

Pendampingan Promosi Usaha Petani Sari Apel Di Desa Nongko Jajar Melalui Pemanfaatan Sosial Media/Marketplace Online

Zainul Ahwan, Mochamad Hasyim, Akhmad Aminuddin

Universitas Yudharta Pasuruan

zezen@yudharta.ac.id, hasyim@yudharta.ac.id Aminudin@yudharta.ac.id

Abstract:

Community service program on Assistance for Promotion of Apple Cider in Nongko Jajar Village Through the Utilization of Social Media/Marketplace Online has been carried out for approximately 2 months. This activity has contributed significantly to increasing new knowledge and skills for farmers Apples nongkojajar in promoting apple cider products through the utilization of online market places. In addition, the program partners also have trading accounts in the open marketplace and shopee stores as well as Facebook and Instagram social media. Through this effort apple farmers nongkojajar especially the program partners benefited from the service program conducted by the Communication Sciences lecturer team at Yudharta Pasuruan University. To encourage the sustainability of the program, the synergy between related parties becomes important to continue to be carried out such as the village/sub-district government, the department of communication and information, the Industry and Trade service provider and internet service providers and universities must be carried out with their respective functions and roles. Through this synergy it will encourage economic improvement and the welfare of apple farmers in Nongko Jajar.

Keywords: *Promotion, Apple cider, Market Place online*

Pendahuluan

Apel merupakan salah satu buah klimaterik yang berasal dari daerah subtropis. Di Indonesia tanaman apel dibudidayakan di beberapa daerah diantaranya Malang, Batu, Nongkojajar-Pasuruan, dan dataran-dataran tinggi. Apel yang banyak ditanam di Indonesia adalah varietas manalagi, anna, romebeauty, dan wangli atau lali jiwo, namun buah apel yang banyak diminati dikalangan masyarakat adalah varietas manalagi karena rasanya yang dominan manis, sedikit

asam, tekstur yang liat dan kandungan air apel yang tidak terlalu tinggi serta warna buah yang putih. Apel memiliki umur simpan yang pendek sehingga setelah dipanen tidak dapat terlalu lama disimpan karena dapat mengalami pembusukan. Selain persoalan umur simpan yang pendek petani apel di Nongko jajar juga sering mengelih akibat cuaca yang mempengaruhi kualitas produksi apel menjadi tidak bagus dan cenderung buahnya kecil sehingga membuat mereka merugi dan bahkan samapi gagal panen



Gambar No 1 Pemberitaan Petani Apel di Warta Bromo

Selain persoalan cuaca buruk, kondisi tersebut juga diperparah dengan harga jual apel yang tidak stabil sebagaimana dalam pemberitaan Radar Bromo dalam link berita <https://radarbromo.co.id/2018/09/05/petani-apel-di-tutur-keluhkan-harga-anjlok-saat-panen/> berikut:



Gambar No 2 Pemberitaan Petani Apel di Radar Bromo

Untuk mensiasati berbagai problem tersebut tersebut beberawpa petani apel di Nongko Jajar melakukan inovasi melalui upaya untuk memperpanjang umur simpan buah apel, salah satunya yaitu dengan mengolahnya menjadi sari buah apel. Selain memperpanjang umur simpan, pengolahan sari buuah apel dapat meningkatkan nilai ekonomis buah apel. Apel yang digunakan dalam pabrik pengolahan sari buah apel ini adalah varietas manalagi. Penggunaan apel ini dalam sari buah apel selain rasa yang manis, buah varietas ini lebih banyak dibudidayakan oleh perkebunan karena jumlah permintaan konsumen yang lebih menyukai apel varietas manalagi. Kualitas buah apel yang yang digunakan dalam pengolahan sari buah apel bukan kualitas prima melainkan apel “rempesan”. Apel rempesan memiliki nilai ekonomis yang rendah sehingga biasa dimanfaatkan menjadi pakan ternak. Apel “rempesan” adalah apel yang memiliki ukuran lebih kecil dari apel pada umumnya, tidak beraturan, namun dari segi komposisi kimia tidak jauh berbeda 2 dengan apel kualitas prima sehingga masih dapat dimanfaatkan menjadi sari buah apel. Sari buah merupakan salah satu minuman penyegar yang dapat memberikan energi, vitamin dan mineral.

Menurut SNI 01-3719-1995 definisi dari sari buah adalah minuman ringan yang dibuat dari sari buah dan air minum dengan atau tanpa penambahan gula dan bahan tambahan makanan yang di izinkan. Salah satu jenis minuman yang telah banyak dikenal dan diterima dengan baik oleh masyarakat yaitu sari buah apel. Hal

ini terbukti dengan maraknya pendirian industri-industri yang mengolah dan memproduksi sari buah apel yang artinya semakin banyak pula masyarakat yang mengkonsumsi minuman sari buah ini. Tingkat konsumsi beverage (ready to drink hot drinks, susu, minuman ringan termasuk sari buah dan minuman beralkohol) dari tahun 1998 sampai 2003 meningkat 2,3-2,7% setiap tahunnya (Ashurst, 2005). Peningkatan jumlah konsumsi sari buah terutama sari buah apel di Indonesia menjadikan salah satu alasan perlunya didirikan pabrik pengolahan sari buah apel untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Sari buah apel yang diproduksi di pabrik ini menggunakan kemasan gelas PET (polyethylene terephthalate) 220mL. Pertimbangan penggunaan jenis sifatnya yang kuat, dapat dibentuk dengan sistem blowing atau moulding, serta permeabilitas yang rendah terhadap gas, aroma, maupun uap air (Mujiarto, 2008). Volume sari buah yang dipilih 220 mL karena disesuaikan dengan pola konsumsi konsumen terhadap minuman yaitu 200-250mL untuk sekali minum. Pabrik pengolahan sari buah apel direncanakan didirikan di daerah Nongkojajar, Pasuruan-Jawa Timur. Pemilihan lokasi pendirian pabrik pengolahan sari buah apel berdasarkan sumber bahan baku apel manalagi “rempesan” yang dengan mudah didapatkan dari perkebunan di sekitar pabrik agar biaya produksi produksi sari apel menjadi lebih kecil, selain 3 itu tempat ini dipilih juga karena dekat dengan sumber air yang dapat diambil dari mata air pegunungan. Mata air pegunungan yang terletak di 4 kaki pegunungan yaitu pegunungan Arjuno, Baung, Mliwis, dan pegunungan Bromo sehingga dapat mempermudah proses pengolahan produk sari apel.

Inovasi pembuatan sari buah apel yang sudah mulai berjalan tersebut tentunya harus diperkuat dengan pemasaran / promosi produk yang tepat terlebih di era sekarang persaingan bisnis sejenis yang sudah sangat kompetitif. Untuk mendorong inovasi produk yang telah dibuat oleh petani apel di Nongko Jajar tersebut perlu adanya peningkatan pengetahuan dan skill dalam melakukan promosi melalui media internet. Dengan melakukan promosi di internet dengan memanfaatkan marketplace tentunya akan semakin memperkenalkan produk sari

apel nongko jajar menjelajah pasar yang lebih luas.

Permasalahan Mitra

Implementasi program pengabdian ini didasarkan pada beberapa poin masalah yang dihasilkan dari riset pendahuluan sebagai berikut :

- 1 Persaingan produk minuman sejenis sari apel yang sangat banyak dipasaran dengan harga yang kompetitif
- 2 Desain produk masih sangat sederhana dan kurang memiliki nilai kompetitif
- 3 Penjualan minuman sari apel selama ini masih menggunakan penjualan keptive market dengans asaran utama daerah sekitar dan Kabupaten Pasuruan
- 4 Belum melakukan pengembangan promosi melalui media internet kerana masih belum tahu bagaimana caranya melakukan promosi di dunia maya tersebut

Solusi dan Target Luaran

Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra program tersebut. Tim pengabdian masyarakat merumuskan solusi penyelesaian masalah berupa penguatan skill promosi melalui pemanfaatan media internet sebagai promosi. Untuk memastikan mitra program mampu melakukan kegiatan promosi melalui marketplace di internet dengan memanfaatkan berebagai media jual beli online, tim pengabdian masyarakat akan melakukan serangkain kegiatan yang meliputi :

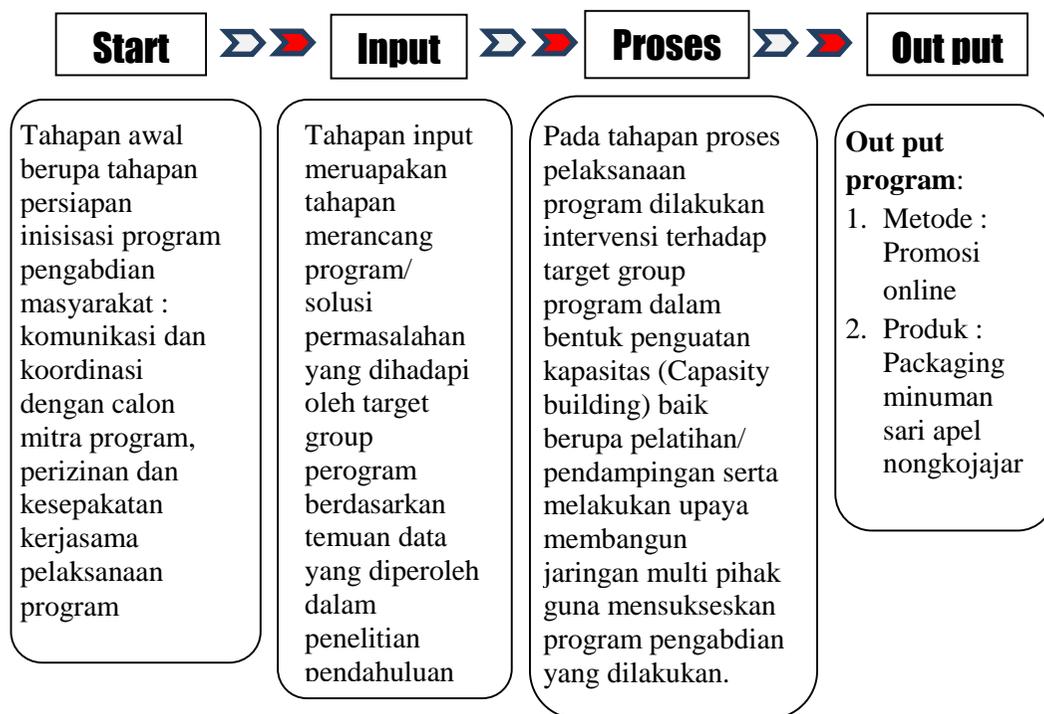
1. Membuat desain packaging sari apel yang lebih memiliki nilai / marketable
2. Melakukan pendaftaran akun jual beli onlene di beberapa marketplace di internet
3. Melakukan pemdampingan operasionalisai dari promosi dengan menggunakan media internet dengan akun yang sudah dibuat
4. Melakukan pemantauan perkembangan promosi bisnis yang jalankan oleh mitra program

Tabel 1. Target Luaran

No	Luaran	Bentuk
1	Produk	Pembuatan packaging minuman sari apel nongko ajar
2	Jasa	1. Pembuatan akaun marketplace di internet 2. Pendampingan promosi di internet

Metode

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode input proses output dimana program yang dilakukan telah melalui tahapan analisis yang tepat pada tahapan penelitian pendahuluan sehingga solusi yang ditawarkan memang menjadi problem yang dihadapi oleh mitra program. Berikut matrik metode yang digunakan :



Gambar No 3. Diagram Metode Pelaksanaan Program

Komunikasi Dua Arah

Metode Komunikasi yang dilakukan berlangsung dua arah, dari tim program pengabdian kepada mitra dan sebaliknya. Metode komunikasi dua arah dimaksudkan untuk dapat lebih menggali permasalahan mitra secara lebih obyektif, mendalam, efektif, dan efisien. Sehingga diharapkan dapat memberikan solusi yang tepat guna terhadap permasalahan yang dihadapi mitra. Komunikasi dua arah dilakukan pada saat penggalian permasalahan mitra, usulan solusi terhadap masalah mitra, penggalian kebutuhan mitra terhadap promosi online dan pendampingan. Berikut peranan masing-masing-pihak dalam program ini :

Tabel 2. Peran Tim Pengabdian dan Mitra

Tim	Peran
Tim Pengabdian	<ul style="list-style-type: none"> - Penggalian masalah mitra - Pencarian solusi yang tepat terhadap masalah mitra - Melaksanakan pembuatan branding kemsan sari apel nongkojajar - Memberikan pelatihan penggunaan media online untuk promosi
Mitra	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkomunikasikan masalah yang dihadapi kepada tim pengabdian - Membantu tim pengabdian dalam hal mewujudkan solusi yang telah disepakati bersama - Memberikan data yang diperlukan untuk kebutuhan akun dan promosi - Menyediakan tempat untuk diskusi

Pembuatan Packaging dan Pembuatan Akun Media Promosi

Kegiatan ini berupa pembuatan desain packaging minuman sari apel yang nantinya akan dijadikan sebagai brand promosi produk sari apel dari mitra dampingan. Selain itu, dalam program ini juga dilakukan pembuatan akun media promosi

online yang nantinya digunakan sebagai pemasaran produk sari apel yang sudah dibranding dengan kemasan produk yang menarik.

Pelatihan (Training) dan pendampingan

Metode pelatihan digunakan untuk menanamkan kecakapan dan ketrampilan teknis dan praktis mitra program. Pelatihan yang diberikan terkait dengan pengelolaan penguasaan penggunaan media online untuk kebutuhan promosi. Pendampingan juga dilakukan dalam rangka memastikan bagaimana perkembangan bisnis yang jalankan oleh mitra dengan melihat bagaimana efek dari kegiatan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media internet tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Penyajian Data PKM

1. Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan sebagai kawasan pertanian buah Apel

Kecamatan Tukur terletak di Kabupaten Pasuruan terletak di antara Kecamatan Kejayan, Kecamatan Puspo, Kecamatan Tukur, Kecamatan Purwodadi dan Kabupaten Malang dan terbentang pada 7,30' - 8,30' Lintang Selatan dan 112' 30' - 113' 30' Bujur Timur. Wilayahnya merupakan dataran menengah hingga dataran tinggi dengan ketinggian mulai 600 m dpl hingga lebih dari 1000 m dpl (diatas permukaan laut) dengan kondisi permukaan tanah yang berbukit sampai bergunung antara 20- 30%. Batas Daerah: di sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Kejayan dan Kecamatan Pasrepan, di sebelah Timur berbatasan dengan wilayah Kecamatan Puspo dan Kecamatan Tukur, sedangkan di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Purwodadi dan di Selatan Kabupaten Malang. Wilayah Kecamatan Tukur memiliki 12 Desa, yang terbagi habis menjadi 70 Dusun, 88 Rukun Warga (RW), dan sebanyak 304 Rukun Tetangga (RT), dengan luas wilayah sebesar 86,315 km persegi <https://pasuruankab.bps.go.id>

Kecamatan Tukur atapun juga yang dikenal dengan Nongkojajar juga terkenal

sebagai desa penghasil buah apel, karena awal sejarah buah apel di tanam di Indonesia, tepatnya pada desa Nongkojajar ini. Disamping suhunya yang ideal untuk tanaman apel dan tanahnya juga subur untuk bercocok tanam karena desa Nongkojajar merupakan dataran tinggi. <https://id.wikipedia.org/wiki/Nongkojajar>, Tuter, Pasuruan. Kawasan Nongkojajar merupakan wilayah berbukit lereng gunung dengan jenis tanah Andosol. Suhu maksimum 32°C dan suhu minimum 22°C, curah hujan per tahun berkisar antara 2.000-3.000 mm/tahun dengan kelembaban udaranya berkisar 75-85 %. Tipe iklim daerah ini tergolong tropika basah dengan udara yang sejuk menjadikan kawasan ini menjadi tempat budidaya buah apel yang sangat produktif.

2. Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan

Dari persoalan yang telah teridentifikasi tersebut, berikut beberapa gambaran kegiatan yang diorientasikan sebagai solusi yang dilaksanakan dalam program ini:

1). Komuniiasi inisisasi program

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 04 September 2019 bertempat di rumah Suwarno selaku pengusaha minuman sari buah apel. Kegiatan komunikasi tersebut dilakukan dengan melibatkan mendapatkan respon dan masukan mitra program terkait pelaksanaan kegiatan. Dari pertemuan tersebut, Tim PKM Universitas Yudharta Pasuruan telah mendapatkan gambaran pelaksanaan program mulai dari waktu / penjadwalan kegiatan, kebutuhan data pendukung serta keterlibatan mitra

2). Pembuatan branding kemasan minuman sari apel

Untuk mendukung penjualan produk minuman sari apel Nongkojajar maka salah satu yang harus dilakukan adalah membuat branding desain kemasan produk yang menarik dan menimbulkan minat pembeli. Dalam program pengabdian masyarakat ini, pembuatan kemasan produk dilakukan dengan mempertimbangkan unsur promosi yang akan disampaikan yaitu tentang

mengkomunikasikan kualitas produk kepada konsumen melalui pemilihan gambar yang tepat. Selain itu, pemilihan gambar dan kata-kata yang dimunculkan juga menjadi pertimbangan bagi pembuat desain. Pada kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat memberikan opsi beberapa desain produk yang bisa dijadikan pilihan oleh mitra program. Berikut hasil desain *packaging* produk minuman sari buah apel nongkojajar.



Gambar No 4 desain packaging minuman sari apel nongkojajar

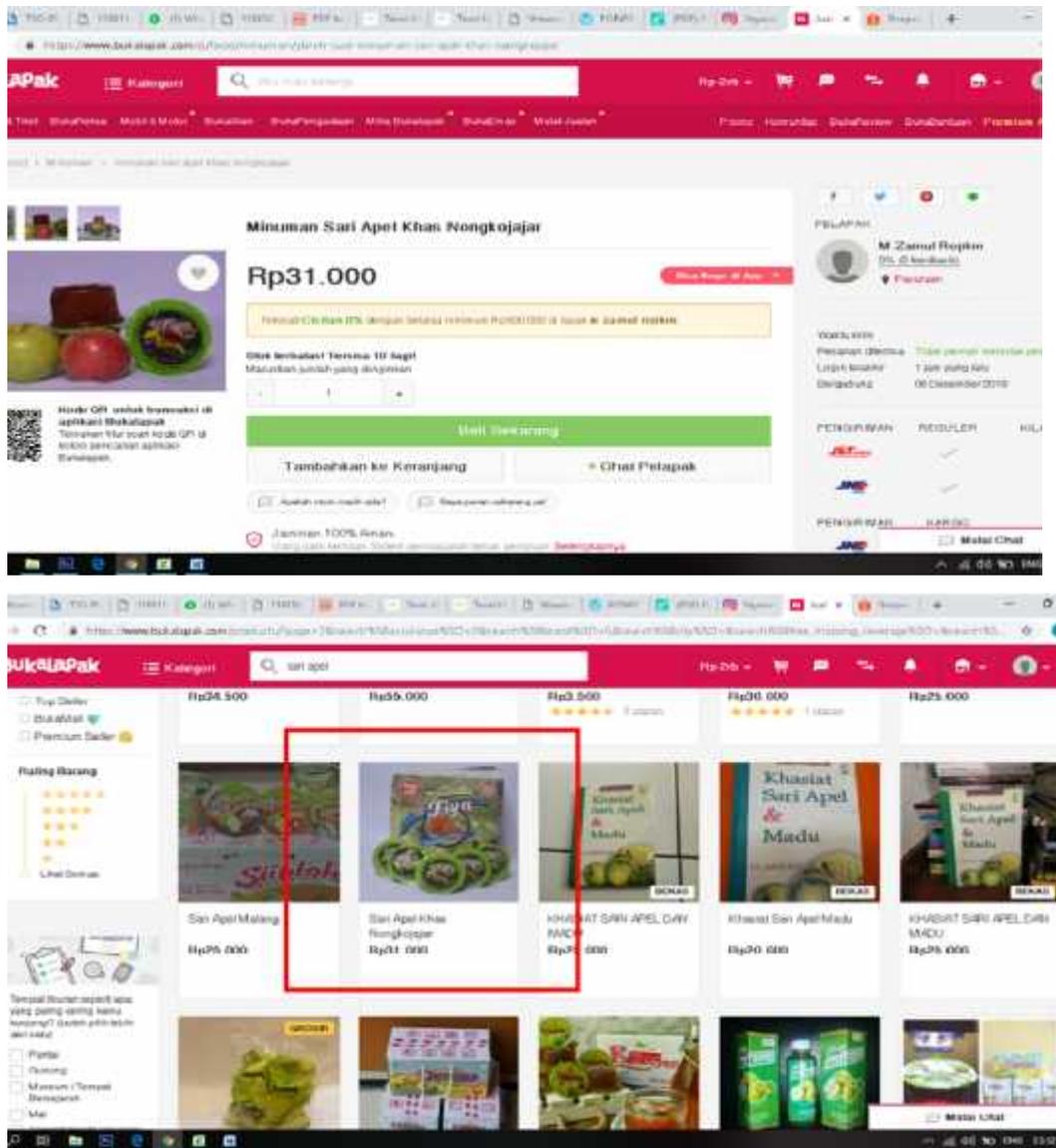
Dari desain packaging yang telah dibuat dan disepakati oleh mitra program kemudian mitra program melakukan pembuatan produk dengan desain kemasan yang telah dibuat oleh tim abdimas Universitas Yudharta Pasuruan. pada tahapan selanjutnya dilakukan pemotretan produk yang nantinya dijadikan sebagai bahan untuk melakukan kegiatan promosi di internet. Berikut hasil pemotretan produk minuman sari apel Nongkojajar.



Gambar 5 Hasil Pemotretan produk minuman sari apel Nongkojajar

3). Pembuatan akun dan pendampingan promosi

Tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi telah merubah wajah bisnis diberbagai penjuru dunia. Masyarakat sekarang sudah mulai familiar dengan jual beli online. Dengan berbagai fasilitas jual beli yang diberikan oleh berbagai media/aplikasi startup dan sosial media menjadikan proses promosi semakin mudah dan cepat. Untuk itu, guna mendorong usaha petani apel nongkojajar dalam mempuat produk minuman sari apel, tim abdimas Universitas Yudharta Pasuruan melakukan pendaftaran akaun dibeberapa marketplace dan sosial media. Dalam program ini tim pengabdian masyarakat telah membuat akun jual beli online di BUKALAPAK dan SHOPPE dengan nama **“SARI APEL FIYA dan SARI APEL KHAS NONGKOJAJAR”**. Berikut gambar akun yang dibaut :

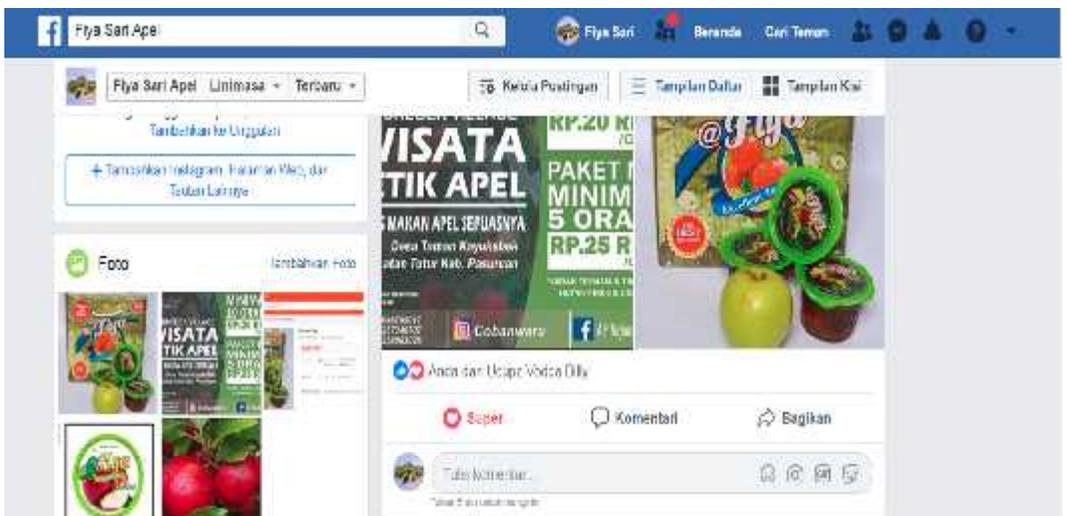


Gambar No 6 Promosi produk minuman sari apel Nongkojajar di Akun Bukalapak



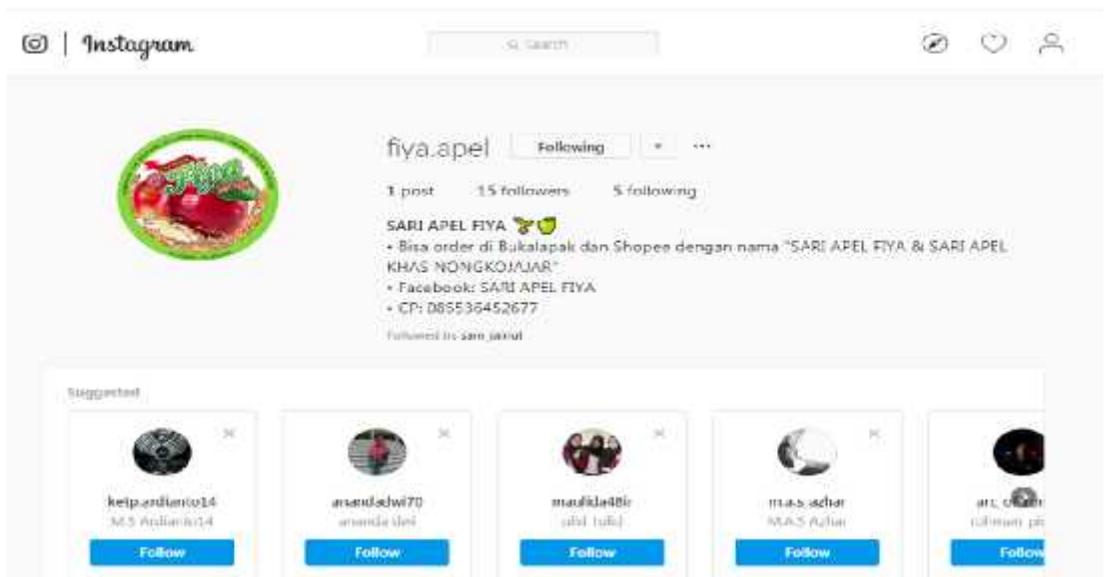
Gambar No 7 Promosi produk minuman sari apel Nongkojajar di Akun Shopee

Selain membuat akun di marketplace buka lapak dan shopee, tim abdimas juga membuat akun media sosial. pembauatan akun media sosial tersebut dimaksudkan untuk menambah daya jelajah promosi ke target yang lebih luas lagi. Akun yang dibuat dalam program pendampingan ini adalah akun jual beli melalui media facebook dengan nama akun **fiya sari apel**. Facebook dipilih oleh tim abdimas sebagai media promosi mengingat jumlah pengguna facebook diindonesia sangat besar dan masyarakat indonesia sangat femeliar dengan media sosial tersebut. Berikut akaun facebook yang telah dibuat :



Gambar No 8 Promosi produk minuman sari apel Nongkojajar di Akun Facebook

Selain akun facebook, tim abdimas UYP juga membuat akun media sosial instagram dengan nama akun **fiya.apel**. Pemilihan media instagaram juga dengan mempertimbangkan fasilitas instagram yang cukup kompleks mulai dari fasilitas unggah gambar dan video sehingga kedepan promosi yang dilakukan bisa dikembangkan ke iklan video.. berikut akaun instagram yang telah dibuat:



Gambar No 9 Promosi produk minuman sari apel Nongkojajar di Akun Instagram

3. Hasil Capaian Program

Program pengabdian masyarakat tentang Pendampingan Promosi Usaha Petani Sari Apel Di Desa Nongko Jajar Melalui Pemanfaatan Sosial Media / Marketplace Online telah dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan mulai September – Oktober 2016. Hasil dari kegiatan yang telah dilakukan baik dalam bentuk kordinasi, pelatihan, pendampingan serta pembuatan media official berbasis website sebagaimana berikut:

Berikut hasil capaian selama intervensi program dilakukan.

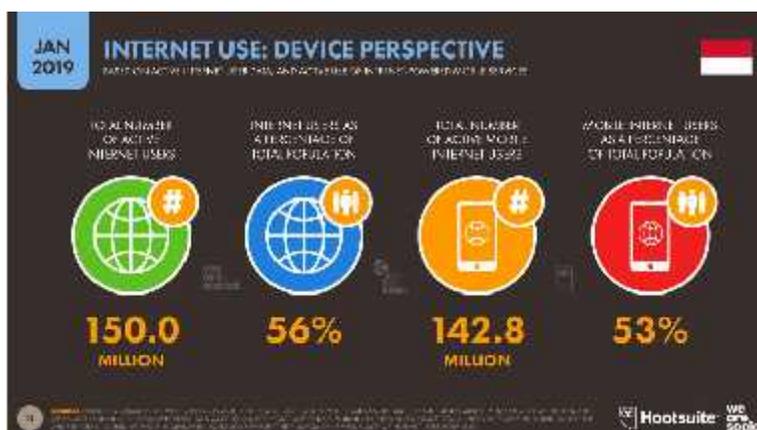
Tujuan Program	Capaian Program
Pendampingan Promosi Usaha Petani Sari Apel Di Desa Nongko Jajar Melalui Pemanfaatan Sosial Media / Marketplace Online	<p>1 Telah terlaksananya kegiatan <i>capacity building</i> dan pendampingan kegiatan promosi dimana mitra program telah mampu meningkatkan kapasitas pengetahuan dan skill dalam melakukan promosi melalui media promosi online (<i>online market place</i>) baik di media Buka Lapa, Shopee, Instagram dan Facebook</p> <p>2 Terwujudnya akun promosi di bukalapak dan shopee deengan nama akun “Sari Apel Fiya, Sari Apel Khas Nongkojajar” serta akun media sosial facebook fiya sari apel serta akun instagram fiya.apel</p>

Pembahasan

1. Potensi Pemasaran Online di era Industri 4.0

Dalam kegiatan bisnis, Pemasaran menjadi hal yang sangat penting dalam proses bisnis. Melalui pemasaran yang dilakukan dalam bentuk promosi persuasif akan sangat mempengaruhi konsumen untuk tertarik melakukan pembelian. Menurut Swastha (2000 : 222), promosi merupakan arus informasi satu arah yang persuasif yang fungsinya adalah untuk mempengaruhi seseorang ataupun suatu organisasi sehingga melakukan transaksi atau pertukaran dalam pemasaran. Sedangkan menurut Suryana (2001), promosi merupakan suatu cara yang dilakukan untuk menginformasikan deskripsi suatu barang ataupun jasa yang sedang ditawarkan agar konsumen terkait mengenal dan kemudian membeli. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat diartikan bahwa promosi merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang atau perusahaan untuk mempengaruhi, merayu atau membujuk konsumen untuk mengenal lebih tentang suatu produk yang ditawarkan, sehingga dengan mengenali produk tersebut baik itu dari fungsi ataupun manfaatnya konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian.

Di era globalisasi sekarang ini, kegiatan promosi produk sudah mulai ada perubahan atau pergeseran dimana promosi di era sekarang para produsen mulai menggunakan kepromosi online disamping promosi offline juga tetap dilakukan. hal ini cukup realistis mengingat sekarang masyarakat sudah memasuki era industri 4.0 dimana perubahan begitu sangat cepat karena dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi. Masyarakat saat ini sudah sangat fameliar dengan internet. Data pengguna internet di Indonesia yang dihimpun oleh websindo <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/> sampai tahun 2019 sudah ada 150 juta pengguna aktif atau sekitar 56% dari total jumlah penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Dari sekian itu ada 142,8 juta pengguna yang akses melalui perangkat mobile. Arah trend nya adalah akses internet melalui Mobile Devices.



Gambar No 10 Data Pengguna internet di Indonesia (Sumber : websindo.com)

Potensi pasar pengguna internet yang begitu besar ini maka promosi online menjadi salah satu pilihan yang realistis untuk mendorong penjualan produk Sari Apel Nongko Jajar. Melalui pemanfaatan marketplace online seperti Buka Lapak, Shopee, instagram serta facebook akan mampu mendorong penjualan yang lebih luas dan lebih cepat sehingga banyak masyarakat yang mengetahui produk sari apel nongko jajar. Produk kuliner baik makanan / minuman merupakan barang yang banyak dibeli oleh masyarakat melalui media online dengan prosentase 14% ditahun 2017 (data indonesiabaik.id) dan potensi itu akan terus berkembang. Artinya pasar bisnis online minuman sari epal nongko jajar mempunyai peluang potensial untuk bisa

menembus pasar yang lebih luas, bukan lagi pasar domestik saja yang menjadi area promosi penjualan produk.



Gambar No 11 Data peminatan barang melalui internet di Indonesia (Sumber: indonesiabaik.id)

2. Penguatan jaringan internet dan multi sinergi antar pihak

Media penjualan online itu ya internet itu sendiri. Jaringan internet menjadi instrumen (device) yang paling vital bagi para pengusaha produk sari apel di Nongko Jajar untuk melakukan kegiatan promosi online di tempat yang telah dibuat. Persoalan jaringan internet di Nongko Jajar masih belum bisa merata secara baik sehingga disebagian daerah masih belum memiliki akses internet yang kuat. Untuk mendorong performance promosi di media online ini tentunya perlunya pemerataan jaringan internet diseluruh desa di kawasan Nongko Jajar. Upaya ini sebenarnya bisa dilakukan dengan sinergi antar pihak seperti dinas kominfo, penyedia jasa jaringan internet seperti telkom dll serta pemerintah desa/ kecamatan. Ketersediaan jaringan internet yang baik/kuat serta terlibatan stakeholder terkait akan sangat membantu percepatan peningkatan penjualan sari apel di Nongkojajar sehingga memberikan dampak ekonomi dan kesejahteraan bagi masyarakat petani apel.

Kesimpulan

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, jika konsumen tidak tahu atau belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut memiliki manfaat bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Dalam kegiatan promosi diperlukan strategi-strategi yang tepat agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat mencapai target. Pada dasarnya tujuan utama dari strategi promosi

dan aktivitas promosi adalah sama yaitu mempengaruhi konsumen untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan. Program pengabdian masyarakat tentang Pendampingan Promosi Usaha Petani Sari Apel Di Desa Nongko Jajar Melalui Pemanfaatan Sosial Media / Marketplace Online telah dilaksanakan kurang lebih selama 2 bulan mulai September – Oktober 2016. Kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pengetahuan dan skill baru bagi petani apel nongkojajar dalam mempromosikan produk sari apel yang diproduksi melalui pemanfaatan market place online. Selain itu, mitra program juga telah memiliki akun jual beli di marketplace buka lapak dan shopee serta media sosial facebook dan instagram. Melalui upaya ini diharapkan petani apel nongkojajar khususnya mitra program ini mendapatkan manfaat dari program pengabdian yang dilakukan oleh tim dosen Ilmu Komunikasi Universitas Yudharta Pasuruan. Untuk mendorong keberlanjutan program maka sinergi anatar pihak terkait menjadi penting untuk terus dilakukan seperti pemerintah desa / kecamatan, dinas kominfo, disperindag serta perusahaan penyedia jasa internet dan perguruan tinggi harus dilakukan dengan melakukan fungsi dan perannya masing. Melalui sinergi ini akan mendorong peningkatan ekonomi dan kesejahteraan petani apel di Nongko Jajar.

Daftar Pustaka

Basu Swastha, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2000)

Chandrakusuma Hardian, 2009, Perancangan Media Promosi Produk Teh Walini Organik PT. Perkebunan Nusantara VIII, Jurusan Desain Produk Industri, FTSP ITS.

Jogiyanto. 2005. Analisis dan Desain *Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Suryana. (2001). Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat

<http://deasykhairunnisa.blogspot.co.id/2016/11/strategi-promosi-dan-media-promosi.html?view=flipcard>

<http://kepri.antaranews.com/berita/24377/pemanfaat-ti-untuk-promosi-produk-umkm-minim>

<https://lindanoer.wordpress.com/2014/01/08/strategi-promosi-penjualan/>

<https://prezi.com/sty9liiecryl/analisis-instagram-sebagai-media-promosi-online-shop-fashion/>

<http://repository.wima.ac.id/1199/5/Bab%204.pdf>

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/>

