

**LAPORAN HASIL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI STRATEGI
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DIDESA
CANDIJATI**

PENGUSUL:

- | | |
|------------------------------------|----------------------------|
| 1. Stivaniyanti Atmanegara,SE,MM | NIDN. 0711058502 (Ketua) |
| 2. I Dewa Made Yuda Mahendra,SE,MM | NIDN. 0701068209 (Anggota) |
| 3. M.Habibullah Arief,S.Kom,M.Kom | NIDN.0711029204 (Anggota) |
| 4. Yoanes Advendheos Hale | NIM. 22202011 (Mahasiswa) |
| 5. Nico Armendo | NIM. 22201008 (Mahasiswa) |

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

1. Judul Pengabdian Masyarakat : Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Didesa Candijati
2. Ketua Peneliti:
 - a. Nama : Stivaniyanti Atmanegara,SE,MM
 - b. NIK/NIDN : 0711058502
 - c. Jabatan Akademik : Dosen
- 3 Anggota Pengusul Dosen
 - a. Nama : I Dewa Made Yuda Mahendra,SE,MM
 - b. NIK/NIDN : 0701068209
 - c. Jabatan Akademik : -
4. Nama : M.Habibullah Arief,S.Kom,M.Kom
NIK/NIDN : 0711029204
Jabatan Akademik :
5. Anggota Mahasiswa
 - a. Nama : Yoanes Advendheos Hale (22202011)
 - b. Nama : Nico Armendo (22201008)
6. Bidang Ilmu : Pemasaran Digital
7. Lokasi : Kecamatan Patrang
8. Lama : 1 Bulan
9. Jumlah biaya yang diusulkan : Rp.4.000.000,-

,-

Jember, 3 Februari 2023

Mengetahui,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,

Ketua Peneliti,

Endang Lichatullaillah SE.MM
NIDN.0731106801

Stivaniyanti Atmanegara,SE,MM
NIDN. 0711058502

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 : Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Didesa Candijati
- 4) Rumpun Bidang Ilmu : Manajemen Dan Bisnis

B. SKEMA PENELITIAN

Skema penelitian dosen pemula

2. IDENTITAS PENGUSUL

Ketua

- A. Nama : Stivaniyanti Atmanegara,SE,MM
- B. Perguruan Tinggi : Universitas dr. Soebandi
- C. Program Studi : Kewirausahaan
- D. Bidang Tugas : 1. Untuk mengetahui pengaruh perbandingan penjualan secara langsung dan pemasaran digital
2. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas pemasaran digital
- E. ID Sinta : 6805229
- 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
Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Didesa Candijati				https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/17674

B. Luaran Tambahan

-

5. RENCANA ANGGARAN BIAYA

Rencana Anggaran Biaya dalam penelitian ini tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 1. Rencana Anggaran Biaya

Jenis Pembelian	Item	Keterangan	Satuan	Volume	Harga Satuan	Total
Bahan	kertas A4	Pembuatan laporan, proposal, questionaire dan ATK lainnya untuk keperluan pengabdian masyarakat	rim	1	46.000	46.000
	tinta epon		unit	1	50.000	50.000
	materai		unit	12	12.000	144.000
Total Bahan						240.000
Pengumpulan data	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
Total Pengumpulan Data						660.000
Analisa Data	HR Analis data	biaya analisis data	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
Total Analisa Data						2.040.000
Pelaporan , Luaran Wajib dan luaran tambahan	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
	Patent				200.000	200.000
Total Pelaporan dan Luaran wajib						1.060.000
TOTAL						4.000.000

6. HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

A. RINGKASAN

Peningkatan teknologi merupakan suatu fenomena yang tidak dapat diabaikan dalam kehidupan masa kini. Perkembangan teknologi sejalan dengan adanya perkembangan pengetahuan dan keilmuan. Setiap inovasi yang diciptakan memiliki tujuan serupa, yakni memberikan dampak positif dan kemudahan baru dalam kehidupan manusia. Selama sepuluh tahun terakhir, telah terjadi lonjakan inovasi yang menghasilkan manfaat signifikan bagi masyarakat. Menurut data yang dirilis, telah tercapai jumlah pengguna internet sebanyak 82 juta individu di Indonesia pada saat ini, seperti yang diumumkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo). Capaian ini telah menjadikan Indonesia berada di peringkat kedelapan di dunia pada tahun 2013. Kemajuan teknologi saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, dengan berbagai bidang kehidupan yang telah mengadopsi teknologi ini. Keberadaan teknologi tersebut telah memberikan dampak yang besar dalam berbagai aspek dan dimensi kehidupan manusia. Salah satu contohnya adalah Teknologi komunikasi adalah komponen fisik yang terintegrasi dalam struktur organisasi dan memiliki signifikansi sosial yang memungkinkan individu untuk menghimpun, mengolah, dan berbagi informasi.

B. KATA KUNCI

Digital Marketing UMKM

C. HASIL KEGIATAN

Peserta kegiatan ini meliputi masyarakat Desa Candijati dan pemangku UMKM di wilayah tersebut, termasuk UMKM kerajinan bambu. Dalam rangka menyampaikan informasi mengenai pemasaran digital, kegiatan ini dilaksanakan melalui sosialisasi dengan judul "Sosialisasi Digital Marketing: Penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran digital." Para peserta diberikan panduan oleh instruktur yang merupakan masyarakat dari desa Candijati. Pengrajin bambu memiliki pengetahuan mendalam dalam bidang Digital Marketing. Sosialisasi ini digelar pada tanggal 5 Mei 2023 di Balai Desa Candijati. Fokus utama dari kegiatan sosialisasi ini adalah memberikan sosialisasi kepada peserta mengenai berbagai aspek penting dalam menjalankan dan memasarkan usaha, termasuk metode mulai usaha, menjalankan usaha, serta pemasaran usaha. Selain itu, juga diberikan motivasi kepada para pengusaha dan pembahasan mengenai penggunaan media sosial sebagai platform untuk digital marketing. Selama seminar, terdapat sesi diskusi terbuka yang melibatkan peserta dan pemateri. Peserta seminar menunjukkan antusiasme yang tinggi, dilihat dari jumlah peserta yang menghadiri dan berpartisipasi aktif dalam diskusi. Selain melalui sosialisasi mengenai pemasaran digital dengan tema "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Platform Pemasaran Digital," penyuluhan ini juga diikuti dengan kegiatan bimbingan langsung kepada pemangku usaha UMKM di Desa Candijati. Kegiatan bimbingan ini difokuskan pada UMKM yang bergerak dalam bidang kerajinan bambu, yang berdasarkan pengamatan awal, memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Namun, mereka masih menghadapi kendala dalam hal pemasaran, terutama dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran.

PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan menerapkan strategi Digital Marketing sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan UMKM di Desa Candijati. Kegiatan tersebut terdiri dari dua tahap. Tahap pertama adalah sosialisasi melalui seminar yang membahas tentang "Pemanfaatan Media Sosial sebagai platform Digital Marketing". Tahap kedua adalah mentoring langsung yang melibatkan pemangku usaha, terutama UMKM Kerajinan bamboo.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, digunakan beberapa metode seperti Participatory Action Research (PAR), Community Based Research (CBR), dan Service Learning (SL). Metode-metode ini melibatkan partisipasi aktif peserta atau target audiens sebagai bagian integral dari kegiatan tersebut.

Setelah melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program pengabdian yang berjudul "Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Candijati", dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil dan mencapai tujuannya dengan baik di Desa Candijati Kecamatan Arjasa.

Program ini memiliki sifat berkelanjutan dan terbuka, di mana mitra yang membutuhkan bimbingan langsung atau ingin berdiskusi dengan penyelenggara, dalam hal ini mahasiswa UNWAHA, dapat menghubungi

mereka secara langsung setelah kegiatan KKN-PPM selesai. Hal ini merupakan contoh nyata dari pengabdian masyarakat yang berkelanjutan yang dilakukan oleh KKN-PPM.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, sebagai rekomendasi, diharapkan pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih hati-hati dan komprehensif, serta melibatkan semua pihak secara penuh dalam proses pelaksanaannya.

D. STATUS LUARAN

E. PERAN MITRA (Jika Ada)

-

F. 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.

G. RENCANA TAHAP SELANJUTNYA

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

H. DAFTAR PUSTAKA

- Aryansah, J. E., & Mirani, D. (2020). Strategi bertahan usaha mikro kecil dan menengah sektor kuliner di masa pandemi covid-19. *Prosiding Applicable Innovation of Engineering and Science Research*, 2020(1), 323-329.
- Ashlihah, A., Wulandari, N. T., & Asaroh, S. I. (2021). Membentuk Jiwa Entrepreneur di Masa Pandemi untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Tingga. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-20.
- Fadhila, S. A. N. (2018). Penggunaan Digital Guerilla Marketing Dalam Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 95-100. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6660>
- Fadhli, K., Mahmudah, M., Usluhyah, R., & Widyaningsih, B. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (Mbr) Di Jombang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Education And Development*, 9(4), 5-11.
- Mavilinda, H., Nazaruddin, A., Nofiaty, N., Siregar, L., Andriana, I., & Thamrin, K. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. *Prosiding*, 56-59.
- Sa'adah, L., & Umam, K. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Di Pasar Peterongan Jombang). *Economicus*, 15(1), 13-23.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 199-216. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>



UNIVERSITAS dr. SOEBANDI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Dr. Soebandi No. 99 Lumban Kelu Pas. (6031) 453314,

Telepon: (0331) 453314 Fax: (0331) 453315 Email: info@soebandi.ac.id www.soebandi.ac.id

LAMPIRAN 2.
Kwitansi/Nota

SURAT PERINTAH TUGAS

Nomor 25.2/FEH.UDS/ST.D/11/2023

Dasar :

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS dr. SOEBANDI JEMBER
MEMERINTAHKAN

Kepada

- Nama : M. Habibullah Arief, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0711029204
Jabatan : Ketua Peneliti
- Nama : Eulis Daryono Ramadhany, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0722029303
Jabatan : Anggota
- Nama : Aditya Fian Wirayudha
NIM : 21202001
Jabatan : Anggota
- 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 penasarana unit bisnis UMKM

Bentuk Kegiatan : Penyuluhan dan Praktek

Khalayak Sasaran : UMKM tergabung dengan Koperasi Wanita Mawar

Metode Penyampaian : Workshop dan Ceramah

Lokasi kegiatan : Jl. Dr. Soebandi 99

Waktu pelaksanaan : Mei-Juli 2023

Demikian untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab

Dikeluarkan : Jember

Bertanggal : 1 Maret 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Endang Licharullillah, SE, MM

NIDN: 0731106801



No. _____

Telah terima dari Stivani

Uang sejumlah 200.000

Untuk pembayaran Horor pemampulan data

Rp. _____

Jan 1 Juli 2023



No. _____

Telah terima dari Stivani

Uang sejumlah 60.000

Untuk pembayaran Uang harian Kapat

Rp. 60.000

Jan 1 Juli 2023



No. _____

Telah terima dari Stivani

Uang sejumlah 50.000

Untuk pembayaran Pray Answers data

Rp. 50.000

Jan 2 Juli 2023

No. _____

Telah terima dari Shivani

Uang sejumlah 400.000

Untuk pembayaran Konsumsi: koordinasi

Rp. 400.000

Jun 3 Juli 2023

No. _____

Telah terima dari Shivani

Uang sejumlah 50.000

Untuk pembayaran Analisis Media Sosial

Rp. 50.000

Jun 3 Juli 2023

No. _____

Telah terima dari Shivani

Uang sejumlah 10.000

Untuk pembayaran TK. desain. lg.

Rp. 10.000

Jun 1 Juli 2023



No. _____
 Telah terima dari Shivani
 Uang sejumlah 300.00
 Untuk pembayaran biaya publikasi.

Rp. 300.00

ju 5 juli 2023



No. _____
 Telah terima dari Shivani
 Uang sejumlah 60.00
 Untuk pembayaran biaya koordinasi

Rp. 60.00

ju 6 juli 2023



No. _____
 Telah terima dari Shivani
 Uang sejumlah 500.00
 Untuk pembayaran biaya penyusunan jurnal

Rp. 500.00

ju 6 juli 2023

