

LAPORAN
PENGABDIAN MASYARAKAT



**PENINGKATAN PEMAHAMAN *DIGITAL MARKETING* PADA
UMKM DI KECAMATAN UMBULSARI**

Oleh:

Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.

NIDN. 0707119401

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS
WIDYA GAMA LUMAJANG
TAHUN 2021**

LAPORAN
PENGABDIAN MASYARAKAT



**PENINGKATAN PEMAHAMAN *DIGITAL MARKETING* PADA
UMKM DI KECAMATAN UMBULSARI**

Oleh:

Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.

NIDN. 0707119401

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS
WIDYA GAMA LUMAJANG
TAHUN 2021**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT

1. Judul Pengabdian : Peningkatan Pemahaman *Digital Marketing* pada UMKM di Kecamatan Umbulsari
2. Nama Mitra Program : UMKM Sumber Rejeki
3. Ketua Pengabdian :
 - a. Nama Lengkap : Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.
 - b. NIDN : 0707119401
 - c. Status Dosen : Dosen Tetap
 - d. Jabatan Fungsional : -
 - e. Program Studi : Manajemen
4. Lokasi Kegiatan Pengabdian :
 - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari
 - b. Kabupaten/Kota : Jember
 - c. Propinsi : Jawa Timur
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (Km) : 20
 - e. Alamat Kantor/Telp/Fax : Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Jember
7. Jumlah Biaya yang Diusulkan :
 - a. Jumlah Biaya dari Lembaga : Rp. 2.000.000,-
 - b. Jumlah Biaya Pribadi : -

Lumajang, 22 November 2021

Menyetujui,
Ketua LPPM ITB Widya Gama Lumajang

Ketua Pengusul,

Riza Bahtiar Sulistian, S.E., M.M.
NIPY. 07350801044

Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.
NIDN. 0707119401

Mengetahui,
Rektor ITB Widya Gama Lumajang

Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M.M.
NIPY. 07350802010



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS

WIDYA GAMA LUMAJANG

Kampus: Jl. Gatot Subroto No. 4 Telp./ Fax (0334) 881924 Lumajang, Jawa Timur (67352)
Email: info@itbwigalumajang.ac.id, Website: itbwigalumajang.ac.id.

SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Nomor: B/1241/PM.00.01/2021

Sehubungan dengan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya pengabdian kepada masyarakat, maka yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riza Bahtiar Sulistyan, S.E., M.M.
NIPY : 07350801044
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Dengan ini menugaskan kepada Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang yang namanya tercantum di bawah ini untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat:

Nama : Nur Latifah Isnaini Putri, S.E., M.M.
NIDN : 0707119401
Judul Pengabdian : Peningkatan Pemahaman Digital Marketing pada UMKM di Kecamatan Umbulsari

Adapun kegiatan tersebut berlangsung pada Semester II tahun 2021

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, dan diharapkan untuk melaporkan hasil kegiatannya kepada pihak yang terkait. Atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Lumajang, 16 Oktober 2021

Ketua LPPM



Riza Bahtiar Sulistyan, S.E., M.M.

NIPY. 07350801044

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT	ii
SURAT TUGAS PENGABDIAN MASYARAKAT	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
RINGKASAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi Mitra Pengabdian	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	2
BAB II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	3
2.1 Solusi.....	3
2.2 Target Luaran	3
BAB III. METODE PELAKSANAAN	5
3.1 Tahapan Pelaksanaan	5
3.2 Metode Penyelesaian	6
3.3 Rancangan Kegiatan	6
BAB IV . BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN.....	9
4.1 Anggaran Biaya.....	9
4.2 Jadwal Kegiatan	9
BAB V PELAKSANAAN	11
5.1. Hasil Yang Dicapai	11
5.1.1. Pelaksanaan Kegiatan.....	11
5.1.2. Jadwal Pelaksanaan.....	13
5.1.3. Penyelesaian Permasalahan.....	13
5.2. Luaran Yang Dicapai.....	13
BAB VI PENUTUP	15
6.1 Kesimpulan.....	15

6.2 Saran.....	15
DAFTAR PUSTAKA	17
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rencana Target Capaian Luar.....	4
Tabel 4.1 Anggaran Biaya Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.....	9
Tabel 4.2 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.....	10
Tabel 5.1 Jadwal Pelaksanaan.....	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Konsep Penerapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Justifikasi Anggaran

Lampiran 2 Biodata Dosen Pelaksanaan

Lampiran 3 Peta Lokasi Wilayah Mitra

Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan

Lampiran 5 Materi Pengabdian Kepada Masyarakat

Lampiran 6 Daftar Hadir Pengabdian Masyarakat

Lampiran 7 Surat Pernyataan Kerjasama Mitra

RINGKASAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Banyak masyarakat yang terdampak pandemi Covid 19 dalam sektor ekonomi. Masyarakat harus dapat melihat peluang bisnis dengan baik walaupun terjadi pembatasan. Pada masa pandemi dituntut untuk dapat lebih berinovasi dan memanfaatkan kelebihan teknologi yang ada pada saat ini. Jika UMKM yang ada dalam masyarakat tidak mampu melihat peluang, mengikuti pergerakan teknologi terlebih pada masa pandemi secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan dan juga perkembangan dari UMKM yang dimiliki. Tidak terkecuali pada pelaku UMKM UD Sumber Rejeki di Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari.

Pemahaman terkait *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari ini sangat minim. UMKM tersebut bergerak di bidang olahan kerupuk di mana UMKM tersebut memproduksi, mengemas dan memasarkan kerupuk ke pasar dan reseller. Akan tetapi pembatasan masa pandemi Covid 19 sangat memberikan dampak untuk penurunan permintaan pasar.

Terjadinya penurunan permintaan pasar pada masa pandemi Covid 19 mempengaruhi tingkat pendapatan anggota UMKM Kecamatan Umbulsari. Perlunya pemahaman terkait dengan *digital marketing* menjadi salah satu solusi pada masa pandemi untuk UMKM tetap bertahan dan dapat memasarkan produk olahannya. Maka dari itu dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan (1) Peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari (2) Pemberian dan penjelasan materi terkait tentang *digital marketing* (3) Pembahasan permasalahan UMKM untuk *digital marketing*. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari. Metode pelaksanaan yaitu melalui diskusi permasalahan, pemberian materi dengan praktek. Sasaran kegiatan ini adalah Sumber Daya Manusia dari UMKM Kecamatan Umbulsari yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman *digital marketing* dalam memasarkan produk hasil olahan di masa pandemi Covid 19 sehingga menunjang pendapatan dan

mengembangkan UMKM dengan cakupan pemasaran yang lebih luas. Hasil dari kegiatan ini adalah terlaksananya kegiatan untuk memasarkan produk hasil olahan ditengah pandemi melalui *digital marketing* dengan media sosial yang sering dipakai.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Banyak masyarakat yang terdampak pandemi Covid 19 dalam sektor ekonomi. Masyarakat harus dapat melihat peluang bisnis dengan baik walaupun terjadi pembatasan. Pada masa pandemi dituntut untuk dapat lebih berinovasi dan memanfaatkan kelebihan teknologi yang ada pada saat ini. Jika UMKM yang ada dalam masyarakat tidak mampu melihat peluang, mengikuti pergerakan teknologi terlebih pada masa pandemi secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan dan juga perkembangan dari UMKM yang dimiliki. Tidak terkecuali pada pelaku UMKM UD Sumber Rejeki di Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari.

Pemahaman terkait *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari ini sangat minim. UMKM tersebut bergerak di bidang olahan kerupuk di mana UMKM tersebut memproduksi, mengemas dan memasarkan kerupuk ke pasar dan reseller. Akan tetapi pembatasan masa pandemi Covid 19 sangat memberikan dampak untuk penurunan permintaan pasar. Terjadinya penurunan permintaan pasar pada masa pandemi Covid 19 mempengaruhi tingkat pendapatan anggota UMKM Kecamatan Umbulsari. Perlunya pemahaman terkait dengan *digital marketing* menjadi salah satu solusi pada masa pandemi untuk UMKM tetap bertahan dan dapat memasarkan produk olahannya. Maka dari itu dilakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan (1) Peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari (2) Pemberian dan penjelasan materi terkait tentang *digital marketing* (3) Pembahasan permasalahan UMKM untuk *digital marketing*. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari. Metode pelaksanaan yaitu melalui diskusi permasalahan, pemberian materi dengan praktek. Sasaran kegiatan ini adalah Sumber Daya Manusia dari UMKM Kecamatan Umbulsari yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman *digital marketing* dalam memasarkan produk hasil olahan di masa pandemi Covid 19 sehingga menunjang pendapatan dan mengembangkan UMKM dengan cakupan pemasaran yang lebih luas. Hasil dari kegiatan ini adalah terlaksananya kegiatan untuk memasarkan produk hasil olahan di tengah pandemi melalui *digital marketing* dengan media sosial yang sering dipakai.

1.2 Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil analisis situasi mitra tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa UMKM Kecamatan Umbulsari yang terletak di Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember mempunyai permasalahan sebagai berikut :

1. Terbatasnya pemahaman terkait dengan *digital marketing*.
2. Terbatasnya kemampuan dalam mengelola pemasaran melalui *digital marketing*.
3. Penggunaan sosial media yang dimiliki oleh beberapa pelaku UMKM Kecamatan Umbulsari tidak digunakan untuk memasarkan produk yang dihasilkan.

Selanjutnya pembicaraan formal dengan kelompok mitra UMKM Kecamatan Umbulsari ini menghasilkan kesepakatan bahwa UMKM Kecamatan Umbulsari menginginkan dapat memahami pemakaian *digital marketing* untuk penerapan pemasaran produk secara konsisten. Sehingga dapat memajukan UMKM Kecamatan Umbulsari yang terletak di Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember dengan sebaik baiknya.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Solusi yang ditawarkan kepada UMKM Kecamatan Umbulsari di Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember dalam rangka pendampingan peningkatan kewirausahaan dan digital marketing, sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemahaman *digital marketing* UMKM Kecamatan Umbulsari
2. Memberikan wawasan mengenai pemasaran melalui *digital marketing*, yaitu pemasaran online.
3. Melakukan diskusi dari permasalahan yang dihadapi guna untuk mendapatkan solusi dari masalah yang ada, termasuk pada penggunaan sosial media yang dimiliki oleh beberapa pelaku UMKM Kecamatan Umbulsari untuk memperluas pasar dimasa pandemi.

2.2 Target Luaran

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menghasilkan target sesuai dengan harapan UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, sebagai berikut :

1. Peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari.
2. Manajemen pemasaran melalui *digital marketing* dapat memperluas pangsa pasar UMKM Kecamatan Umbulsari untuk memasarkan produk yang dihasilkan pada masa pandemi.
3. Adanya *digital marketing* dapat memaksimalkan penggunaan *smartphone* yang dimiliki beberapa anggota UMKM Kecamatan Umbulsari sehingga dapat meningkatkan penjualan UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini yang melibatkan dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang diharapkan dapat menjadi salah satu penyelesaian tugas dan kewajiban dosen dalam memenuhi Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu sesuai dengan bidang ilmu yang dimiliki oleh dosen.

Adapun rencana target capaian luaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

Table 2.1
Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah di jurnal ber ISSN/prosiding jurnal nasional	Tidak ada
2	Publikasi pada media masa/online/repocitory PT	Sudah dilaksanakan
3	Peningkatan Pemahaman <i>Digital Marketing</i>	Ada
4	Peningkatan manajemen pemasaran melalui <i>digital marketing</i>	Ada
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, social, politik, keamanan, keterampilan, pendidikan, kesehatan)	Draf
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di Jurnal Internasional	Tidak ada
2	Jasa, rekayasa social, metode atau sistem, produk/barang	Ada
3	Inovasi baru TTG	Tidak ada
4	Hak kekayaan intelektual (paten, paten sederhana, hak cipta, merek dagang, rahasia dagang, desain produk industry, perlindungan varietas tanaman, perlindungan desain, topografi sirkuit terpadu).	Tidak ada
5	Buku ber ISBN	Tidak ada

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Tahapan Pelaksanaan

Permasalahan mitra yaitu UMKM Kecamatan Umbulsari yang terletak di Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember dalam hal ini yang menyangkut pemahaman *digital marketing* untuk UMKM. Keterbatasan UMKM Kecamatan Umbulsari pada *digital marketing* sangat perlu dilakukan untuk membantu memperluas pangsa pasar UMKM Kecamatan Umbulsari pada masa pandemi dan sekaligus dapat mengenalkan hasil olahan produksinya. Pemanfaatan penggunaan *smartphone* yang banyak dimiliki oleh anggota UMKM Kecamatan Umbulsari akan mempermudah mengenalkan *digital marketing* yang akan dilaksanakan. *Digital marketing* adalah suatu aktivitas promosi, baik untuk mempromosikan sebuah *brand*, produk maupun jasa menggunakan media digital atau yang biasa digunakan, *smartphone* atau gadget.

Dengan meminta bantuan dari perguruan tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang melalui dosen sebagai pemenuhan tugas serta tanggung jawab dosen terhadap Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka peningkatan pemahaman *digital marketing* terhadap UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember secara berkesinambungan itu terlaksana. Melalui peningkatan pemahaman *digital marketing* UMKM Kecamatan Umbulsari.

diharapkan dapat menyelesaikan dan memberi solusi terhadap permasalahan yang ada di UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember.

Ada beberapa langkah untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, diantaranya :

1. Mencari solusi dari permasalahan yang ada dengan memberikan pelatihan peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM.
2. Memberikan pendampingan dan pelatihan terkait dengan *digital marketing* untuk manajemen pemasaran agar dapat memanfaatkan penggunaan sosial media.
3. Mendampingi dalam proses dalam penggunaan media social melalui gadget atau *smartphone* dari pelaku UMKM Kecamatan Umbulsari.

Semua langkah tersebut membutuhkan pembinaan untuk pendampingan dan pelatihannya karena pembinaan ini membutuhkan kesigapan dari pelaku UMKM Kecamatan Umbulsari agar melakukan secara konsisten demi keberlangsungan UMKM.

3.2 Metode Penyelesaian

Metode penyelesaian yang akan dijalankan untuk menyelesaikan permasalahan UMKM tersebut adalah dengan beberapa cara, diantaranya adalah :

1. Pemberian materi *digital marketing* untuk

Pemberian materi ini dilakukan untuk lebih memberikan pandangan terkait dengan *digital marketing* untuk UMKM dan beberapa manfaat yang akan diterima ketika menerapkan *digital marketing*.

2. Pelatihan dan pendampingan *digital marketing*

Pelatihan ini dilakukan untuk mengajarkan bagaimana cara memasarkan produk yang dihasilkan oleh UMKM Kecamatan Umbulsari melalui *digital marketing* yang dilakukan melalui pemasaran lewat sosial media secara konsisten untuk memperlluas pasar.

3. Memonitoring dan evaluasi

Monitoring dan evaluasi ini diperuntukkan untuk melihat perkembangan dan kemajuan UMKM selama beberapa waktu.

3.3 Rancangan Kegiatan

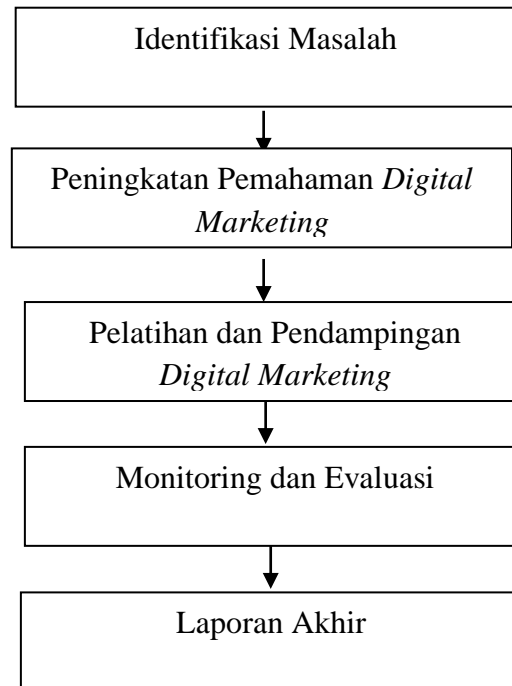
Rancangan kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini, yaitu dengan cara melakukan pendekatan dengan melihat secara langsung dan mengidentifikasi masalah yang ada di UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember. Pendekatan ini dengan melakukan wawancara dan melihat sejauh mana pemahaman UMKM tentang *digital marketing*. Selanjutnya dosen Institut Teknologi Widya Gama Lumajang beserta anggota UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember menjadwalkan waktu yang tepat guna memberikan pengetahuan kepada anggota UMKM Kecamatan Umbulsari dengan memberi pemahaman tentang *digital marketing*.

Langkah berikutnya adalah memberikan pelatihan kepada para anggota UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember tentang pemahaman *digital marketing* oleh para dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. Pemberian wawasan ini diharapkan agar para anggota UMKM dapat menambah pemahaman tentang *digital marketing*.

Langkah selanjutnya setelah diberikan materi maka dilakukan pendampingan kepada para anggota UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember. Diharapkan anggota UMKM lebih mengerti lagi, dikarenakan pendampingan ini di peruntukkan agar anggota UMKM dapat bertanya secara aktif dan dapat mengaplikasikan *digital marketing* lewat jejaring social media, dengan berbasis *smartphone* atau gadget yang dimiliki oleh anggota UMKM Kecamatan Umbulsari.

Langkah selanjutnya adalah memonitoring hasil kerja anggota UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, khususnya terkait tentang *digital marketing* yang harus dilakukan secara terus-menerus untuk lebih emnekankan bahwa UMKM Kecamatan Umbulsari mampu mengembangkan usaha dan mengenalkan produk olahan yaitu kerupuk yang dihasilkan ke *market* yang lebih luas. Sehingga pengabdian masyarakat dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang dapat terlaksana dengan baik. Selanjutnya dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang memberikan hasil laporan tentang kegiatan peningkatan pemahaman *digital marketing* kedalam laporan hasil pengabdian masyarakat ke Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

Gambar 3.1 Konsep Penerapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kepada Mitra



BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1 Anggaran Biaya

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember dengan judul “Peningkatan pemahaman *Digital Marketing* Pada UMKM Kecamatan Umbulsari” yang telah di uraikan pada bab-bab sebelumnya, maka berikut ini disajikan ringkasan anggaran biaya yang disusun berdasarkan justifikasi anggaran biaya pada lampiran 1, sebagai berikut :

Tabel 4.1 Anggaran Biaya Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Komponen	Biaya yang Diusulkan (Rp)
1.	Honorarium	0
2.	Peralatan penunjang	150,000
3.	Beban Lebih Pakai dan Peralatan	250,000
4.	Perjalanan	850.000
5.	Lain-lain	750.000
Jumlah		2.000.000

Sumber : Justifikasi Anggaran Biaya

4.2 Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat digunakan agar apa yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan awal. Jadwal kegiatan dimulai dari koordinasi dengan UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember dari awal sampai dengan evaluasi akhir kegiatan.

Jadwal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terhadap UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, sebagai berikut:

BAB V

PELAKSANAAN

5.1 Hasil Yang Dicapai

5.1.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan berdasarkan identifikasi masalah dengan mitra UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember yang menghasilkan kesepakatan untuk mengadakan peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari. Dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut :

1. Tahap Pertama

Pada tahapan ini dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang melakukan kunjungan ke mitra UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember untuk melakukan identifikasi masalah yang ada pada UMKM Kecamatan Umbulsari terkait tentang *digital marketing* UMKM. Pada tahapan ini diperoleh kata sepakat untuk dilakukannya pelatihan manajemen keuangan pada tanggal 10-11 November 2021 di rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember. Dimulai dengan pemberian materi *digital marketing*, pendampingan dan monitoring dan evaluasi.

2. Tahap Kedua

Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang melakukan persiapan pelatihan dengan mengadakan koordinasi dengan pihak-pihak UMKM Kecamatan Umbulsari, diantaranya :

- a. Melakukan koordinasi dengan UMKM Kecamatan Umbulsari dengan tujuan agar terjalin kerjasama guna kelangsungan kegiatan peningkatan pemahaman *digital marketing*. Pengabdian masyarakat dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang sebagai pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- b. Melakukan persiapan kegiatan pelatihan kewirausahaan setelah dilakukannya koordinasi dengan UMKM Kecamatan Umbulsari. Pelatihan yang dilakukan di rumah ketua UMKM Kecamatan Umbulsari pada tanggal 10 November 2021 diharapkan dapat diikuti oleh seluruh anggota UMKM Kecamatan Umbulsari.

3. Tahapan Ketiga

Pelaksanaan pelatihan *digital marketing* untuk keberlangsungan UMKM Kecamatan Umbulsari pada masa pandemi sehingga dapat memperluas cakupan pasar, serta memperkenalkan produk olahan kerupuk sebagai makanan tambahan demi mendapatkan konsumen dari berbagai wilayah guna meningkatkan produktifitas penjualan UMKM Kecamatan Umbulsari. Pemahaman *digital marketing* atau Manajemen pemasaran melalui media sosial kepada para anggota UMKM Kecamatan Umbulsari agar lebih mengerti, dan melakukan secara konsisten dan terus menerus untuk memperluas cakupan wilayah terlebih pada masa pandemic dan mendapatkan konsumen dari berbagai wilayah. Pelaksanaan pendampingan ini dilakukan di rumah ketua anggota UMKM Kecamatan Umbulsari.

Pada kegiatan ini seluruh peserta mendapatkan beberapa fasilitas diantaranya :

- a. 1 Set Map Plastik dengan isi didalamnya materi, note book, dan bollpoin.
- b. Konsumsi berupa 1 kotak kue dan 1 kotak nasi serta 1 botol air mineral.
- c. Uang saku sebagai pengganti transportasi.

4. Tahapan Keempat

Monitoring dan evaluasi kewirausahaan dan *digital marketing* UMKM Kecamatan Umbulsari setelah melalui pemberian materi dan pelatihan. Diharapkan monitoring dan evalusi ini, dosen Institut Teknolohgi dan Bisnis Widya Gama Lumajang dapat melihat keseriusan dan telah benarnya manajemen pemasaran UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember. Sehingga UMKM Kecamatan Umbulsari dapat berkembang dan memperluas cakupan pemasaran serta memperoleh konsumen dari berbagai wilayah tidak hanya di daerah kecamatan Umbulsari.

5.1.2 Jadwal Pelaksanaan

Adapun jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat disajikan dalam table sebagai berikut :

No	Hari/Tanggal	Pukul	Kegiatan	Pemateri	Tempat
1	Senin, 01 November 2021	09.00- 12.00	Identifikasi masalah ke UMKM Kecamatan Umbulsari	TIM Dosen	Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari
2	Jumat, 05 November 2021	13.00- 15.00	Persiapan pelatihan di rumah Ketua Kecamatan Umbulsari	TIM Dosen	Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari
3	Rabu, 10 November 2021	09.00- 13.00	Peningkatan pemahaman Digital Marketing	Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.	Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari
4	Kamis, 11 November 2021	08.00- 12.00	Pendampingan <i>digital marketing</i> pada anggota UMKM Kecamatan Umbulsari	Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.	Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari
6	Setiap hari Sabtu bulan November	09.00- 12.00	Monitoring dan evaluasi	Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.	Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari

5.1.3 Penyelesaian Masalah

Sebagai ukuran keberhasilan pengabdian masyarakat, terkait peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, sebagai berikut :

1. Meningkatnya pemahaman anggota UMKM Kecamatan Umbulsari terkait *digital marketing*.
2. Meningkatkan kemampuan dalam manajemen pemasaran melalui *digital marketing* melalui media social yang dimiliki oleh para pelaku UMKM Kecamatan Umbulsari.
3. Sebagai acuan untuk memberikan semangat dalam mengelola manajemen pemasaran pada masa pandemic sehingga menaikkan pendapatan atau penjualan dari UMKM Kecamatan Umbulsari.

5.2 Luaran Yang Dicapai

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat menghasilkan luaran kepada mitra adalah sebagai berikut :

1. Sumber daya manusia yang memahami *digital marketing* sebagai salah satu trik masa pandemic untuk memperluas pasar dalam UMKM nya.
2. Melalui *digital marketing* dapat memebrikan semangat dan dampak untuk hasil olahan UMKM agar dikenal tidak hanya didaerah kecamatan tapi bisa mendapat konsumen dari berbagai cakupan wilayah jika terus – menerus secara konsisten melakukan pemasaran *online*.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada peningkatan pemahaman *digital marketing* pada UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, yaitu:

1. Mitra UMKM Kecamatan Umbulsari memiliki keinginan untuk meningkatkan pemahaman *digital marketing* untuk mengenalkan produk hasil olahan yaitu kerupuk tidak hanya di daerah kecamatan Umbulsari akan tetapi untuk cakupan yang lebih luas, baik menjual produk hasil olahan kerupuk mentah maupun matang yang telah dikemas.
2. Tercapainya keinginan Kecamatan Umbulsari untuk dapat mempelajari bagaimana melakukan pemasaran lewat jejaring social media atau *digital marketing* untuk memperluas cakupan pemasaran, terlebih pada masa pandemi, mengenalkan produk dan dapat menambah konsumen dari berbagai wilayah, dengan melalui kerjasama dosen Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang sebagai suatu bentuk pengabdian masyarakat dosen dalam memenuhi tugas dan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi.
3. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat menghasilkan luaran apa yang diharapkan oleh UMKM Kecamatan Umbulsari, yaitu :
 - a. Peningkatan pemahaman *digital marketing* untuk memasarkan produk hasil olahan melalui pemasaran online.
 - b. Dapat mengelola manajemen pemasaran melalui *digital marketing* untuk keberlangsungan UMKM.

6.2 Saran

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disajikan beberapa saran demi kemajuan mitra UMKM Kecamatan Umbulsari Dusun Purwosari RT 01 RW 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari Jember, yaitu :

1. Perlu adanya semangat dari para anggota UMKM Kecamatan Umbulsari untuk lebih konsisten dalam penerapan *digital marketing*.

2. Pendampingan dan pelatihan manajemen pemasaran melalui *digital marketing* dapat dilakukan secara kontinyu dan terus menerus untuk memperluas jaringan pemasaran terlebih pada masa pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Chaffey, Dave; Chadwick, Fiona Ellis; Mayer, Richard; dan Johnston, Kevin. 2009. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice . Jakarta: Prentice Hall/Financial Times.

Heidrick dan Struggles, Heidrick & Struggles CEO. 2009. China: China Marketing Press.

Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. Creative Digital Marketing. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Lampiran 1. Justifikasi Anggaran

I. Peralatan Penunjang				
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
Banner	Banner Kegiatan	1 Buah	50,000	50,000
Dokumentasi	Dokumentasi Kegiatan	1 Set	100,000	100,000
Sub Total Peralatan Penunjang				150,000
II. Bahan Habis Pakai				
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
Flashdisk	Penyimpanan Data Kegiatan	1 Buah	80,000	80,000
CD	Laporan Kegiatan Berupa Soft Copy	2 Buah	10,000	20,000
Alat Tulis Kantor	Bollpoin, Buku, Tinta Printer Dll	1 Set	100,000	100,000
Kertas A4	Penyusunan Laporan Kegiatan	1 Rim	50,000	50,000
Sub Total Peralatan Penunjang				250,000
III. Perjalanan				
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
Perjalanan Dosen Ke Lokasi Mitra	Survei dan Justifikasi Dengan Mitra	1 Orang	25,000	25,000
Perjalanan Dosen Ke Lokasi Mitra	Persiapan Pelaksanaan Kegiatan Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari	1 Orang	25,000	25,000
Perjalanan Dosen Ke Lokasi Mitra	Peningkatan Pemahaman <i>digital marketing</i> Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari	1 Orang	25,000	25,000
Perjalanan Dosen Ke Lokasi Mitra	Pelatihan <i>digital marketing</i> Rumah Ketua UMKM Kecamatan Umbulsari	1 Orang	25,000	25,000
Perjalanan Anggota Mitra	Pemberian materi <i>Digital Marketing</i>	15 Orang	25,000	375,000
Perjalanan Anggota Mitra	Pelaksanaan Pelatihan <i>Digital Marketing</i>	15 Orang	25,000	375,000
Sub Total Peralatan Penunjang				850,000

III. Lain-Lain				
Material	Justifikasi Pemakaian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
Nasi dan Kue	Pemberian Materi <i>digital marketing</i> Tanggal 06 November 2021	15 Orang	25,000.	375,000
Nasi dan Kue	Pelatihan <i>Digital Marketing</i> Tanggal 07 November 2021	15 Orang	25,000	375,000
Sub Total Peralatan Penunjang				750,000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN (Dua Juta Rupiah)				2,000,000

Lampiran 2. Biodata Dosen Pelaksana

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	-
4.	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5.	NIDN	0707119401
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	
7.	E-mail	latifaputri77@gmail.com
8.	No Telepon/HP	081330377350
9.	Alamat Rumah	Dusun Banjarejo RT 002, RW 030, Desa Tembokrejo, Kec. Gumukmas, Jember
10.	Alamat Kantor	Jl. Gatot Subroto, No. 4 Lumajang
11.	No Telepon/Fax	(0334) 881924
12.	Lulusan yang telah Dihasilkan	S-1 = ... Orang
13.	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Pemasaran 2. Manajemen Keuangan 2 3. Ekonomi Manajerial 4. Manajemen Investasi dan Pasar Modal

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Jember	Universitas Jember
Bidang Ilmu	Manajemen Pemasaran	Manajemen Pemasaran
Tahun Masuk-Lulus	2012-2016	2016-2018
Judul Skripsi/Tesis	<u>Pengaruh Service Quality Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Gono Motor 1</u>	Komparasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung City Branding terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pariwisata Banyuwangi dengan Perantara City Image dan e-WOM
Nama Pembimbing / Promotor	1. Dr. Deasy Wulandari, S.E, M.Si. 2. Dr. Mohamad Dimiyati, S.E, M.Si.	1. Dr. Mohamad Dimiyati, S.E, M.Si. 2. Dr. Bambang Irawan, M.Si.

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp.)
1.	2017	<u>Peran Digital Marketing Terhadap Brand Equity Produk Pariwisata</u>	Pribadi	100.000
2.	2018	Indonesia Tourism In Attracting Foreign Investors: The Role Of FDI	Pribadi	750.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp.)
1.				

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1.	2018	Indonesia Tourism In Attracting Foreign Investors: The Role Of FDI	International Journal Of Scientific & Technology Research	Volume 7, Issue 4 , Apr 2018

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	-	-	-	-

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1.				

H. Perolehan HKI dalam 5-10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1.	-	-	-	-
2.	-	-	-	-

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1.	-	-	-	-
2.	-	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

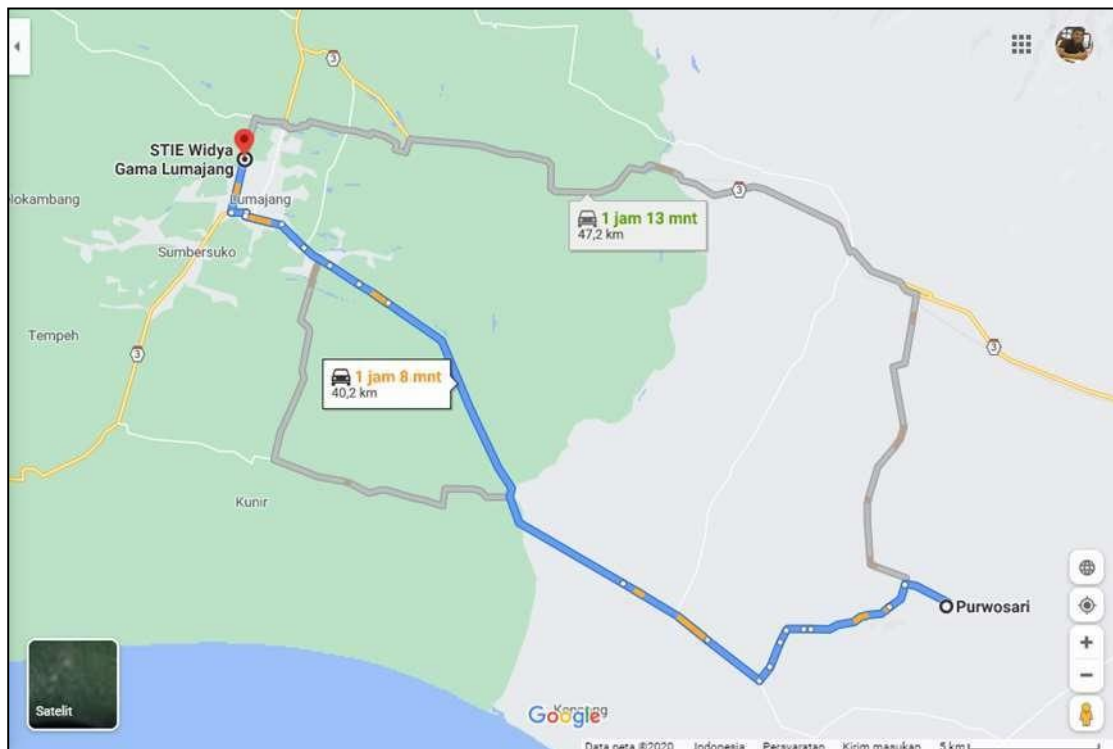
Lumajang, 22 November 2021
Pelaksana,

Nur Latifa Isnaini Putri, S.E., M.M.
NIDN. 0707119401

Lampiran 3. Peta Lokasi Wilayah Mitra

Lokasi mitra berada di wilayah Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari 68166 Kabupaten Jember. Jarak dari pusat tempat pelaksana yaitu Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang + 40,2 Km, yang dapat di tempuh dalam waktu + 1 jam 8 menit. Sarana jalan menuju Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember ini sangat menunjang sehingga tidak terlalu sulit untuk menuju ke lokasi mitra. Berikut disajikan peta lokasi wilayah mitra di Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember.

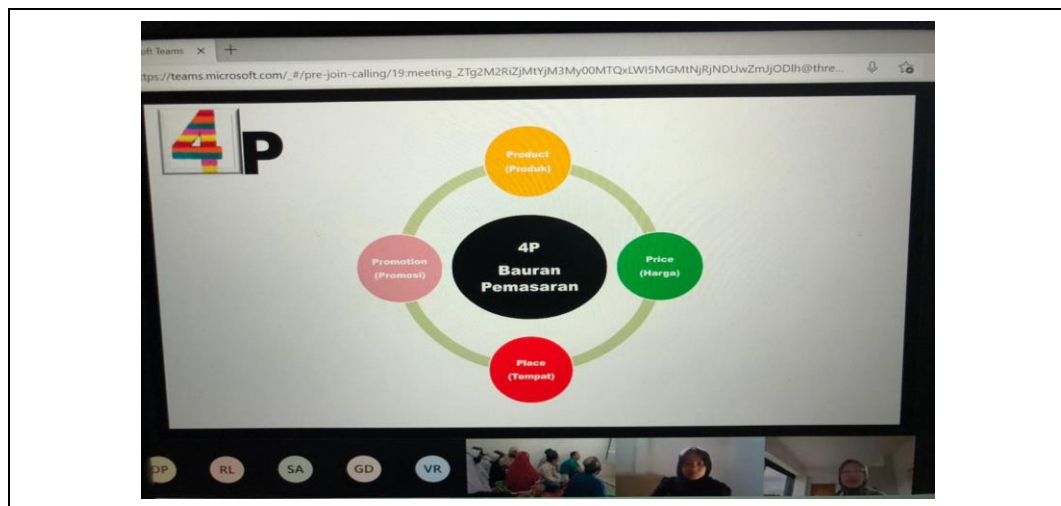
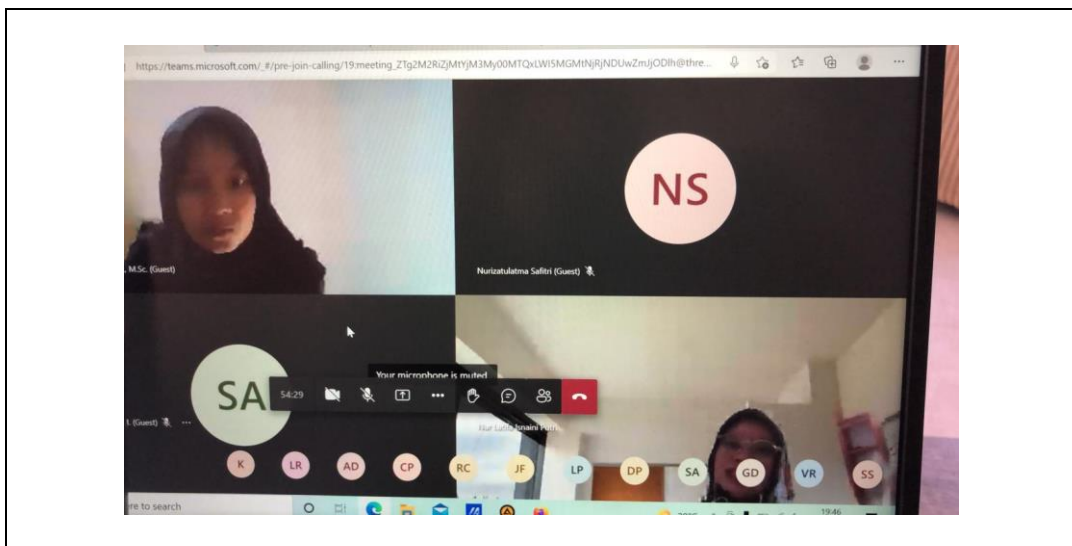
JARAK KAMPUS DENGAN MITRA

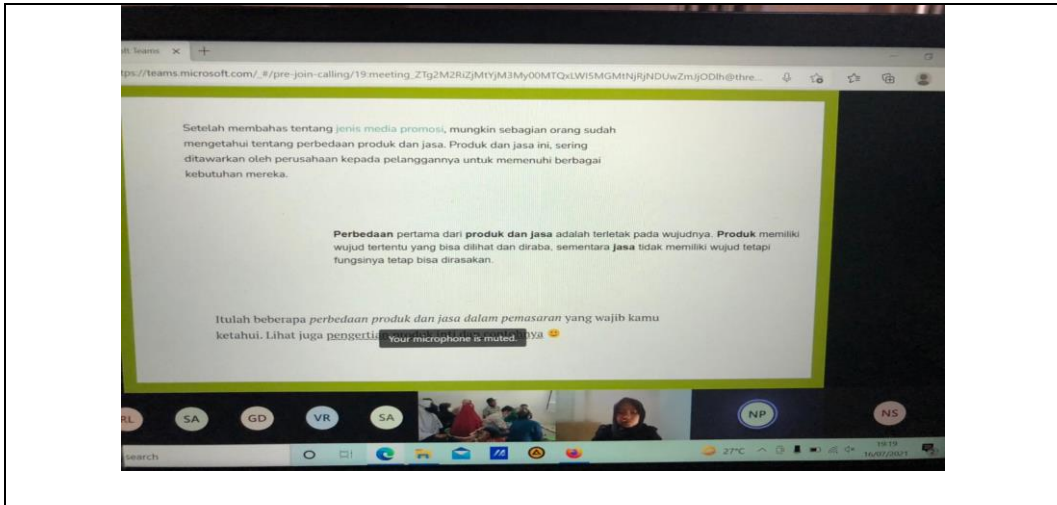


Keterangan Gambar :

- A. Lokasi Kampus Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, di Jl. Gatot Subroto No. 4 Sukodono-Lumajang.
- B. Lokasi Wilayah Mitra UMKM di Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari Kecamatan Umbulsari 68166 Kabupaten Jember

Lampiran. 4. Dokumentasi kegiatan





Digital Marketing

Pengertian *Digital Marketing*

Digital marketing adalah suatu aktivitas promosi, baik untuk mempromosikan sebuah brand, produk maupun jasa menggunakan media digital. Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009), mengatakan bahwa *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. Sedangkan menurut Heidrick & Struggles (2009), *digital marketing* menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. *Digital marketing* merupakan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital. Peran *digital marketing* menjadi hal penting sesuai perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik pelanggan serta mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik maupun konvensional (Chaffey D, 2009).

Kegiatan digital marketing dimanfaatkan oleh pelaku bisnis sehingga penerapan media internet dipasaran meningkat. Adapun dua manfaat digital marketing (Hermawan , 2012), sebagai berikut :

1. Biayanya relatif murah adalah pemasaran menggunakan *digital marketing* jauh lebih murah dan mudah menjangkau calon konsumen begitu luas dibandingkan periklanan konvensional. Sifat digital marketing memungkinkan konsumen memeriksa dan membandingkan produk satu dengan yang lainnya lebih nyaman.
2. Muatan informasi yang besar adalah penggunaan digital marketing menyediakan sejumlah informasi yang besar dan begitu luas dibandingkan dengan media konvensional seperti media cetak, radio dan televisi. Digital marketing juga mampu menyimpan data secara akurat yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Penggunaan digital marketing merupakan cara untuk mempermudah dalam memahami persoalan tujuan komunikasi yang bisa dicapai perusahaan melalui penggunaan internet sebagai berikut (Morissan, 2010), yaitu :

1. Penyebaran informasi, salah satu tujuan penting penggunaan situs web ialah menyediakan informasi secara lengkap dan mendalam mengenai produk suatu

perusahaan. Perusahaan yang menggunakan digital marketing mempunyai peluang banyak untuk mendapatkan konsumen. Bisa dikatakan bahwa dengan penggunaan media internet dalam pemasaran merupakan hal yang paling tepat untuk menyampaikan informasi secara lengkap kepada masyarakat luas.

2. Menciptakan kesadaran, digital marketing terkadang lebih bermanfaat dalam menciptakan kesadaran terhadap perusahaan bahkan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan. Bagi perusahaan dengan biaya promosi terbatas, digital marketing menawarkan kesempatan untuk menciptakan kesadaran yang lebih efektif dibanding media tradisional.
3. Tujuan riset, perusahaan memanfaatkan digital marketing tidak hanya dalam urusan pemasaran saja, namun digunakan untuk melakukan riset pasar dan mengumpulkan informasi mengenai perusahaan pesaing serta target konsumen.
4. Menciptakan persepsi, perusahaan mengimplementasikan digital marketing yang dirancang berguna untuk menciptakan persepsi atau image baik perusahaan terhadap khalayak.
5. Percobaan produk, perusahaan menggunakan digital marketing untuk menawarkan produk yang dimiliki kepada pengunjung dalam upaya mendorong konsumen supaya bersedia mencoba produk perusahaan.
6. Meningkatkan pelayanan, peran digital marketing mampu memberikan informasi serta menjawab berbagai keluhan dan pertanyaan pelanggannya. Kemampuan *digital marketing* juga bisa memperbaiki pelayanan dan membangun hubungan baik antara perusahaan dan konsumennya.
7. Meningkatkan distribusi, digital marketing mempunyai berbagai cara dalam melakukan pemasaran, mempromosikan dan menampilkan produk. Salah satunya melalui website yang dimaksudkan untuk melakukan kerjasama dengan nama afiliasi. Afiliasi merupakan hubungan kerjasama diantara sejumlah situs. Sehingga perusahaan mampu memperluas distribusi produk melalui kerjasama website tersebut.

Kelebihan *Digital Marketing*

Berikut beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional, yaitu :

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, DM juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk dilihat, berapa banyak orang yang melihat produk yang dihasilkan, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya. Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Sehingga dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.

3. Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas, dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh cakupan wilayah hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

4. Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai 40%, hal tersebut menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report. Selain itu, survey juga menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif.

5. Membangun Nama Brand

Digital marketing membantu membangun nama brand dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan brand sangat penting karena orang akan melakukan pencarian online sebelum membeli produk.

Jenis Digital Marketing

1. Website

Website sangat berperan dalam menunjukkan profesionalisme perusahaan, membantu konsumen mengetahui bisnis Anda, promosi yang hemat dan media bisnis yang mudah.

2. Search Engine Marketing

Upaya untuk membuat website perusahaan mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari. Search Engine Marketing terbagi atas Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM).

3. SEO dilakukan sendiri dengan waktu yang lebih lama dan murah sedangkan SEM berbayar tetapi lebih cepat.

4. Social Media Marketing

Edarkan platform di media sosial seperti Facebook dan Twitter karena dapat dilakukan dengan biaya yang minim bahkan gratis. Ini tentu saja dapat meningkatkan brand perusahaan.

5. Online Advertising

Media promosi melalui internet dengan berbayar. Ini dapat mendapatkan konsumen lebih cepat dan memuaskan namun terbilang lebih mahal dibandingkan jenis yang sebelumnya.

6. Email Marketing

Email marketing dapat memberitahu informasi terbaru mengenai promosi yang sedang berlangsung maupun produk atau jasa terbaru.

7. Video Marketing

Dengan cara ini, Anda dapat langsung menjelaskan tentang bisnis Anda, menjelaskan produk dan cara menggunakannya serta menampilkan testimonial pelanggan.

Tantangan dalam Digital Marketing

Kelebihan dan kemudahan pemasaran digital yang disebutkan di atas tidak membuatnya tanpa tantangan. Seperti halnya marketing konvensional, tantangan-tantangan tersebut harus diatasi agar Anda dapat memperoleh manfaat digital marketing dengan maksimal. Berikut adalah kelebihan *digital marketing* :

1. Investasi Waktu

Media digital seperti Facebook dan iklan Google memerlukan banyak waktu untuk menguji keefektifan setiap konten dan materi iklannya. Karena banyaknya parameter

yang dapat diatur maka waktu yang dibutuhkan untuk *trial and error* jauh lebih banyak daripada cara pemasaran konvensional yang tidak terlalu dapat di utak-utik..

2. Bisnis Jauh Lebih Terekspos

Hal ini merupakan kelebihan namun juga dapat menjadi tantangan atau menimbulkan kesulitan jika tidak siap mengatasinya. Pelanggan dapat memutuskan untuk mengeluh mengenai produk di media sosial mereka sendiri. Tergantung seberapa baik anggota dapat menanganinya, hal ini dapat mengangkat maupun menjatuhkan brand usaha.

3. Waktu untuk Pelatihan

Sudah cukup banyak orang di Indonesia yang mengenal *digital marketing* namun sayangnya masih belum menjadi hal yang umum. Bisa jadi akan memerlukan waktu untuk mempelajarinya agar dapat memanfaatkannya dengan maksimal. Selain itu ada banyak tools dan layanan pemasaran digital yang berbeda cara penggunaan dan tujuannya satu sama lain sehingga untuk memilih yang cocok juga membutuhkan waktu.

4. Regulasi Privasi

Undang-undang dan peraturan terkait privasi pengguna perlu diperhatikan dan dipahami agar usaha-usaha untuk mengenali profil pelanggan tidak menyalahi hukum.

LANDSCAPE MARKETING

Oleh:

NUR LATIFA ISNAINI PUTRI

Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

🧠 Kotler (2000:15)

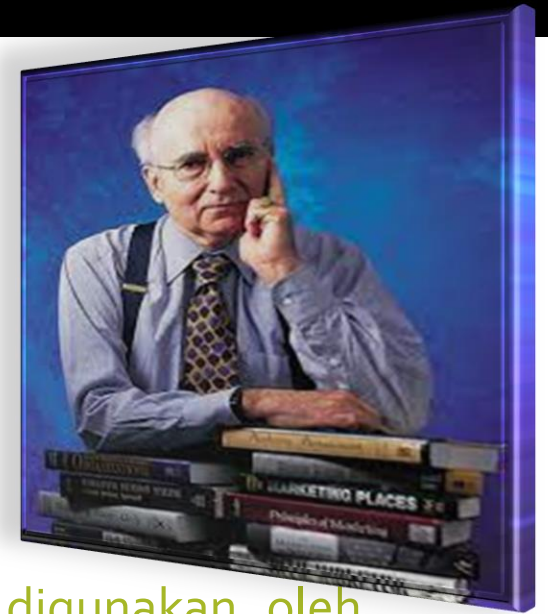
Bauran Pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

🧠 Sunarto (2006:9)

Bauran Pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

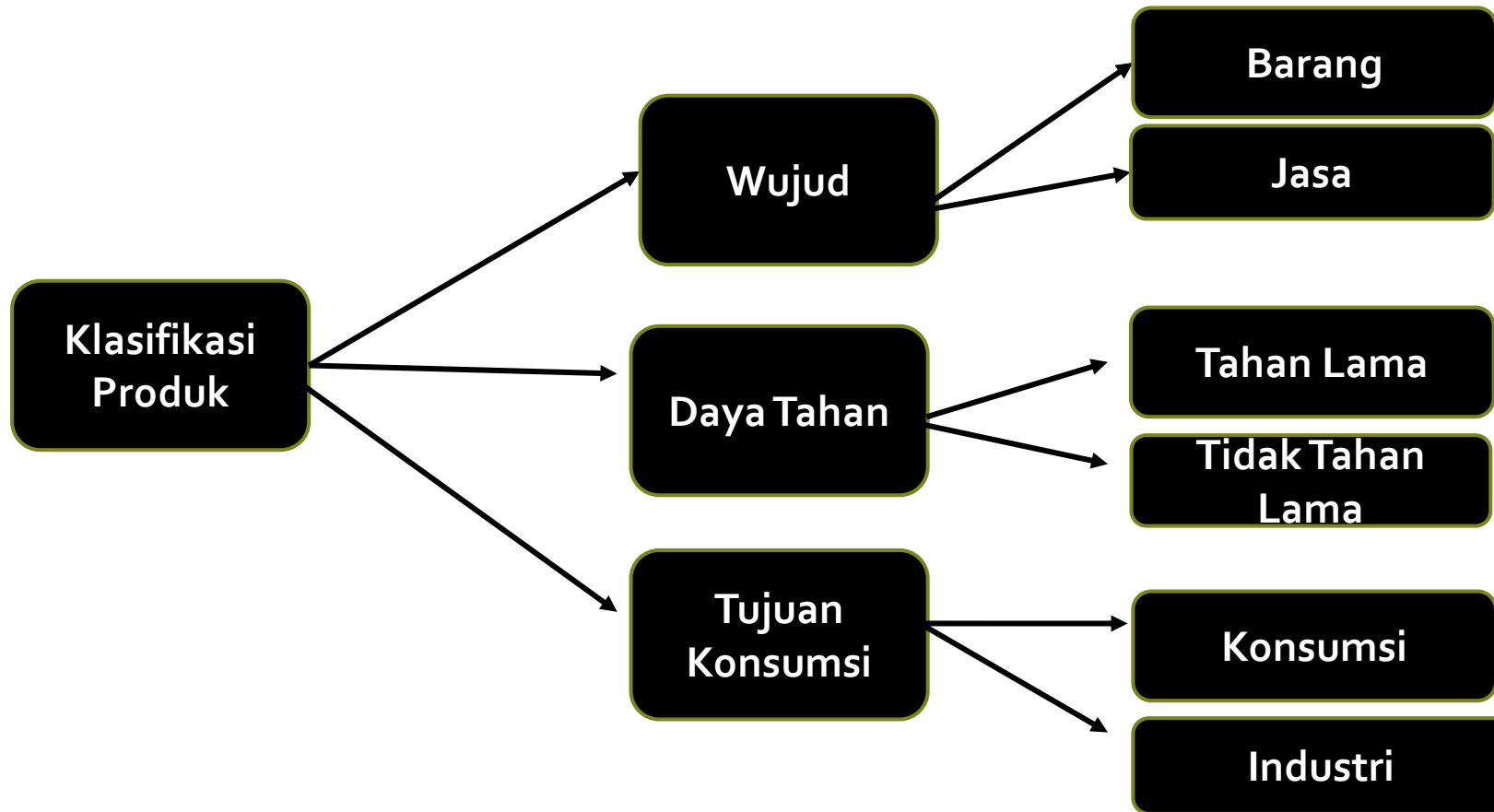
🧠 Hurriyati (2015:48)

Bauran Pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir, dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.





PRODUCT
(PRODUK)



Setelah membahas tentang **jenis media promosi**, mungkin sebagian orang sudah mengetahui tentang perbedaan produk dan jasa. Produk dan jasa ini, sering ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka.

Perbedaan pertama dari **produk dan jasa** adalah terletak pada wujudnya. **Produk** memiliki wujud tertentu yang bisa dilihat dan diraba, sementara **jasa** tidak memiliki wujud tetapi fungsinya tetap bisa dirasakan.

Itulah beberapa *perbedaan produk dan jasa dalam pemasaran* yang wajib kamu ketahui. Lihat juga pengertian produk inti dan contohnya 😊

Price
(Harga)



Rp.26.000	Rp.26.000	Rp.28.000	Rp.28.000
Nasi Putih Acar Kuning Ran Bandang Orek Tempe Kerupuk Air Mineral	Nasi Putih Sapo Tahu Telor (Balado Goreng) Timun Kerupuk Air Mineral	Nasi Putih Ayam Bakar Lalapan Sambal Kerupuk Buah Air Mineral	Nasi Putih Rendang Tumis Buncis Timun Sambal Air Mineral
Rp.28.000	Rp.28.000	Rp.30.000	Rp.30.000
Nasi Putih Ayam Goreng Keremes Capcay Sambal Air Mineral	Nasi Putih Ayam Kecap Tumis Buncis Timun Sambal Air Mineral	Nasi Putih Ayam Goreng (Sambal Goreng Kentang) Sambal Kerupuk Buah Air Mineral	Nasi Putih Ayam Saos Mentega Balado Telor Buncis Orek Tempe Kerupuk Air Mineral

www.mumulunchbox.com

Daftar Harga

**DISKONI
50%**

Diskon



Potongan
Harga Khusus



Periode
Pembayaran

MARKETPLACE



Offline



Online



Place
(Tempat)

Offline
dan
Online



Promotion
(Promosi)





4P

Product (Produk)

**Price
(Harga)**

**Place
(Tempat)**

**Promotion
(Promosi)**

4C

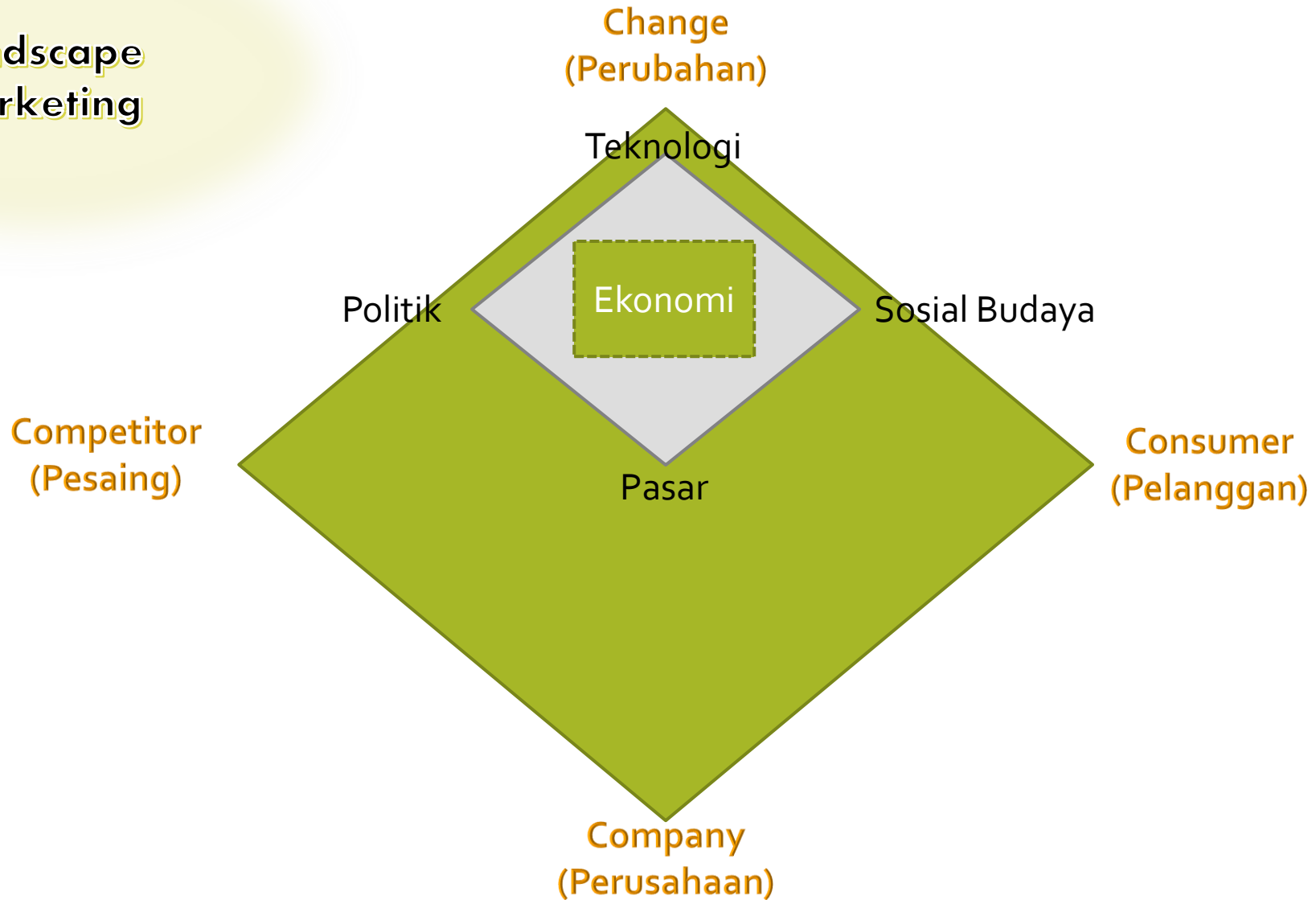
**Customer Solution
(Solusi Pelanggan)**

**Customer Cost
(Harga Pelanggan)**

**Convenience
(Kenyamanan)**

**Communication
(Komunikasi)**

Landscape Marketing



Semuanya akan mengalami perubahan, kecuali
perubahan itu sendiri...



SEKIAN & TERIMA KASIH

Lampiran 6. Daftar Hadir Peserta Pengabdian

DAFTAR HADIR PESERTA PENGABDIAN

**DAFTAR HADIR
PENDAMPINGAN UMKM
KELOMPOK USAHA MIKRO " BUNDA MANDIRI" DESA TANGGUNG**

DESA : TANGGUNG
KECAMATAN : PADANG
KABUPATEN : LUMAJANG

Hari : SABTU
Tanggal : 6 NOV. 2021
Jam : 09.30 WIB

NO	NAMA	NOMER TELP.	JABATAN	TANDA TANGAN	
1	NGATSURI	085213670213	Ketua.	1	2
2	Rafidah Hanayah	085810919268			
3	Chi Karwati	085258632071		3	4
4	Fard Elryan	085258534214			
5	Sumik	082359842460		5	6
6	Tulus Jami' ASRI	082 232 681 539			
7	EKNAWATI	085330272384		7	8
8	Wiwik Indarti	085234900939			
9	MURIYAH.	085330208684		9	10
10	Mistri Kariyasih	082341601603			
11	Jujuk Sri A	085235916091		11	12
12	Mita Purwanti	082 331 490 577			
13	Irma budi Lestari	082237043843		13	14
14	MHELANA				
15				15	16
16					
17					
18				17	18

DOSEN ITB WIGA


VIA LALATUR RIZKI .SE., M.M

Lampiran 7. Surat Pernyataan Kerjasama

SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN KERJA SAMA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ibu Zuhrotul Qulub
Jabatan : Pelaku UMKM
Alamat : Dusun Purwosari RT. 01 RW. 12 Desa Tanjungsari
Kecamatan Umbulsari 68166 Kabupaten Jember

Menyatakan bersedia untuk bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat, guna menerapkan IPTEK dengan tujuan memberikan peningkatan pemahaman *digital marketing* dengan:

Nama : Nur Latifah Isnaini Putri, S.E., M.M.
NIDN : 0707119401
Perguruan Tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Demikian surat pernyataan ini di buat dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Lumajang, 22 November 2021

Yang membuat

Zuhrotul Qulub