

E-ISSN 2685-0427

VOLUME 2
21 DES 2020



BKS-PTN Barak



PROSIDING SENAPATI

SEMINAR NASIONAL
PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT
TEKNOLOGI & INOVASI
BANDAR LAMPUNG | 22-23.09.2020




SENAPATI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2020



KATA SAMBUTAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Inovasi 2020 (SENAPATI 2020) dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Seminar SENAPATI tahun 2020 ini bertema “Sinergi Perguruan Tinggi dengan Masyarakat untuk Pembangunan Berkelanjutan” yang diselenggarakan oleh Fakultas Teknik Universitas Lampung pada tanggal 22 September 2020 secara daring dikarenakan adanya Pandemi Covid-19.

Pada seminar ini dipresentasikan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen yang berasal dari berbagai perguruan tinggi. Hasil seminar tersebut kemudian didokumentasikan dalam prosiding ini.

Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan prosiding seminar nasional ini sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan. Semoga prosiding ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bandar Lampung, 21 Desember 2020
Ketua Panitia

Dyah Indriana Kusumastuti



PROSIDING SENAPATI SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT TEKNOLOGI DAN INOVASI
Sinergi Nasional Pengabdian Masyarakat untuk Pembangunan Berkelanjutan
Bandar Lampung, 22 September 2020
ISSN: 2685-0427

**SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
TEKNOLOGI DAN INOVASI (SENAPATI)**

PROSIDING

VOLUME 2

ISSN 2685-0427

DEWAN REDAKSI

Rahmat Catur Wibowo

Yunita Kesuma

Indah Marlina

ORGANISASI PENYELENGGARA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

DAFTAR ISI

Kata Sambutan Ketua Panitia	ii
Susunan Dewan Redaksi SENAPATI UNILA 2020	iii
Daftar Isi	v
Senapati-001 Pelatihan Penyusunan Bahan Ajar Berbasis	1
<i>Discovery Learning</i> untuk Guru Kimia	
SMA/SMK di Kabupaten Pesawaran	
Emmawaty Sofya, Ratu Betta Rudibyani, Gamilla Nuri Utami	
Senapati-002 Pelatihan Perawatan Mesin Penggerak Perahu Ikan Tipe	10
Long As untuk Kelompok Nelayan Desa Lontar Kecamatan	
Tirtayasa Kabupaten Serang Provinsi Banten	
Amir Marasabessy, Damora Rhakasywi, Rusdy Hatuwe, Reda Rizal, Sjaiful Kotahatuhaha	
Senapati-003 Pelatihan Perawatan Pelat Zona Lambung Sampan Rumput	18
Fiberglass bagi Mitra Kelompok Tani Desa Lontar	
Kecamatan Tirtayasa Kabupaten Serang Provinsi Banten	
Sri Sulasminingsih, Amir Marasabessy, Bambang Sudjasta	
Senapati-004 Pencegahan Paham Radikalisme Bagi Santri Pondok Pesantren	24
Di Kabupaten Pesawaran	
Maulana Mukhlis, Yulianto	
Senapati-005 Teknis Mendisain Kesimetrikan pada Pola Motif Batik	31
Menggunakan Sebuah Pendekatan Matematis	
(Karpetsierpinski)	
La Zakaria, Suharsono, Wamiliana, Agus Sutrisno, Ria Monarika	
Senapati-006 Pelatihan Peningkatan Mutu Bibit Tanaman Hutan	39
Di Desa Batu Putu	
Indriyanto, Ceng Asmarahman	

Senapati-007	Edukasi Implementasi Undang-Undang Keinsinyuran 47 Pada Aparatur Sipil Negara (ASN) Pemerintahan Kabupaten di Lampung Dikpride Despa, Ratna Widyawati, Aleksander Purba, Trisya Septiana
Senapati-008	Pendampingan Bagi Desa Labuhan Ratu 6 Melalui 51 Partisipasi Kelompok Budidaya Lebah Madu dalam Peningkatan Kapasitas Sebagai Desa Penyangga Taman Nasional Way Kambas Dwi Wahyu Handayani, Gita Paramita Djausal, Fitri Juliana Sanjaya
Senapati-009	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan 59 Pengolahan Sampah Botol Plastik Sebagai Alternatif Wirausaha di Masa Pandemi Covid-19 Budhi Martana, Sigit Pradana, Erna Hernawati, Sugianto
Senapati-010	Perakitan dan Troubleshooting Sistem Pembangkit 65 Listrik Tenaga Surya Bagi Siswa-Siswi SMKN 3 Kotabumi, Lampung Utara, Lampung Herman H. Sinaga, Diah Permata, Noer Soedjarwanto, Henry B. H. Sitorus
Senapati-011	Pengembangan Desa Ramah Lingkungan Melalui 71 Pengelolaan Sampah 3 R (<i>Reduce, Reuse, Recycle</i>) Adella Hotnyda, Sargi Ginting, Nani Ariani
Senapati-012	Pemberdayaan Santri dalam Peningkatan Kualitas 76 Lingkungan Menuju Eco Pesantren Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Lubang Resapan Biopori Pada Pondok Pesantren Baitul Ulum El Musawwa Siti Rohana Nasution, Lilik Zulaihah, Adella Hotnyda
Senapati-013	Refugia Komponen Pengelolaan Hama Terpadu dan Daya 80 Tarik Agrowisata (Studi di Seputih Raman Lampung Tengah) Suskandini R.Dirmawati, Solikhin, Setyo Widagdo, Sri Yusnaini
Senapati-014	Pendampingan Pembangunan Gedung Aula Pondok 85 Pesantren Haqqulamin Keduluan, Tirtomartani, Kalasan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta Miftahul Fauziah, Muhammad Rifqi Abdurrozak, Helmi Akbar Bale, Pradipta Nandi Wardhana

Senapati-015	Pengendalian Kualitas dan Penanganan Limbah Produksi Enye-Enye di Desa Mekar Agung Lebak Banten Jenji G.A, Rosali S.C	90
Senapati-016	Pemanfaatan RasperryPi Sebagai Sarana Pembelajaran Minikomputer SMK SMTI Bandar Lampung Aryanto, Melvi, Ardian Ulvan	98
Senapati-017	Pendampingan Masyarakat Tanggap Bencana di Kawasan Pariwisata Teluk Lampung Kabupaten Pesawaran Citra Persada, Fadhilah Rusmiati, Yunita Kesuma	101
Senapati-020	Restorasi Bangunan Sejarah Rumah Daerah Swantra Tingkat (DASWATI) Kelurahan Enggal Kota Bandar Lampung Diana Lisa, Nandang, Nugroho Ifadianto, Dona Jhonnata	109
Senapati-022	Studi Pemetaan Potensi Geowisata Berbasis Geospasial Di Kecamatan Banjit Kabupaten Way Kanan untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Tata Kelola Pariwisata Berkelanjutan Karyanto , Rahmat Catur Wibowo, Muhammad Irsyad, Vera A. Noorhidana	114
Senapati-023	Penerapan teknologi UAV untuk Pembuatan Peta Kawasan Wisata “Padang Savana” Desa Braja Harjosari Lampung Timur I Gede Boy Darmawan, Rustadi, Akroma Hidayatika	121
Senapati-024	Pelatihan Tata Kelola Destinasi Pariwisata Berbasis Media Branding Strategy (Membangun Kerjasama Kelembagaan Dan Peranserta Masyarakat untuk Mewujudkan Desa Sungai Langka Sebagai desa Wisata) Dian Kagungan, Feni Rosalia, Dewi Ayu Hidayati, Damar Wibisono	127
Senapati-025	Pelatihan Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga di Desa Way Limau, Kecamatan Negeri Agung, Kabupaten Way Kanan Soesiladi Esti Widodo, Subeki, Ermawati	134

Senapati-026	Model Unit Penyulingan Bunga Kopi di Desa Bumi Jawa, Batanghari Nuban, Lampung Timur Tanto Pratondo Utomo, Irwan Sukri Banuwa, Subeki, Gusri Ahyar Ibrahim, Suci Hardina Rahmawati	139
Senapati-027	Pendampingan Produksi <i>Hand Sanitizer</i> Berbahan Baku Hidrosol Hasil Samping Penyulingan Daun Kayu Putih Irwani Sukri Banuwa, Susilawati, Tanto Pratondo Utomo, Dewi Sartika	143
Senapati-029	Pelatihan Pembuatan Pompa Tanpa Motor (<i>Hydraulic</i> <i>Ram Pump</i>) untuk Irigasi Persawahan Masyarakat Kelurahan Sumberreja Kecamatan Kemiling Bandar Lampung Jorfri Boike Sinaga, Azhar, Ahmad Suudi, Sugiman	146
Senapati-030	Revitalisasi Kompleks Rumah Daswati Kelurahan Enggal Kota Bandar Lampung Diana Lisa, Citra Persada, Yunita Kesuma, Fadhila Rusmiyati	153
Senapati-032	Sebesi-Krakato Islands <i>Ecotourism and Tsunami Mitigation and Preparedness</i> <i>Project, Lampung</i> Ika Kustiani, Masdar Helmi, Citra Persada	159
Senapati-033	Pelatihan Instalasi Hidroponik dan Rumah Hijau untuk Pertanian Pekarangan Laksmi Irianti, Ika Kustiani, Ratna Widayawati, Amril M. Siregar	167
Senapati-034	Pembuatan Alat Cuci Tangan Higienis Mekanis Sebagai Pendukung Hidup Normal Baru di Desa Kecapi Padang Cermin Martinus, Umi Murdika, Sri Ratna Sulistiyanti, Ageng Sadwono	173
Senapati-035	Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Harapan Jaya Melalui Pelatihan Produksi Herbal Jahe Instan Nur Arifaini, Ika Kustiani, Aleksander Purba, Amril M. Siregar	178
Senapati-036	Peningkatan Kapasitas Resiliensi Anak Usia Sekolah Dasar Dalam Menghadapi Bencana Banjir di SDN 1 Bumi Waras Bandar Lampung Siti Nurul Khotimah, Vera Agustriana Noorhidana, Nur Arifaini, Ashruri	183

Senapati-037	Learning Management System Google Classroom: Solusi Pembelajaran Daring pada Masa Pandemi Covid-19 Di SMA Al-Husna	189
	Resty Annisa, Mona A.M. Batubara, Rio Ariestia, Mardiana	
Senapati-038	Pengabdian Kepada Masyarakat Pascasarjana Universitas Udayana di Masa Pandemi Covid	193
	Ida Ayu Astarini, I Putu Gede Adiatmika, Ida Bagus Alit Swamardika, Pande Ketut Sudiarta, Ida Bagus Putu Adnyana, Luh Made Indah Sri Handari Adiputra, Syamsul Alam Paturusi, Made Suidiana Mahendra	
Senapati-039	Implentasi Teknologi Pengolahan Air Bersih di Desa Sungai..... Langka dengan Metode <i>Rainwater Harvesting</i>	199
	Riki Chandra Wijaya, Hasrul Anwar, Andika Cahaya T S, Sandri Erfani	
Senapati-040	Bantuan Teknis Desain dan 3D Visual Renovasi Masjid Osman Hisen Pondok Pesantren Putra-Puteri Perkemas Dusun Sidorejo, Desa Branti Raya, Kecamatan Natar, Lampung Selatan	204
	Panji Kurniawan, Nandang, M. Shubhi Yuda Wibawa, Dona Jhonata	
Senapati-041	Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada Kelompok Usaha Tirtasoya di Pekon Dadapan Kecamatan Sumberejo Tanggamus	213
	Rahmat Catur Wibowo, Nandi Haerudin, Muh. Sarkowi, Arif Darmawan	
Senapati-042	Pengeringan Ikan Hybrid di Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran	220
	Helmy Fitriawan, Sri Ratna Sulistiyanti, Herlinawati, Afri Yudamson	
Senapati-043	Pembuatan Peta Kelurahan Rajabasa Nunyai, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung	223
	Alimuddin, Syamsurijal Rasimeng, RZ Sinambela	

Senapati-044	Peningkatan Perekonomial Desa Kunjir Kecamatan Pasca Tsunami Berbasis Geowisata Bagus Sapto Mulyatno, Ordas Dewanto, Rahmat Catur Wibowo, Sandri Erfani, Ilham Dani	228
Senapati-045	Pendampingan dengan Sistem Daring Peternak Bebek Untuk Berbudidaya Maggot di Desa Mulyasari Mande Cianjur Chatarina Niken	234
Senapati-046	Peningkatan Nilai Ekonomi Limbah Air Kelapa Menjadi Nata De Coco Bagi Kelompok Ibu-ibu PKK di Des Lingsuh Kecamatan Rajabasa Bandar Lampung Darmansyah, Yuli Darni, Edwin Azwar, Zulfa Emalia	239
Senapati-047	Identifikasi Bidang Gelincir dan Edukasi Upaya Mitigasi Bencana Tanah Longsor di Kelurahan Pidada, Bandar Lampung Ilham Dani, Sandri Erfani, IB Suananda Yogi, Aminudin Syah	246
Senapati-048	Pelatihan Pembuatan <i>Hand Sanitizer</i> di Kelompok Wanita Tani Kelurahan Rajabasa Jaya Nurarif Aini, Ratna Widyawati, Aleksander Purba, I Wayan Diana	251
Senapati-049	Pelatihan Pembuatan Disinfektan Alami dan Kimia Di Kelompok Wanita Tani Kelurahan Rajabasa Jaya Ratna Widyawati, Rosalia Dwi Werena, Tiara, Idharmahadi Adha	255
Senapati-050	Penerapan Teknologi <i>Shibori</i> dengan Pencelupan Menggunakan Pewarna Alami Rosalia Dwi Werena, Trisya Septiana, Tiara	260
Senapati-051	Pelatihan Desain Pemanen Hujan di SMA Alam Lampung Kabupaten Lampung Selatan Subuh Tugiono, Ahmad Zakaria, Opik Taupik, Masdar Helmi	266
Senapati-053	Pemberdayaan TPQ dengan Budidaya Hidroponik di Natar, Lampung Selatan Endro P Wahono, Dyah Indriana K, Dwi Joko Winarno, M. Karami	269
Senapati-054	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penggunaan Listrik Bertenaga Surya untuk Penerangan di Masjid Baitul Makmur Kelurahan Rajabasa Bandar Lampung	273

Ahmad Saudi Samosir, Herri Gusmedi, Sri Purwiyanti, Herlinawati

Senapati-055	Pelatihan Pemetaan Digital Potensi Desa Hanakau Jaya, Kecamatan Sungkai Utara, Kabupaten Lampung Utara S. R. Sulistiyanti, Nina Yudha Aryanti, Meizano A. Muhammad, Gita Paramita Djausal	280
Senapati-056	Pelatihan Instalasi Sistem PLTS Bagi Siswa-Siswi di SMK 2 Mei Bandar Lampung Zulmiftah H, Khairudin, Lukmanul H., Osea Z	285
Senapati-057	Bantuan Teknik Evaluasi Drainase Jalan Purnawirawan Di Kelurahan Gunung Terang Bandar Lampung Ahmad Zakaria, Muhammad Karami, Andi Kusnadi	289
Senapati-058	Pendekatan <i>E-Tourism</i> pada Kelompok Sadar Wisata Rindu Bhuwana Kecamatan Banjit dalam Tata Kelola Wisata Berkelanjutan Ahmad Zaenudin, Rahmat Catur Wibowo, Rustadi, IBS Yogi	295
Senapati-059	Teknologi Berbalut Kesederhanaan dalam Menunjang Gerakan Hidup Sehat dan Antisipasi Penyebab Virus Corona di Masyarakat A.D. Putra, Mariyanto, Ch. Niken DWSBU, A. Syah	302
Senapati-060	Teknologi Tepat Guna Pemanenan Air Hujan untuk Penyediaan Air Minum di TPQ Darrul Islam dan Rumah Tahfidz Darrul Islah Desa Natar Dwi Jokowinarno, Dyah Indriana Kusumastuti	309
Senapati-061	Pemanfaatan Limbah Kulit Pisang Menjadi Yoghurt Sebagai Sarana Edukasi Bagi Siswa-Siswi SLTPN 14 Bandar Lampung Panca Nugrahini F, Lia Lismeri, Yuli Darni	314
Senapati-062	Pelatihan Pembuatan Alat Kompresor Udara Mini Pada Sepeda Motor Sebagai Alat Bantu Penambahan Udara Pada Ban Bagi Para Pedagang Sayur Keliling Kelurahan Tiuh Balak Pasar Kabupaten Way Kanan A. Yudi Eka Risano, Muhammad Irsyad, Harmen, M. Dyan Susila E.S., Herry Wardono, Hadi Prayitno	323

Senapati-063	Sosialisasi Hasil Kalibrasi Pintu Air Irigasi Daerah Irigasi Sekampung Dyah Indriana Kusumastuti, Dwi Jokowinarno, Ridwan	329
Senapati-064	Pembangunan Pariwisata di Wilayah Pekon Sukoharjo I Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung Suharno, A., Hidayatika, F. Murdapa, Legino, A. P. Prabowo	334
Senapati-065	Bantuan Penyuluhan Pengembangan Kawasan Ekosistem Mangrove Berbasis Masyarakat di Desa Batu Menyan Dusun Ketapang Ujung Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Ahmad Herison, Yuda Romdania	337
Senapati-066	Pelatihan Pembuatan Varian Kopi Bubuk Aroma Mint Bagi Kelompok Wanita Tani (KWT) Sebaya di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan Maria Erna Kustyawati, Dewi Agustina Iryani, Samsul Rizal, Teguh Endaryanto	341
Senapati-067	Peningkatan Pengetahuan IPTEKS SMP IT Baitul Jannah Melalui Pelatihan Android Menggunakan Mit App Inventor Anisa Ulya Darajat, Emir Nasrullah, Sumadi, Syaiful Alam	347
Senapati-068	Pengaruh Pencemaran Udara Akibat Aktivitas Transportasi Bagi Masyarakat Desa Kuripan Lampung Siti Anugrah Mulya Putri Ofrial, Dwi Herianto	353
Senapati-069	Sosialisasi Pembuatan Masker Kain dan Desinfektan Menggunakan Bahan yang Ada Dirumah dalam Rangka Pencegahan Penularan Virus Covid-19 di Perumahan Bukit Bakung Indah, Kelurahan Bakung, Kecamatan Teluk Betung Barat, Kotamadya Bandar Lampung Donny Lesmana, Azhar, Herti Utami T S, Yuli Darni	359
Senapati-070	Pengenalan Penyulingan Minyak Atsiri untuk Kelompok PKK di Lingkungan RT 12 Desa Lingsuh Rajabasa Muhammad Hanif, Simparmin Ginting, Muhammad Havis, Yuli Darni	365
Senapati-071	Konsep Pengembangan Fisik Masjid Jami' Al Mujahidini	371

Yosodadi

Yunita Kesuma, Ahmad Saifudin

Senapati-072	KAMSELTIBCARLANTAS dalam Rangka Mewujudkan Road Safety Menuju Zero Accident Provinsi Lampung Dwi Herianto, Siti Anugrah Mulya Putri Ofrial , Sasana Putra, Iswan	376
Senapati-074	Pelatihan Pembuatan Kompon Karet untuk Masyarakat Petani Karet Desa Kebagusan, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Lampung Selatan Shirley Savetlana, Irza Sukmana, Nafrizal, Sugiyanto, Ayoga Tri Ismi Aji, M Dhuha Syahbana, M Iqbal Adi Nugraha	381
Senapati-076	Penyuluhan Masyarakat dan Simulasi Sumur Resapan Dalam Rangka Antisipasi Banjir RT. 013 Kelurahan Tanjung Senang Kota Bandar Lampung Sumiharni, Nur Arifaini, Amril Ma'ruf Siregar, Andius D Putra	385
Senapati-079	Pembuatan Pakan Sapi Berbentuk Pelet dari Bahan Onggok untuk Kelompok Peternak di Lampung Selatan Gusri Akhyar Ibrahim, Arinal Hamni, Lusmelia Afriani, Zulmiftah Huda	390
Senapati-080	Sosialisasi Sistem Saklar Kendali Cahaya dan Suara Bertegangan Rendah di SMA Baitul Jannah Bandar Lampung Emir Nasrullah, F.X. Arinto Setyawan, Umi Murdika	396

PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI PENINGKATAN PEMASARAN PADA KELOMPOK USAHA TIRTA SOYA DI PEKON DADAPAN KECAMATAN SUMBEREJO TANGGAMUS

Rahmat Catur Wibowo^{1*}, Nandi Haerudin¹, Muh. Sarkowi¹, Arif Darmawan²

¹Jurusan Teknik Geofisika Universitas Lampung, Bandar Lampung

²Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung, Bandar Lampung

Jl. Prof. Sumantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung 35145

Penulis Korespondensi : rahmat.caturwibowo@eng.unila.ac.id

Abstrak

Pekon Dadapan memiliki area perkebunan kopi yang luas dan menjadi salah satu pekon agrowisata. Produk ekonomi kreatif sangat dibutuhkan dalam mendukung keberlangsungan obyek wisata tersebut. Kelompok Tirta Soya (KTS) sebagai kelompok UMKM penggerak ekonomi kreatif yang ada, masih merasa kesulitan dalam memaksimalkan omset penjualan produk-produknya. Tujuan dari pengabdian ini untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan terkait digital marketing, khususnya sosial media online, bagi KTS untuk meningkatkan penjualan produk dan keuntungan. Dihadiri oleh 25 peserta, metode yang digunakan berupa: (1) Penjelasan menggunakan slide power point dan LCD proyektor, (2) Berbagi pengalaman dan diskusi, dan (3) Praktik langsung dalam pembuatan akun media sosial online (Facebook dan Instagram) dan bagaimana membuat akun tersebut menarik bagi pembeli (gambar, kata-kata, cerita, dsb.). Acara berlangsung pada tanggal 5 Agustus 2020 dan semua pembiayaan pada acara tersebut didanai oleh DIPA BLU Universitas Lampung. Hasil menunjukkan bahwa hanya sedikit sekali (12%) yang menggunakan media sosial secara aktif untuk mempromosikan produk-produk mereka dan sisanya (88%) tidak pernah menggunakan media sosial sebagai alat pendukung penjualan secara online. Hal tersebut dikarenakan sebagian peserta memiliki keterbatasan khususnya keahlian teknologi. Namun, seluruh peserta menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi dalam menerima materi dan akan menggunakan media sosial online secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Digital Marketing, Kelompok Tirta Soya, Pekon Dadapan, UMKM*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dapat dikatakan bertumbuh sangat pesat. Di pertengahan 2016, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 57,9 juta (Mariana, 2018). Pemerintah sendiri sedang mendorong penuh agar para pelaku UMKM dapat *go international*. Salah satu caranya dengan mengajarkan menggunakan internet yang menjadi salah satu cara memudahkan pemasaran hingga ke pasar internasional. Apalagi era bonus demografi yang segera Indonesia hadapi di tahun 2020-2035, akan menimbulkan dampak persaingan yang ketat. Jika, tidak ada dukungan pemangku kebijakan, UMKM akan kalah bersaing dengan pesaing dari luar.

Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Maulana, 2018).

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Purwana dkk., 2017).

Menurut data yang dilansir oleh *We are Social*, sebuah agensi *digital marketing* di

Amerika, memaparkan bahwa terhitung sampai Januari 2020 (Gambar 1), sebanyak 80% pengguna internet di Dunia melakukan pencarian barang atau jasa secara online, 90% pengguna mengunjungi toko online, 74% pengguna transaksi produk atau melayani jasa online, 36% pengguna melakukan transaksi online via computer atau laptop, dan 52% pengguna melakukan transaksi online melalui perangkat mobile seperti smartphone (Kemp, 2020). Hal ini didukung juga dengan bukti bahwa Indonesia menjadi konsumen belanja online terbanyak di dunia menyiratkan bahwa potensi belanja online sudah sangat berkembang di Indonesia yang harus diimbangi dengan pemasaran secara digital pula oleh para pelaku usaha.



Gambar 1. Aktivitas belanja online seluruh dunia (Kemp, 2020)

Melalui survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia telah mencapai angka 64,8 % disepanjang tahun 2017 (Gambar 2). Dari total 264,16 juta penduduk Indonesia, 171,17 juta jiwa diantaranya diperkirakan telah menggunakan internet, baik dari komputer desktop, perangkat mobile, atau dari fasilitas lainnya (APJII, 2018).



Gambar 2. Indonesia menjadi pengguna internet untuk belanja online tertinggi di Dunia (Kemp, 2020)



Gambar 3. Infografis penetrasi pengguna internet di Indonesia (APJII, 2018)

Tentu promosi yang memanfaatkan internet semakin menjadi pilihan yang tidak dapat ditolak lagi melihat dari pertumbuhan jumlah penetrasi internet di Indonesia sendiri. Dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dalam memasarkan produk ataupun jasa, diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas sehingga semakin banyak yang mengetahui dan dapat membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Apalagi dengan gaya hidup masyarakat di Indonesia yang tidak bisa lepas dari gawai, generasi netizen-pun juga memanfaatkan hal tersebut, tentu ini merupakan peluang yang besar.

Sejalan dengan itu semua, salah satu strategi efektif dalam “menjaring” konsumen yakni *digital marketing* (pemasaran digital). Ini merupakan satu elemen penting yang dibutuhkan dalam dunia bisnis terkini. Digital marketing lantas kerap dimaknai sebagai satu cara promosi atau pemasaran sebuah produk maupun jasa melalui media digital. Selama beberapa tahun terakhir, ini merupakan sebuah pendekatan kreatif baru bagi konsumen, terlebih untuk menciptakan kesan yang menyenangkan. Pesatnya perkembangan teknologi khususnya dalam bidang informasi telah menumbuhkan peluang berkreasi dan berinovasi dalam bisnis UMKM.

Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang lebih menaruh perhatian pada internet menjadi tantangan bagi UKM dalam memasarkan produk secara online. Konsumen lebih aktif mencari apa yang diinginkan menggunakan media online, karena dapat mengakses berbagai informasi lebih mudah dari sebelumnya. Adapun melalui digital marketing, semua pemilik usaha (UMKM) tidak melulu harus mempromosikan produk secara gamblang. Pada intinya, digital marketing mampu mencakup kemampuan untuk

melakukan banyak hal yang bisa menjangkau konsumen. Akhirnya pengalaman konsumen inilah yang lantas akan mengantarkan mereka pada brand maupun produk pemilik usaha. Dari segi pengenalan merek, digital marketing merupakan satu upaya membangun *brand awareness* (kesadaran merek), yang mendatangkan *revenue* (penjualan). Itu sebabnya, untuk menysasar konsumen dengan tepat, harus terlebih dahulu memahami media dan perilaku konsumen di dalamnya.

Berdasarkan data tersebut, pemilik usaha bisa mentukan strategi untuk membangun percakapan yang berarti dengan konsumennya. Hal seperti ini biasa disebut dengan *Integrated Marketing Communication* (komunikasi pemasaran terpadu), yaitu suatu konsep perencanaan ko-munikasi pemasaran yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi, misalnya periklanan umum, penjualan personal, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan menggabungkan beberapa disiplin ini untuk memberikan kejelasan, konsistensi, dan pengaruh ko-munikasi yang maksimum melalui integrasi yang menyeluruh (Kotler dan Armstrong, 2007).

Lokasi Pekon Dadapan berada pada Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus yang terletak kurang lebih 76 Km dari Kampus Unila. Kelompok usaha ibu-ibu rumah tangga di Pekon Dadapan berjumlah 25 orang, dan saat ini yang menjalankan usaha rumahan berupa produksi kopi bubuk dan tempe daun (mentah). Saat ini usaha tersebut masih dikelola seadanya, setiap ibu rumah tangga memproduksi dan memasarkan sendiri-sendiri bahkan pengelolaan keuangannya pun masih tercampur dengan keuangan keluarga.

Dari sisi manajemen usaha, mitra belum melakukan manajemen usaha karena belum memahami manajemen usaha. Manajemen usaha disini terdiri dari manajemen produksi, pemasaran, dan keuangan.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan (Gambar 4), masalah yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut: (a) Produksi, mitra masih memproduksi makanan berdasarkan permintaan atau jumlah produksi tidak terencana (b) Pemasaran, bisnis atau usaha mitra belum memiliki merek, hal ini akan menyulitkan konsumen

mencari tempat usaha dan mitra masih melakukan pemasaran produknya sendiri-sendiri dan (c) Manajemen keuangan, mitra belum memahami pentingnya manajemen keuangan, mitra saat belum memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha dan belum melakukan pencatatan, dalam hal menentukan prioritas penyelesaian masalah yang dihadapi oleh mitra, maka pengusul bersama mitra melakukan kesepakatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, adalah: (1) Pemberian wawasan kewirausahaan terutama dalam pengembangan bisnis dan mencari peluang usaha. (2) Pendampingan manajemen usaha yang terdiri dari manajemen pemasaran, manajemen produksi dan manajemen keuangan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini.



Gambar 4. Diskusi permasalahan yang ada dengan Ibu Ketua

Menurut Wibowo (2020) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal, untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik dibidang ekonomi, sosial, agama dan budaya. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya mempersiapkan masyarakat, seiring dengan langkah upaya memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan.

Digital Marketing dapat didefinisikan sebagai kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web (Sanjaya & Tarigan, 2009). E-Marketing atau

digital marketing diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan (Ali, 2013). Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). E-Marketing merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategi digital marketing dapat menjadi hal yang penting dalam mengikuti perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik konsumen dan mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik dan komunikasi tradisional (Chaffey dkk., 2009).

Menurut Chaffey dkk. (2009) retensi tersebut dapat dicapai dengan meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, ataupun jejaring sosial (Sanjaya & Tarigan, 2009). Hadirnya digital marketing disebabkan oleh majunya perkembangan teknologi dengan Web 2.0 yang dibarengi dengan mobile technology, dikutip dari buku *Cracking Zone* karya Rhenald Kasali (2011) di mana dengan mobile technology, setiap orang yang memiliki jaringan internet, dapat mendapatkan informasi akurat hanya dalam genggam.

Menjadikan perusahaannya 'mudah' dijangkau oleh pelanggan dengan hadir di media-media dengan akses langsung ke pelanggan merupakan inti dari digital marketing. Inilah sesungguhnya pendekatan horizontal. Ketika pemasar dan pelanggan berada di garis yang sama, keduanya dapat saling menjangkau, kepuasan pelanggan akan pelayanan dapat terpenuhi, karena customer memang harus dilayani secara horizontal (Kartajaya, 2009).

Industri dapat digolongkan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan jumlah investasi. Menurut Badan Pusat Statistik (2020), Perusahaan Industri Pengolahan dibagi dalam 4 golongan, yaitu:

- Jumlah tenaga kerja 1-4 orang untuk industry rumah tangga
- Jumlah tenaga kerja 5-19 orang untuk industry kecil
- Jumlah tenaga kerja 20-99 orang untuk industry menengah
- Jumlah tenaga kerja >100 orang untuk industry besar.

Sedangkan ciri-ciri industry rumah tangga menurut Setiawati dan Rozinah (2020) adalah:

- Jumlah tenaga kerja kurang dari lima orang
- Sebagian besar pekerjanya adalah anggota keluarga sendiri dari pemilik atau pengusaha yang pada umumnya tidak dibayar.
- Proses produksinya masih manual dan dilakukan di rumah
- Produksinya bersifat musiman mengikuti kegiatan di sector pertanian yang bersifat musiman

Jenis produksinya sederhana untuk konsumsi sederhana juga.

2. Metode Penelitian

Kegiatan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian berupa penyuluhan, pelatihan dan pendampingan kepada mitra yaitu Kelompok Tirta Soya (KTS) Pekon Dadapan Kecamatan Sumberejo. Kegiatan ini dilaksanakan bulan Mei sampai Agustus 2020.

Metode yang diterapkan yaitu dengan pendekatan sebagai berikut:

1. Penyuluhan Digital Marketing

Mitra diperkenalkan dengan definisi, tujuan, manfaat, dan aplikasi digital marketing. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan edukasi bahwa kestabilan jumlah dan kualitas produksi sangat dibutuhkan ketika ingin memasarkan produk kita secara online. Selain itu tujuan penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan

wawasan baru kepada ibu-ibu rumah tangga tentang wirausaha dan peluang usaha rumahan, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha.

2. Pelatihan Digital Marketing

Materi tentang prinsip dasar pemasaran produk, bertujuan agar mitra mengetahui cara pengemasan yang baik, sehat dan menarik serta strategi pemasaran produk. Pelatihan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada peserta.

3. Pendampingan Pengelolaan Keuangan

Agar mitra dapat melakukan manajemen usaha yang baik dan dapat melihat perputaran modal dari keuntungan yang diperoleh, serta mengembangkan usahanya dan mitra memahami akan produksi makan sehat dan aman.

3. Hasil dan Evaluasi

A. Persiapan

Pada tahap ini tim mengunjungi mitra untuk berdiskusi tentang kesiapan mitra untuk menerima kunjungan tim, serta menetapkan waktu pelaksanaan kegiatan, dan disepakati kegiatan pelatihan tentang digital marketing dilaksanakan pada hari Rabu, 5 Agustus 2020 bertempat di rumah Ibu Supiani selaku Ketua Kelompok Tirta Soya.

B. Sosialisasi dan Pelatihan

Pada kegiatan ini tim memberikan penjelasan terkait penjelasan ringkas terkait digital marketing, produk olahan hasil pertanian, dan strategi jitu dalam memasarkan produk secara digital.

Peserta yang hadir sebanyak 25 orang, sesuai target awal (seluruh anggota). Seluruh peserta berjenis kelamin wanita berusia antara 30 hingga 55 tahun. Produk usaha mereka dari makanan, kue, hingga tenun tapis. Mereka telah menjalankan usaha selama kurang lebih 7 tahun (Gambar 5).



Gambar 5. Sosialisasi kepada mitra

Dari 25 orang peserta, hanya 3 orang yang telah menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka dan itupun tergolong pasif. Platform media social yang mereka gunakan adalah Whatsapp karena platform ini yang sangat familiar bagi mereka. Sebanyak 22 orang tidak pernah menggunakan media social untuk pemasaran produk. Selain menganggap penggunaan digital marketing cukup sulit, mereka juga merasa tidak banyak transaksi actual yang terjadi dibandingkan dengan berjualan langsung. Mereka juga enggan untuk mencoba karena tidak paham dengan cara pembuatan dan penggunaannya, meski ada pula yang merasa usahanya tidak membutuhkan pemasaran secara digital.

Meski media social belum dimanfaatkan secara optimal, tapi KTS telah menggunakan media digital lainnya untuk proses transaksi seperti pesan singkat (SMS) untuk bertukar pesan, promosi, dan bertransaksi.

C. Pendampingan

Pendampingan kami berikan dalam kepada mitra dalam bentuk menjaga kualitas produk dan pengemasan. Ketika metode digital marketing diterapkan secara utuh, maka konsumen tidak hanya terbatas pada Pekon Dadapan saja bahkan hingga seluruh Indonesia. Sehingga kualitas produk dari proses produksi hingga produk tersebut diterima oleh konsumen harus sangat terjaga rasanya. Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah

1. Jangan ragu untuk memilih bahan utama yang berkualitas
2. Manfaatkan rempah-rempah sebagai bahan pengganti pengawet kimia.
3. Untuk proses pengolahan, perhatikan kebersihan lingkungan sekitar
4. Untuk kemasan, gunakan kemasan yang higienis

Mitra dapat menjaga kualitas produk makanan pada proses pendistribusian dengan cara pengemasannya. Salah satu manfaat kemasan yaitu menjaga kualitas produk meskipun produk kita didistribusikan hingga luar daerah. Selain itu dengan kemasan kita mempunyai Brand yang dapat mudah dilihat dan dicari oleh konsumen. Oleh karena itu, tim memberikan hibah contoh desain kemasan dan mesin press (Gambar 6).



Gambar 6. Penyerahan hibah alat press dan kemasan produk

D. Evaluasi

a. Aspek Kewirausahaan

Indikator dari aspek ke-wirausahaan ini adalah mitra mampu mencari peluang usaha yang dapat dikerjakan dirumah dan berani memulai usaha khususnya secara online. Jumlah anggota mitra yang memulai usaha sebanyak 17 orang, yaitu usaha sebagai penjual produk kopi. Untuk mitra yang sudah memiliki usaha makanan rumahan, mitra sudah mulai mengembangkan variasi makanan.

b. Aspek Pemasaran Secara Online

Indikator dari aspek pemasaran ini adalah mitra menciptakan atau membuat merek atau nama dan akun media social lainnya seperti Facebook dan Instagram sebagai tempat usaha (lapak online). Jumlah anggota mitra yang membuat nama atau

merek dan akun media sosial untuk tempat usaha sebanyak 15 orang.

c. Aspek Manajemen Produksi

Indikator dari aspek manajemen produksi adalah mitra melakukan proses produksi yang stabil, baik dari segi kualitas dan kuantitas. Mitra sudah menggunakan kemasan yang higienis dan kedap udara sehingga kualitas akan tetap terjaga selama proses pengiriman.

4. Kesimpulan

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku UMKM khususnya Kelompok Tirta Soya tertarik untuk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala yang dihadapi contohnya adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya digital marketing, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik, tidak sabar ingin segera mendapat hasil, serta kurangnya pemahaman untuk menciptakan “postingan” yang menarik.

Saran yang dapat disampaikan oleh tim Pengabdian kepada mitra adalah pelatihan-pelatihan semacam ini perlu lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada LPPM UNILA yang telah mendanai kegiatan PkM ini.

Daftar Pustaka

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, “Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2018” dalam

- <http://apjii.or.id/survei> 2018, diakses pada 24 Agustus 2020, pukul 22.00 WIB.
- Badan Pusat Statistik, “Perusahaan Industri Pengolahan” dalam <http://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>, diakses pada 24 Agustus 2020, pukul 22.03 WIB.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall.
- Kartajaya, H. (2009). *New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2011). *Cracking Zone*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Nely Mariana, “10 UKM Indonesia yang Sudah Tembus Pasar Global” dalam <http://goukm.id>, diakses pada 24 Agustus 2020, pukul 21.34 WIB
- Y. Maulana, “UKM Harus Manfaatkan Perkembangan Digital”, dalam <http://swa.co.id/swa/csr-corner/yuswohady-ukm-harus-manfaatkan-perkembangan-digital> diakses pada 24 Agustus 2020 pukul 22.00 WIB
- Purwana ES., D., Rahmi, dan Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol 1, No 1. p.1-17 doi: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiawati, E. & Rozinah S. (2020). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pengelolaan Usaha Rumahan di Tangerang Selatan. *Aksiologi*, Vol. 4, No. 2, pp. 231-240.
- Simon Kemp, “Digital in Southeast Asia in 2020” dalam <http://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2017> diakses pada 24 Agustus 2020 pukul 23.34 WIB
- Wibowo, R.C., Basuki, K.H., & Sarkowi, M. (2020). Pemetaan Zonasi Risiko Partisipatif Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Kawasan Obyek Wisata Keramikan dan Kawah Nirwana Desa Sukamarga. *Sakai Sambayan-Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 4, No. 2. pp. 112-117.