasang iklan	paket	10	96.500	965.000
	Biaya periklanan media sosial 2 hari		paket	10	96.500	965.000
<b>Total Analisa Data</b>						<b>2.040.000</b>
<b>Pelaporan , Luaran Wajib dan luaran tambahan</b>	Uang harian rapat di dalam kantor	Uang harian rapat koordinasi menyusun laporan dan luaran di dalam kantor	OH	2	15.000	30.000
	Biaya konsumsi rapat	Biaya konsumsi rapat koordinasi menyusun laporan dan luaran	OH	2	15.000	30.000
	Penyusunan jurnal	Biaya penyusunan dan edit jurnal siap publish	OK	1	500.000	500.000
	Publikasi	Biaya publikasi	paket	1	300.000	300.000
Paten					200.000	200.000

<b>Total Pelaporan dan Luaran wajib</b>	<b>1.060.00 0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4.000.00 0</b>

## 6. HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

### A. RINGKASAN

Pada tahun 2015 Kabupaten Jember memiliki 181.147 UMKM yang tersebar ke 226 desa (BPS Kabupaten Jember, 2015; Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, n.d.). Sektor UMKM di Kabupaten Jember meliputi pertambangan dan penggalian, manufaktur, konstruksi, grosir dan eceran, akomodasi dan jasa makanan, transportasi, pergudangan, perantara keuangan, real estate, persewaan dan jasa lainnya. Karena kumpulan data ini akan meningkat pada tahun 2022. UMKM akan menjadi tolok ukur ekonomi masyarakat luas bahwa UMKM adalah bagian dari kehidupan sehari-hari.

Beberapa kendala yang ditemui oleh pelaku UMKM antara lainnya adalah sering kesulitan dalam menentukan target pasar yang tepat dan mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai, sering kesulitan dalam mengakses media promosi yang efektif seperti televisi, radio, atau media sosial karena biaya yang tinggi, sering kesulitan dalam menjangkau pasar yang luas karena terbatasnya akses ke jaringan distribusi dan promosi yang efektif, dan sering kesulitan untuk bersaing dengan usaha yang lebih besar dan memiliki dukungan pemasaran yang lebih baik.

Beberapa pelaku UMKM yang sudah memiliki produk/jasa yang ingin dijual merasa kesulitan bagaimana produk mereka akan ditampilkan atau dikenalkan ke khalayak umum. Padahal calon konsumen akan melihat tampilan awal suatu produk jika ingin membeli atau menggunakannya. Diperlukannya suatu tampilan produk/jasa secara profesional untuk meningkatkan minat calon konsumen dan visibilitas unit UMKM untuk merambah pasar yang lebih luas. Tampilan suatu produk dapat memengaruhi sikap dan meningkatkan minat konsumen ketika ingin membeli suatu barang (Mahardani, 2021). Salah satu cara untuk melakukan pemberdayaan UMKM adalah dengan menggunakan strategi digital marketing. Susanti, (2020) mengemukakan bahwa penggunaan digital marketing yang mudah mudahnya, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi ke pelanggan dapat menyebabkan kinerja bisnis meningkat. Digital marketing juga dapat membangun brand awareness, yang dilakukan dengan cara menentukan media sosial yang akan digunakan, perencanaan pesan, dan menentukan teknik bauran promosi yang akan digunakan (Susanti, 2020). Cara ini merupakan langkah yang harus ditempuh supaya suatu unit bisnis dapat dikenali secara luas oleh masyarakat. Hal ini juga sesuai dengan visi program studi Bisnis Digital Universitas dr. Soebandi Jember tentang

ekosistem bisnis digital. Mitra UMKM yang dikelola nantinya akan diintegrasikan ke dalam Inkubator Bisnis UDS. Inkubator UDS bertujuan untuk memfasilitasi dan mengembangkan bisnis di wilayah Jember yang memiliki standar terkait dengan digitalisasi bisnis

## B. KATA KUNCI

Digital Marketing UMKM

## C. HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat akan difokuskan pada wilayah Kecamatan Patrang, dengan rencana pelaksanaan pada bulan Maret 2023. Tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah mencari UMKM yang akan menjadi mitra di daerah tersebut dan memeriksa apakah mereka telah mengoptimalkan penggunaan media sosial dan Google My Business. Jika ternyata mereka belum melakukannya, maka pengusul atau anggota tim akan berupaya melakukan negosiasi dan mengadakan wawancara dengan potensial mitra UDS inkubator. Setelah kesepakatan tercapai, langkah selanjutnya adalah memulai proses optimalisasi media sosial dan Google My Business.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan secara langsung, yaitu dengan kunjungan door to door. Hal ini dikarenakan usaha-usaha yang menjadi target kami tersebar tidak merata dan sebagian besar dari mereka belum memiliki eksistensi yang optimal di dunia maya, termasuk di Google dan media sosial. Meskipun begitu, mereka memiliki pelanggan tetap yang terbatas di wilayah sekitarnya. Kami akan menggunakan metode convenience purposive dalam pengambilan sampel. Pendekatan ini memiliki keunggulan dalam mengumpulkan data yang akurat dan diperlukan ketika kami mulai menerapkan strategi pemasaran digital. Setelah calon mitra setuju untuk bekerjasama, kami dan tim akan memulai proses wawancara untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang digital marketing dan iklan, termasuk penggunaan Google dan media sosial.

Penentuan audiens potensial untuk iklan dibahas bersama mitra UMKM, termasuk aspek seperti siapa yang menjadi target, karakteristik demografis mereka, perilaku online, dan seberapa luas jangkauan yang diinginkan. Pengusul akan mengidentifikasi calon penonton berdasarkan karakteristik pasar yang relevan dengan mitra. Setelah audiens potensial telah dipastikan bersama mitra, mitra akan melakukan

pengecekan ulang sambil memahami proses pelaksanaan, dan saat itu pengusul dan tim akan mulai menerapkan teknik-teknik pemasaran digital. Salah satu teknik yang dilakukan adalah mengoptimalkan konten agar mudah dikenali oleh mesin pencari Google, yang dikenal sebagai Search Engine Optimization (SEO). Selain itu, untuk memastikan produk atau profil bisnis mereka mudah ditemukan di media sosial, akan digunakan teknik seperti penggunaan hashtag, promosi, pertukaran promosi, dan strategi lainnya.

Evaluasi dilaksanakan untuk memastikan bahwa para pelaku bisnis memiliki pemahaman yang kuat tentang setiap tahap dan mampu menjalankannya secara independen. Evaluasi ini juga menilai sejauh mana pemahaman mereka tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung bisnis mereka. Setelah proses pemasaran digital selesai dilaksanakan, diperlukan periode satu hingga dua bulan untuk menganalisis hasil dari eksperimen periklanan tersebut.

## PEMBAHASAN

Rencana kegiatan pengabdian masyarakat akan berfokus pada komunitas di Kecamatan Patrang, dengan jadwal pelaksanaan pada bulan Maret 2023. Langkah awal dalam pelaksanaan program ini adalah mencari UMKM yang akan menjadi mitra di wilayah tersebut dan memverifikasi apakah mereka sudah memanfaatkan media sosial dengan baik, termasuk melakukan periklanan. Apabila mereka belum melakukannya, maka pengusul atau anggota tim akan menjalankan tahap negosiasi untuk mengadakan wawancara sebagai langkah awal untuk menjadi mitra UDS Inkubator. Setelah tercapai kesepakatan untuk bekerja sama, selanjutnya pengusul akan memulai proses pengoptimalan media sosial dan Google My Business.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan secara langsung dengan metode pintu ke pintu, hal ini disebabkan oleh sebaran unit usaha yang tidak merata dan fakta bahwa calon mitra UMKM masih belum memiliki eksistensi yang memadai di dunia maya, termasuk Google dan media sosial, meskipun mereka memiliki pelanggan tetap di area terdekat mereka. Dalam pengambilan sampel, kami akan menggunakan pendekatan convenience purposive. Keunggulan dari metode ini adalah kemampuan untuk mengumpulkan dan memperbarui data dengan valid yang diperlukan ketika memulai implementasi pemasaran digital. Setelah calon mitra menyetujui perjanjian kerja sama,

tim penulis dan anggota akan memulai proses wawancara yang berkaitan dengan pengetahuan mereka tentang pemasaran digital dan penggunaan Google dalam periklanan

#### F. STATUS LUARAN

#### G. PERAN MITRA (Jika Ada)

-

#### H. KENDALA PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Adapun kendala dalam pelaksanaan penelitian ini adalah kurangnya pengetahuan UMKM pengetahuan digital marketing dan periklanan menggunakan google maka diperlukan penyuluhan, pendampingan dan pelatihan.

#### I. RENCANA TAHAP SELANJUTNYA

Rencana tahap selanjutnya dari penelitian ini adalah memberikan penyuluhan, pendampingan dan pelatihan dalam digital marketing dan periklanan influencer

#### J. DAFTAR PUSTAKA

BPS Kabupaten Jember. (2015). *Banyaknya Usaha Mikro Kecil Non Pertanian Kabupaten Jember menurut Golongan Kegiatan Ekonomi Tahun 2012*. <https://jemberkab.bps.go.id/statictable/2015/03/12/54/banyaknya-usaha-mikro-kecil-non-pertanian-kabupaten-jember-menurut-golongan-kegiatan-ekonomi-tahun-2012-.html>

Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. (n.d.). *Dorong Pemulihan Ekonomi Kabupaten Jember melalui Diseminasi Kekayaan Intelektual*. Retrieved January 13, 2023, from <https://www.dgip.go.id/artikel/detail-artikel/dorong-pemulihan-ekonomi-kabupaten-jember-melalui-diseminasi-kekayaan-intelektual?kategori=liputan-humas>

Mahardani, F. A. (2021). *Pengaruh Informasi Produk, Rating Produk, Tampilan Produk yang Dimediasi oleh Sikap Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Go-Food (Studi Kasus di Surakarta)*. [http://eprints.ums.ac.id/93652/1/Naskah Publikasi.pdf](http://eprints.ums.ac.id/93652/1/Naskah%20Publikasi.pdf)

Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatiningor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>



# UNIVERSITAS dr. SOEBANDI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Dr. Soebandi No. 99 Lelakur Kalijaya (031) 483334

Website: <http://info.feb.uns.ac.id> Email: [feb@feb.uns.ac.id](mailto:feb@feb.uns.ac.id)

## SURAT PERINTAH TUGAS

Nomor 25.2/FEB.UOS.ST/D/11/2023

Dasar :

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS dr. SOEBANDI JEMBER  
MEMERINTAHKAN

Kepada

1. Nama : M. Habibullah Arief, S.Kom., M.Kom  
NIDN : 0711029204  
Jabatan : Ketua ~~Peneliti~~
2. Nama : ~~Erlia Daryono~~ Ramadhany, S.Kom, M.Kom  
NIDN : 0722029303  
Jabatan : Anggota
3. Nama : Aditya Fian Wirayudha  
NIM : 21202001  
Jabatan : Anggota
4. Nama : Derik Maulana Nugroho  
NIM : 21202002  
Jabatan : Anggota

Untuk Melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat tentang:  
Sosialisasi dan Implementasi digital marketing melalui periklanan media sosial untuk mendukung  
visibilitas dan sarana pemasaran unit bisnis UMKM  
Bentuk Kegiatan : ~~Penyuluhan dan~~ Praktek  
Khalayak Sasaran : UMKM ~~terhubung dengan~~ Koperasi Wanita Mawar  
Metode Penyampaian : ~~Interaktif dan~~ Ceramah  
Lokasi kegiatan : ~~Jl. dr. Soebandi~~ 99  
Waktu pelaksanaan : Mei-Juli 2023  
Demikian untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab

Dikeluarkan : Jember

dan tanggal : 1 Mei 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Endang Lijcharullillah, SE, MM  
NIDN: 0731106801



# UNIVERSITAS dr. SOEBANDI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Dr. Soebandi No. 99 Jember Telp/Fax: (0331) 483316,  
E-mail: [info@unsoebandi.ac.id](mailto:info@unsoebandi.ac.id) www: <http://www.unsoebandi.ac.id>

## SURAT PERINTAH JALAN

(S P J)

1. Pejabat berwenang yang memberi perintah	: Endang Lifchatullaillah, S.E.,M.M
2. Nama	: M. Habibullah Arief,S.Kom.,M.Kom
3. Jabatan	: Ketua
4. Perjalanan yang direncanakan	: Dari : Universitas Dr Soebandi Jember Ke : UMKM Koperasi Wanita Mawar Dengan menggunakan kendaraan pribadi
5. Perjalanan yang direncanakan	: A. Selama : 3 bulan Dari tanggal : 1 Mei 2023 s/d tanggal : 31 Juli 2023 B. Dengan Biaya : instansi
6. Maksud mengadakan perjalanan	: Sosialisasi dan implementasi digital marketing melalui periklanan media sosial untuk mendukung visibilitas dan sarana pemasaran unit bisnis UMKM
7. Perhitungan biaya perjalanan	: Atas beban : instansi Berangkat : 1 Mei 2023 Selesai : 31 Juli 2023
8. Keterangan	: -

Dikeluarkan di : Jember  
Pada tanggal : 1 Maret 2023  
Universitas dr. Soebandi  
Dean Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Endang Lifchatullaillah, S.E.,M.M  
NIDN: 0731106801

LAMPIRAN 2. Kwitansi/Nota

LAMPIRAN 3. Bukti Dokumen Luaran wajib/tambahan



