

Digital Marketing Training At The Tempe Tofu Business Association

PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI PAGUYUBAN USAHA TAHU TEMPE

Kahar Haerah^{1*}, *Zainul Arifin*²

¹ Department of Informatics Engineering, University of Muhammadiyah Jember, Indonesia

¹ Department of Informatics Engineering, University of Muhammadiyah Jember, Indonesia

Email: kaharhaerah@unmuhjember.ac.id¹, zainul.arifin@unmuhjember.ac.id^{2*}

*Penulis koresponden

NO WhatsApp Aktiv Penulis (Wajib di isi): 085330201169

Recieve: 10 July 2024

Reviewed: 16 July 2024

Accepted: 15 August 2024

Abstract: *This article discusses the results of community service activities in Kebonsari Village, especially at the Tempe Tofu Business Association (PUTT) in Talangsari Village. PUTT is an initiative that aims to create jobs and improve the welfare of its members. One of the key aspects of PUTT's success is the understanding of community members towards digital marketing. Digital marketing is explained as a strategy to market products through various digital media such as the internet, telephone, and television. The application of digital marketing is important in the current context, which is filled with digital technology, providing an effective way to expand market reach and increase the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) such as PUTTia.*

Keywords: *PUTT, Digital Marketing and Internet*

Abstrak. Artikel ini membahas hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kebonsari, khususnya pada Paguyuban Usaha Tahu Tempe (PUTT) di Kelurahan Talangsari. PUTT merupakan inisiatif yang bertujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Salah satu aspek kunci dari keberhasilan PUTT adalah pemahaman anggota paguyuban terhadap digital marketing. Digital marketing dijelaskan sebagai strategi untuk memasarkan produk melalui berbagai media digital seperti internet, telepon, dan televisi. Penerapan digital marketing menjadi penting dalam konteks saat ini yang dipenuhi dengan teknologi digital, memberikan cara yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti PUTT.

Kata kunci: PUTT, Digital Marketing dan Internet

Copyright © 2024, Penulis (Kahar Haerah, Zainul Arifin)

[doi:10.32528/jhce.v2i3.2208](https://doi.org/10.32528/jhce.v2i3.2208)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

PUTT, atau Paguyuban Usaha Tahu Tempe, merupakan sebuah komunitas yang mendapatkan modalnya dari anggotanya sendiri. Tujuan eksistensi PUTT adalah untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum. Peran PUTT sangat vital bagi anggotanya karena menjadi

salah satu entitas usaha yang mendukung ekonomi lokal desa. Oleh karena itu, manajemen dan operasional PUTT harus dilakukan dengan serius agar rencana yang telah dirancang dapat terlaksana dengan lancar dan sukses (Belfo & Trigo, 2013; Dennis, 2013; Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, 2017).

Pemasaran digital merujuk pada strategi atau upaya untuk mempromosikan produk melalui berbagai media digital, seperti internet dan jaringan terkait lainnya. Dengan perkembangan media digital saat ini, pemasaran digital telah terbukti menjadi metode promosi yang sangat efektif. Media pemasaran digital mencakup berbagai saluran komunikasi yang umum digunakan, seperti internet, telepon, dan televisi (Ajisuksmo et al., 2022; Hall, 2009; Kieso, 2011).

Di era revolusi industri 4.0, di mana teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, kegiatan bisnis yang sebelumnya konvensional beralih ke platform toko online. Keuntungan utama dari toko online adalah fleksibilitasnya yang tidak memerlukan tempat fisik, serta jangkauan pasar yang lebih luas dan kemudahan dalam transaksi tanpa batasan waktu. Fenomena ini mengakibatkan beberapa bisnis konvensional gulung tikar. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk memahami dan menguasai teknologi ini untuk mengadaptasi strategi pemasaran yang lebih efektif (Lin, 1998; Lubis & Junaidi., 2016; Nurfriani et al., 2014).

Desa Kebonsari terletak di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Desa ini tergolong dalam wilayah administrasi Kecamatan Sumbersari dan memiliki luas sekitar 3,94 km² dengan ketinggian rata-rata 84 meter di atas permukaan laut. Jarak Desa Kebonsari dari Kota Jember sekitar 3 km. Desa ini berbatasan langsung dengan Kelurahan Sumbersari di utara, Kelurahan Karangrejo di timur, serta Kelurahan Tegal Besar di selatan dan barat. Suhu udara di Desa Kebonsari berkisar 30°C, dengan suhu rata-rata saat musim hujan sekitar 15°C. Musim hujan biasanya berlangsung selama 6-8 bulan, sementara musim kemarau berlangsung sekitar 4-6 bulan dengan curah hujan tahun 2020 mencapai 1.602 mm/tahun (Pressman, 2010; Shagari et al., 2017).

Dengan perkembangan teknologi yang pesat, pengelolaan usaha di Desa Kebonsari juga harus mengikuti tren digital agar dapat bersaing dan berkembang. Penggunaan digital marketing dapat menjadi solusi efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk lokal, seperti tahu dan tempe yang merupakan produk utama PUTT. Masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk mempromosikan produk mereka, sehingga dapat mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan perekonomian desa (Belfo & Trigo, 2013; Dennis, 2013; Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, 2017).

METODE KEGIATAN

Dalam upaya untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mitra di era digital, tim pelaksana mengadakan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada digital marketing. Program ini terdiri dari beberapa tahapan yang dirancang secara sistematis untuk memastikan mitra dapat memahami dan menerapkan digital marketing dengan efektif. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilalui dalam program ini:

1. Tahap Sosialisasi

Pada tahap ini, tim pelaksana memberikan wawasan dan pengetahuan dasar tentang digital marketing kepada mitra. Sosialisasi dilakukan di lokasi mitra, yakni di PUTT, Kelurahan Talangsari, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Materi yang disampaikan mencakup pentingnya digital marketing dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, dan berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk promosi.

Penjelasan Materi Sosialisasi

- a. Pengenalan Digital Marketing: Menjelaskan konsep dasar digital marketing dan manfaatnya bagi usaha.
- b. Platform Digital: Memperkenalkan berbagai platform seperti media sosial, marketplace, dan website.
- c. Strategi Konten: Memberikan tips dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk target pasar.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah sosialisasi, kegiatan berlanjut ke tahap pelaksanaan di mana mitra diajarkan cara mempraktikkan apa yang telah dipelajari. Fokusnya adalah pada penerapan digital marketing dalam operasional sehari-hari.

Implementasi Strategi Digital Marketing

- a. Membuat Akun Bisnis: Panduan dalam membuat dan mengoptimalkan akun bisnis di media sosial dan marketplace.
- b. Pembuatan Konten: Pelatihan pembuatan konten yang menarik, mulai dari foto produk, deskripsi, hingga caption.
- c. Penjadwalan Posting: Mengajarkan cara mengatur jadwal posting untuk menjaga konsistensi dan interaksi dengan pelanggan.

3. Tahap Pendampingan

Tahap ini melibatkan bimbingan langsung oleh tim pelaksana kepada mitra. Pendampingan bertujuan untuk memastikan mitra dapat mengimplementasikan strategi digital marketing dengan benar dan efektif.

Bimbingan Langsung

- a. Evaluasi dan Feedback: Memberikan umpan balik atas konten dan strategi yang telah diterapkan oleh mitra.
- b. Optimalisasi Akun: Membantu mitra dalam mengoptimalkan akun bisnis mereka agar lebih menarik dan profesional.
- c. Analisis Data: Mengajarkan cara menganalisis data dari platform digital untuk memahami perilaku konsumen dan efektivitas strategi.

4. Tahap Evaluasi

Tahap terakhir adalah evaluasi, di mana keberhasilan program diukur dan dianalisis untuk menentukan dampaknya terhadap usaha mitra.

Proses Evaluasi

- a. Pengukuran Kinerja: Menggunakan metrik seperti peningkatan jumlah followers, interaksi, dan penjualan.
- b. Survey Kepuasan: Melakukan survey untuk mengukur kepuasan mitra terhadap program yang telah dijalankan.
- c. Rencana Tindak Lanjut: Memberikan rekomendasi dan rencana tindak lanjut bagi mitra untuk terus mengembangkan strategi digital marketing mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Kebonsari, Dusun Sumberdandang, berjalan dengan sukses dan lancar. Berikut adalah hasil-hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan kegiatan pengabdian tersebut:

a. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

Dalam kegiatan ini, peserta diharapkan mendapatkan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital dan perdagangan elektronik. Sosialisasi tersebut dilakukan pada hari Selasa, 14 April 2023, mulai pukul 09.00 sampai 10.00, dihadiri oleh seorang peserta. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terlihat dari keseriusan mereka dalam menyimak penjelasan. Bahkan, setelah acara berakhir, peserta melanjutkan diskusi dengan pemateri. Ini menandakan bahwa peserta memberikan respon positif terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat..



Gambar 1 Sosialisasi Digital Marketing

b. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk melatih peserta dalam penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Aktivitas yang dilakukan meliputi pelatihan pemanfaatan produk teknologi informasi, praktik membangun blog, dan praktik menyusun konten digital. Pelatihan serta bimbingan penjualan dengan digital dilaksanakan pada hari Rabu, 15 April 2023, mulai dari jam 09.00 hingga 13.00.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah ekspositori (ceramah) yang dipadukan dengan sesi diskusi interaktif. Tim pelaksana memberikan penjelasan mendalam mengenai teknis pembuatan blog dan konten digital, serta menjawab berbagai pertanyaan dari peserta. Antusiasme peserta tercermin dari banyaknya pertanyaan yang menunjukkan minat besar dan rasa ingin tahu terhadap materi yang disampaikan.

1) Rangkaian Kegiatan

a) Pelatihan Pemanfaatan Produk Teknologi Informasi

Tim pelaksana memberikan penjelasan tentang berbagai produk teknologi informasi yang dapat digunakan untuk mendukung usaha dan kegiatan sehari-hari. Peserta diajarkan cara memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

b) Praktik Membangun Blog

Peserta diajarkan langkah-langkah membangun blog, mulai dari pemilihan platform, pembuatan akun, hingga pengaturan tampilan blog. Tim pelaksana memberikan contoh langsung dan membimbing peserta dalam membuat blog mereka sendiri.

c) Praktik Menyusun Konten Digital

Tim pelaksana menjelaskan pentingnya konten digital dalam menarik pengunjung dan meningkatkan interaksi. Peserta diajarkan cara membuat konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan target audiens mereka. Tim juga memberikan tips tentang SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas konten di mesin pencari.

2) Diskusi dan Tanya Jawab

Selama sesi diskusi, peserta mengajukan berbagai pertanyaan yang menunjukkan ketertarikan mereka terhadap materi yang disampaikan. Beberapa pertanyaan yang diajukan antara lain:

a) Bagaimana cara memilih platform blog yang tepat?

“Tim pelaksana menjelaskan bahwa pemilihan platform blog tergantung pada kebutuhan dan tujuan peserta. Mereka memberikan rekomendasi beberapa platform populer seperti WordPress, Blogger, dan Wix, serta menjelaskan kelebihan dan kekurangan masing-masing.”

b) Apa saja elemen penting dalam pembuatan konten digital?

“Tim pelaksana menjelaskan bahwa elemen penting dalam pembuatan konten digital meliputi judul yang menarik, isi yang relevan dan informatif, penggunaan kata kunci yang tepat, serta visual yang mendukung seperti gambar dan video.”

c) Bagaimana cara mengoptimalkan blog untuk mesin pencari (SEO)?

“Tim pelaksana memberikan penjelasan mengenai teknik-teknik dasar SEO, seperti penggunaan kata kunci, meta deskripsi, dan backlink. Mereka juga memberikan contoh praktis bagaimana mengaplikasikan teknik-teknik tersebut pada blog yang sudah dibuat oleh peserta.”

c. Tahap Kegiatan

Artikel ini menjelaskan tentang tahapan-tahapan dalam pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM).

- 1) Pertama, kegiatan dimulai dengan sosialisasi program PkM. Undangan disebar kepada peserta, dan hasilnya menunjukkan bahwa peserta hadir dalam kegiatan sosialisasi tersebut.
- 2) Selanjutnya, dilakukan pengaturan pelaksanaan untuk menetapkan waktu dan lokasi kegiatan. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing dijadwalkan pada hari Rabu, tanggal 18 Maret 2023, di Dusun Sumberdandang, yang juga menjadi lokasi untuk Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing.
- 3) Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan PkM yang mencakup dua kegiatan utama: Sosialisasi Digital Marketing dan Pelatihan serta Pendampingan Digital Marketing. Kedua kegiatan ini sukses dilaksanakan di Dusun Sumberdandang.
- 4) Terakhir, dilakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan dan penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan. Hasilnya, laporan kegiatan berhasil disusun dan diselesaikan dengan baik.

d. Sosialisasi Digital Marketing

Pada kegiatan sosialisasi digital marketing yang dilaksanakan pada 14 April 2023, peserta diperkenalkan dengan berbagai konsep penting dalam digital marketing dan e-commerce. Pengetahuan yang disampaikan mencakup pemahaman tentang bagaimana digital marketing dapat digunakan sebagai alat untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

1. Materi Sosialisasi

a) Pengenalan Digital Marketing

Tim pelaksana memulai sosialisasi dengan memperkenalkan konsep dasar digital marketing. Mereka menjelaskan bagaimana strategi digital marketing dapat membantu bisnis dalam mencapai audiens yang lebih luas dibandingkan metode pemasaran tradisional. Peserta diajak untuk memahami peran penting digital marketing dalam era teknologi ini.

b) Platform Digital

Peserta diperkenalkan dengan berbagai platform digital yang bisa digunakan untuk promosi, seperti media sosial (Facebook, Instagram, Twitter), marketplace (Tokopedia, Shopee), dan website. Setiap platform dijelaskan secara rinci, termasuk cara penggunaannya, kelebihan, dan kekurangannya.

c) Strategi Konten

Penjelasan tentang strategi konten menjadi salah satu fokus utama. Tim pelaksana memberikan tips tentang bagaimana membuat konten yang menarik dan relevan untuk target audiens. Mereka juga menjelaskan pentingnya konsistensi dalam posting konten dan bagaimana konten yang baik dapat meningkatkan interaksi dan kepercayaan pelanggan.

d) Search Engine Optimization (SEO)

Peserta diajarkan dasar-dasar SEO, termasuk cara penggunaan kata kunci, meta deskripsi, dan backlink untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari seperti Google. Tim pelaksana memberikan contoh praktis dan alat-alat yang bisa digunakan untuk mengoptimalkan konten secara SEO-friendly.

2. Diskusi Aktif

Setelah sesi penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi aktif. Antusiasme peserta tercermin dari perhatian mereka selama sesi berlangsung dan banyaknya pertanyaan yang diajukan. Beberapa pertanyaan yang diajukan antara lain:

a) Bagaimana cara memulai digital marketing bagi pemula?

Tim pelaksana menjelaskan langkah-langkah dasar yang bisa diambil oleh pemula, seperti membuat akun bisnis di media sosial, memahami audiens target, dan mulai membuat konten yang relevan dan menarik. Mereka juga menyarankan untuk memulai dari platform yang paling familiar bagi peserta.

b) Apa perbedaan antara pemasaran melalui media sosial dan marketplace?

Tim pelaksana menjelaskan bahwa pemasaran melalui media sosial lebih berfokus pada membangun komunitas dan interaksi langsung dengan pelanggan, sementara marketplace lebih berfokus pada transaksi jual beli dan menawarkan kemudahan dalam menemukan produk. Keduanya memiliki kelebihan masing-masing dan bisa digunakan secara bersamaan untuk hasil yang lebih maksimal.

c) Bagaimana mengukur keberhasilan strategi digital marketing?

Tim pelaksana menjelaskan beberapa metrik yang bisa digunakan untuk mengukur keberhasilan, seperti jumlah pengunjung website, tingkat konversi, jumlah followers dan interaksi di media sosial, serta peningkatan penjualan. Mereka juga memperkenalkan alat-alat analitik yang bisa membantu dalam pengukuran tersebut.

3. Praktik Langsung

Sebagai bagian dari sosialisasi, peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung. Mereka diajak untuk membuat akun bisnis di salah satu platform digital, menyusun rencana konten, dan mencoba mengoptimalkan konten dengan teknik SEO. Tim pelaksana memberikan bimbingan dan feedback selama praktik berlangsung, memastikan setiap peserta memahami dan dapat mengaplikasikan materi yang telah disampaikan.

e. Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing

Pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan pada 15 April 2023, bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis dalam penggunaan teknologi informasi. Peserta dilatih untuk membuat blog dan konten digital yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Pelatihan ini penting karena memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam kegiatan sehari-hari mereka.

1. Rangkaian Kegiatan Pelatihan

a) Membangun Blog

Peserta diajarkan langkah-langkah dalam membangun blog, mulai dari pemilihan platform yang sesuai, pembuatan akun, hingga pengaturan tampilan blog. Tim pelaksana memberikan penjelasan rinci dan contoh langsung untuk memudahkan peserta dalam mengikuti setiap langkah.

b) Menyusun Konten Digital

Dalam sesi ini, peserta belajar cara menyusun konten digital yang menarik dan relevan. Materi mencakup pembuatan artikel, penggunaan gambar dan video, serta penulisan caption yang efektif. Peserta juga diberikan tips tentang bagaimana membuat konten yang SEO-friendly untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari.

c) Praktik Langsung

Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung di bawah bimbingan tim pelaksana. Mereka membuat blog dan mulai menyusun konten digital mereka sendiri. Tim pelaksana memberikan umpan balik dan saran untuk membantu peserta meningkatkan hasil kerja mereka.

2. Diskusi dan Tanya Jawab

Selama pelatihan, diskusi aktif terjadi antara peserta dan tim pelaksana. Beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peserta antara lain:

a) Bagaimana cara meningkatkan traffic ke blog?

Tim pelaksana menjelaskan pentingnya konsistensi dalam mengupdate konten, penggunaan kata kunci yang tepat, promosi melalui media sosial, dan membangun backlink untuk meningkatkan traffic ke blog.

b) Apa platform terbaik untuk memulai blog?

Tim pelaksana merekomendasikan beberapa platform populer seperti WordPress dan Blogger, serta memberikan panduan tentang kelebihan dan kekurangan masing-masing platform sehingga peserta dapat memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

c) Bagaimana membuat konten yang menarik?

Tim pelaksana memberikan tips tentang penulisan yang engaging, penggunaan visual yang menarik, serta cara memahami audiens untuk membuat konten yang relevan dan menarik perhatian.

3. Hasil yang Dicapai oleh PUTT Terkait Digital Marketing

PUTT (Paguyuban Usaha Tahu Tempe) telah berhasil mencapai beberapa hasil signifikan dalam penerapan digital marketing:

a) Peningkatan Visibilitas Online

Setelah mengikuti pelatihan, banyak mitra yang melaporkan peningkatan visibilitas online mereka. Dengan blog dan konten digital yang lebih terstruktur dan SEO-friendly, website dan media sosial mereka mendapatkan lebih banyak pengunjung.

b) Penjualan yang Meningkat

Beberapa mitra melihat peningkatan penjualan sebagai hasil dari strategi digital marketing yang diterapkan. Konten digital yang menarik dan promosi melalui platform media sosial membantu mereka menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

c) Engagement yang Lebih Baik

Konten yang lebih menarik dan relevan juga meningkatkan engagement dengan audiens. Mitra melaporkan peningkatan interaksi di media sosial, seperti likes, shares, dan komentar, yang menunjukkan bahwa audiens lebih terlibat dengan konten yang mereka buat.

d) Penguasaan Teknologi Digital

Pelatihan dan pendampingan yang diberikan membantu peserta menguasai teknologi digital dengan lebih baik. Mereka sekarang lebih percaya diri dalam menggunakan berbagai alat dan platform digital untuk mendukung usaha mereka.

Dengan hasil-hasil ini, PUTT menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam digital marketing tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga berdampak nyata dalam pengembangan usaha mitra. Peserta yang telah mengikuti program ini sekarang memiliki keterampilan praktis yang dapat mereka terapkan untuk mencapai kesuksesan lebih besar di era digital.

f. Evaluasi dan Pembuatan Laporan

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah evaluasi dan pembuatan laporan. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas dari kegiatan yang telah dilaksanakan, melihat sejauh mana tujuan kegiatan tercapai, serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk kegiatan mendatang. Laporan pelaksanaan kegiatan disusun sebagai dokumentasi dari seluruh proses dan hasil yang telah dicapai. Laporan ini penting

sebagai bukti pertanggungjawaban dan sebagai referensi untuk kegiatan pengabdian di masa yang akan datang.

1. Hasil Evaluasi

a) Efektivitas Kegiatan

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan pengabdian ini dinilai sangat efektif dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada peserta. Peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang konsep digital marketing dan mampu mengaplikasikannya dalam praktik.

b) Pencapaian Tujuan

Tujuan utama dari kegiatan ini, yaitu meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi informasi untuk keperluan pemasaran, tercapai dengan baik. Peserta mampu membuat blog dan konten digital yang sesuai dengan standar yang diajarkan.

c) Tingkat Kepuasan Peserta

Tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan ini sangat tinggi. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan 95% peserta merasa puas dengan materi dan metode pelatihan yang diberikan.

d) Area untuk Perbaikan

Beberapa area yang diidentifikasi perlu perbaikan meliputi durasi pelatihan yang dianggap masih kurang oleh beberapa peserta, serta kebutuhan untuk lebih banyak sesi praktik langsung. Rekomendasi ini akan dipertimbangkan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

2. Hasil yang Telah Dicapai

a) Peningkatan Pengetahuan

Peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan signifikan tentang digital marketing dan e-commerce. Mereka memahami bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan.

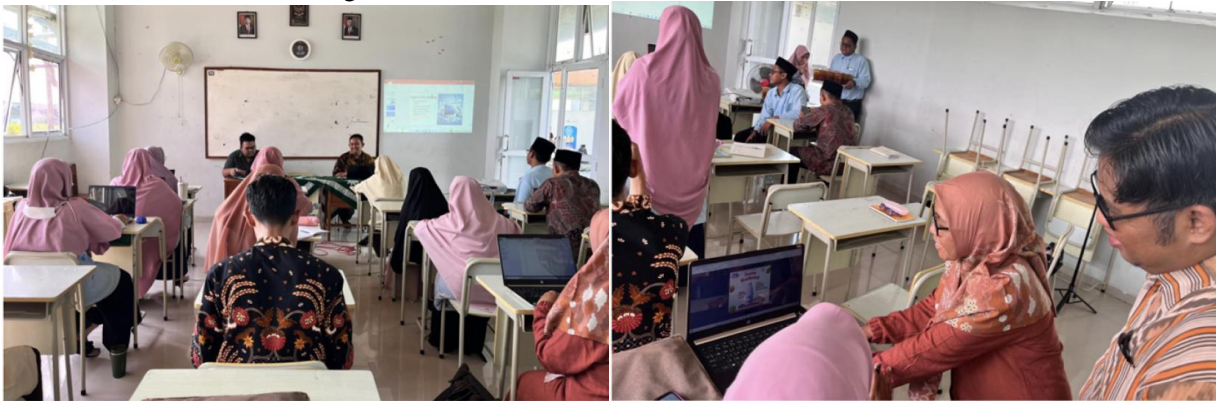
b) Keterampilan Praktis

Peserta berhasil mengembangkan blog dan konten digital yang menarik. Beberapa blog yang dibuat selama pelatihan telah mendapatkan feedback positif dari audiens mereka.

c) Implementasi di Lapangan

Setelah pelatihan, beberapa peserta langsung menerapkan apa yang mereka pelajari dalam usaha mereka. Hal ini menghasilkan peningkatan interaksi dengan pelanggan dan peningkatan penjualan.

d) Dokumentasi Kegiatan.



Gambar 2 Pelaksanaan Kegiatan

e) Testimoni Peserta:

- 1) "Pelatihan ini sangat bermanfaat bagi saya. Saya belajar banyak tentang digital marketing dan sekarang saya bisa membuat blog untuk usaha saya." - Andi, peserta pelatihan.
- 2) "Saya merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial untuk promosi produk saya. Terima kasih atas pelatihannya!" - Siti, peserta pelatihan.
3. Rencana Tindak Lanjut

Berdasarkan hasil evaluasi dan rekomendasi dari peserta, beberapa rencana tindak lanjut telah disusun:

- a) **Penambahan Durasi Pelatihan** : Durasi pelatihan akan ditambah untuk memberikan waktu yang lebih banyak bagi peserta dalam melakukan praktik langsung.

- b) **Penyelenggaraan Sesi Lanjutan:** Akan diadakan sesi lanjutan untuk peserta yang ingin mendalami lebih lanjut tentang digital marketing dan teknologi informasi.
- c) **Pengembangan Materi:** Materi pelatihan akan diperbarui dan dikembangkan lebih lanjut untuk mencakup topik-topik terbaru dalam digital marketing dan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kebonsari, Dusun Sumberdandang, menunjukkan bahwa sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital memberikan dampak positif bagi peserta. Pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh selama kegiatan ini membantu mereka memahami bahwa pemasaran digital tidak hanya sebatas promosi dan penjualan, tetapi juga meliputi pemanfaatan dan penyempurnaan media internet dalam komunikasi dan perdagangan. Peserta mampu mengaplikasikan teknologi informasi sebagai alat pendukung promosi dan pemasaran, tidak hanya mengandalkan media sosial. Pelaksanaan kegiatan yang teratur dan partisipatif menciptakan suasana belajar yang kondusif dan interaktif, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa melalui pemanfaatan teknologi digital.

SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas program pelatihan digital marketing di Desa Kebonsari, disarankan untuk memperpanjang durasi pelatihan agar materi dapat disampaikan lebih mendalam dan peserta memiliki lebih banyak waktu untuk praktek. Pendampingan berkelanjutan juga penting, bisa dilakukan melalui kelompok diskusi online atau sesi konsultasi rutin. Variasi materi pelatihan perlu ditambahkan, termasuk manajemen bisnis, teknik penjualan, dan pengembangan produk. Mengundang ahli digital marketing sebagai pembicara tamu akan meningkatkan kualitas pembelajaran. Selain itu, pastikan peserta memiliki akses yang memadai terhadap teknologi yang dibutuhkan, seperti komputer dan internet. Evaluasi berkala dan feedback dari peserta sangat penting untuk memperbaiki program pelatihan. Terakhir, bantu peserta mengembangkan jaringan usaha dengan menghubungkan mereka dengan komunitas bisnis, platform e-commerce, dan pasar potensial untuk membuka peluang bisnis yang lebih luas

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jember atas dukungan finansial yang diberikan untuk kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajisuksmo, C. R. P., Prabawanti, B. E., Susilandari, C. A., & Heni, A. H. (2022). Pemberdayaan Perempuan Melalui Kerajinan Tangan Dan Teknologi Digital Untuk Memasarkan Produk Serta Mengelola Keuangan. *Abdimas Dewantara*, 5(2), 211–223. <https://doi.org/https://doi.org/10.30738/ad.v5i2.9122>
- Belfo, F., & Trigo, A. (2013). Accounting Information Systems: Tradition and Future Directions. *International Conference on Health and Social Care Information Systems and Technologies*, 536 – 546.
- Dennis, A. d. (2013). *Systems Analysis and Design with UML* (4th ed.). John Wiley and Sons.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. (2017). *Perubahan Rencana Strategis Tahun2016-2021*.
- Hall, J. A. (2009). *Sistem Informasi Akuntansi*. Salemba Empat.
- Kieso, K. W. (2011). *Financial Accounting IFRS Edition*. John Wiley & Sons, Inc.
- Lin, C. Y.-Y. (1998). Success Factors of Small- and Medium-Sized Enterprises in Taiwan AnAnalysis of Cases. *Journal of Small Business Management*, XXXVI, 43–56.
- Lubis, T. A., & Junaidi. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil danMenengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 163–174.
- Nurfriani, V., Paramu, H., & Utami, E. S. (2014). *Analisis Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah(UMKM) Dengan dan Tanpa Pinjaman Di Kabupaten Jember*.
- Pressman, R. (2010). *Software Engineering: A Practitioner's Approach*. Mc Graw-Hill Companies inc.
- Shagari, S. L., Abdullah, A., & Saat, R. M. (2017). Accounting Information Systems Effectiveness :Evidence From The Nigerian Banking Sector. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 309–335.

