

## PELATIHAN PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* PADA USAHA KRIPIK PISANG KEPOK Mr. YARIS

**Eka Septianti Laoli**

Program Studi Manajemen, Universitas Nias  
e-mail: [septianti.laoli@gmail.com](mailto:septianti.laoli@gmail.com)

### ABSTRACT

*This training was conducted as a form of concern for the development of small businesses in the city of Gunungsitoli. The method used in this community service is varied lectures and discussions. Meanwhile, the approach taken is an educational approach, namely an approach that in the program and implementation of service contains elements of education so as to create an intellectual community, and able to encourage the realization of the planned goals. Entrepreneurship training, which is one part of community service, has a positive impact on progress both in terms of increasing skills in terms of knowledge so that it can have an impact on increasing production quality and improving the economy.*

**Keywords:** Digital Marketing, Business

### ABSTRAK

*Pelatihan ini dilakukan sebagai wujud kepedulian terhadap pengembangan usaha kecil yang ada di kota Gunungsitoli. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini yakni ceramah bervariasi serta diskusi. Sementara pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan edukatif, yaitu pendekatan yang dalam program maupun pelaksanaan pengabdian mengandung unsur pendidikan sehingga menciptakan masyarakat yang intelektual, serta mampu mendorong terwujudnya tujuan yang direncanakan. Pelatihan kewirausahaan yang merupakan salah satu dari bagian pengabdian kepada masyarakat, memberikan dampak positif ke arah kemajuan baik dari segi peningkatan skill dari segi pengetahuan sehingga dapat berdampak pada peningkatan mutu produksi dan peningkatan perekonomian.*

**Kata kunci:** Digital Marketing, Usaha

## 1. PENDAHULUAN

Kripik pisang merupakan salah satu jenis cemilan yang paling banyak digemari oleh masyarakat, bahkan penggemarnya hampir disemua kalangan, baik anak-anak hingga dewasa. Cemilan ini dibuat dari bahan pisang dan diolah dengan cara yang sederhana yaitu diiris tipis dan digoreng hingga matang. Yang membuat masyarakat meminati kripik pisang ini dikarenakan harganya yang terjangkau serta rasanya yang menggurikan, sangat cocok dinikmati saat situasi santai bersama keluarga maupun teman. Cemilan ini sangat banyak ditemui di toko-toko atau pun warung kecil, bahkan tidak jarang ditemui ada beberapa pengusaha yang menjadikannya sebagai oleh-oleh khas Kepulauan Nias. Pulau Nias sendiri kaya akan tanaman dan buah pisangnya, saking banyaknya, tidak jarang dari masyarakat mengeksport ke luar daerah untuk diolah disana. Padahal apabila masyarakat mampu membuka cakrawala pemikirannya, pisang ini dapat bernilai ekonomis dan bernilai lebih mahal bila diolah dan dijual sendiri.

Salah satu usaha yang sampai saat ini menggeluti usaha kripik pisang adalah "Usaha Kripik Pisang Kepok Mr. Yaris". Pengusaha yang satu ini optimis bahwa dengan bahan yang sederhana mampu menciptakan produk yang luar biasa yang tidak hanya diterima masyarakat lokal, tapi mampu menarik perhatian wisatawan lokal dan mancanegara, itulah alasannya mengapa pada setiap label penjualannya selalu disertakan "oleh-oleh khas Nias", karena baik bahan maupun pengolahannya diproduksi di Pulau Nias yang dilakoni oleh masyarakat Nias sendiri. UMKM ini terletak di Desa Ombolata Ulu, tepatnya di samping simpang Kaliki, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Nias. Namun produk kripik pisang ini hanya dapat didistribusikan kepada pelanggan tetap, desa sekitar yang berdekatan dan warga desa setempat. Hal ini dikarenakan minimnya pemahaman tentang *digital marketing* serta kurangnya akses jangkauan distribusi yang luas. Pangsa pasar yang tergolong kecil, membuat pengusaha tidak mampu memaksimalkan pemasaran hasil produksinya, dan tentunya hal ini berpengaruh pada keuntungan yang didapatkan. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, sangat dibutuhkan kemahiran dalam

pengemasan dan pemasaran. Strategi pemasaran yang diterapkan harus mengikuti perkembangan zaman saat ini. Strategi di era modern saat ini adalah pemasaran secara online dengan memanfaatkan website, aplikasi online, serta jejaring sosial. Masyarakat saat ini banyak meminati tawaran-tawaran produk yang tersebar diberbagai media online, hal ini dikarenakan transaksi antara konsumen dan produsen dapat lebih mudah tanpa harus keluar rumah atau pergi ke pasar. Bahkan dampak dari adanya kemajuan teknologi di era digital saat ini, produk yang dihasilkan dapat dipromosikan dan dijual dengan mudah dalam jangkauan yang sangat luas. Pemasaran secara online atau lebih dikenal dengan istilah *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan berbagai media berbasis web, seperti blog, website, e-mail, atau jejaring sosial (Ridwan Sanjaya dan Joshua Tarigan, 2009). Menurut Harini dan Handayani (2019) *digital marketing* juga merupakan serangkaian aktivitas dalam memberikan promosi serta mencari target pasar dengan menggunakan media digital secara daring melalui jejaring sosial seperti *facebook, twitter, whatsapp, Instagram* dan lain sebagainya. Berbagai aplikasi pertemanan ini menawarkan kemudahan-kemudahan terutama dalam menawarkan produk baik kepada orang-orang yang sudah kita kenal, maupun kepada orang lain di seluruh dunia yang menggunakan aplikasi tersebut. Menurut Saifuddin (2014), *digital marketing* mampu memberikan jangkauan yang lebih luas hingga keseluruh dunia tanpa adanya batas dan waktu. UMKM di era digitalisasi saat ini, dituntut untuk melek teknologi dan menerapkan pemasaran digital dalam proses pemasaran produknya, hal ini bertujuan untuk menciptakan persaingan pasar yang sehat di era modernisasi saat ini (Harini dan Rohman, 2020).

Penerapan konsep *digital marketing* juga berpengaruh pada niat beli dan kepercayaan produk masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Achmad Romadlon, dkk (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh *Digital Marketing*, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat)”. Hasil penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ini diketahui bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli masyarakat. Hal ini menggambarkan bahwa semakin baik *digital marketing* maka akan meningkatkan niat beli konsumen Kawaii Coklat untuk terus meningkatkan *marketing online* nya lewat instagram, seperti lebih sering posting-posting produk yang menarik agar konsumen tertarik untuk membelinya.

Berdasarkan perihal di atas, maka sangat dirasa penting dilakukan pelatihan kepada pelaku UMKM dalam hal ini pengusaha Kripik Pisang Kepok Mr. Yaris. Tujuannya untuk memberikan edukasi serta gambaran pentingnya menerapkan *digital marketing* saat ini. Apalagi ditengah situasi pandemi yang masih belum kunjung usai, kiranya dapat memberikan dorongan dalam berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi sehingga manfaatnya tidak hanya dapat menemukan pangsa pasar yang luas tetapi juga mampu bersaing dengan pengusaha-pengusaha lain yang telah menerapkan *digital marketing* pada setiap pemasaran produknya.

## 2. METODE

Dalam melaksanakan pelatihan kewirausahaan usaha Kripik Pisang Kepok Mr. Yaris, metode yang digunakan adalah ceramah bervariasi serta diskusi. Sementara pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan edukatif, yaitu pendekatan yang dalam program maupun pelaksanaan pengabdian mengandung unsur pendidikan sehingga menciptakan masyarakat yang intelektual, serta mampu mendorong terwujudnya tujuan yang direncanakan.

Metode ceramah bervariasi ini dapat berupa presentase menggunakan media power point yang ditayangkan pada proyektor. Pada metode ceramah ini, selain menjelaskan pemahaman terkait *digital marketing* juga memaparkan beberapa contoh pengusaha yang sudah menerapkan konsep pemasaran digital sehingga para peserta pelatihan juga dapat mengerti dan memahami serta termotivasi untuk mencoba. Untuk memberi gambaran yang lebih dekat lagi terkait penerapan *digital marketing* maka perlu diadakan diskusi sehingga semakin terbuka ruang

lingkup pembahasan pemasaran yang sesuai di era modern saat ini. Informasi tidak hanya bersumber dari para penyaji saja, tetapi diharapkan para peserta pelatihan juga mampu memberikan aspirasi serta kesaksian atau pengalaman terkait pemasaran produk usaha yang dilakukan selama ini. Hal ini bertujuan agar terjalin komunikasi interaktif yang saling mendukung dan saling memberikan pemahaman yang lebih logis dan lebih dapat diterima baik dari sisi teori maupun secara praktik, sehingga nantinya ketika menerapkan *digital marketing* hasil yang dicapai dapat berdaya guna dan berhasil guna.

Dalam mencapai keberhasilan menggunakan metode yang diterapkan, ketercapaian pengabdian ini dilihat dari tanggapan para peserta pelatihan apakah mampu menyerap setiap informasi yang diberikan. Para peserta ini terdiri dari pengusaha dan para karyawannya. Diharapkan keterlibatan para peserta pelatihan agar lebih aktif dalam merespon setiap pertanyaan yang diberikan oleh penyaji. Sehingga pengukurannya lebih didekatkan pada hasil akhir penyajian informasi apakah sudah dimengerti oleh peserta pelatihan atau belum. Ketercapaian pelaksanaan pengabdian ini dari segi jangka menengah dan jangka panjang juga dapat dilihat dari keaktifan pengusaha dalam memanfaatkan *digital marketing* dalam proses pemasarannya yang dapat dilihat dari akun dan postingan media sosial terkait produk usaha, penyebaran informasi menggunakan blog atau website, dan sebagainya. Juga dapat dilihat dari jumlah permintaan produk oleh konsumen baik lokal maupun interlokal. Hal ini kedepan terlihat pada pengukuran tingkat persentase penjualan produk sebelum menggunakan *digital marketing* dan sesudah menerapkan konsep *digital marketing* pada proses pemasaran produk.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan kewirausahaan yang merupakan salah satu dari bagian pengabdian kepada masyarakat, memberikan dampak positif ke arah kemajuan baik dari segi peningkatan *skill* dari segi pengetahuan sehingga dapat berdampak pada peningkatan mutu produksi dan peningkatan perekonomian. Pelatihan ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 19 Juli 2022, Pukul 13.00 Wib s.d selesai, di rumah usaha Kripik Pisang Kepok Mr. Yaris yang beralamat di Desa Ombolata Ulu, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli (tepatnya disamping simpang Kaliki). Pelatihan ini diikuti oleh kurang lebih 25 orang yang terdiri dari karyawan, pengusaha dan masyarakat. Pelaksanaan pelatihan ini terbagi dalam 3 (tiga) sesi. Sesi pertama memaparkan penjelasan terkait pentingnya penerapan *digital marketing*. Sesi kedua melakukan praktik pembuatan dan pengolahan langsung kripik pisang kepok, sekaligus memaparkan bagaimana penggunaan media sosial sebagai salah satu acuan dalam melakukan pemasaran sebagaimana konsep *digital marketing*. Sesi ketiga adalah ruang diskusi, pada sesi ini diharapkan keaktifan para peserta dalam memberi tanggapan serta bagaimana respon dalam menanggapi dan memahami materi yang disampaikan, sekaligus pada tahap ini diberikan kesempatan untuk menceritakan pengalaman-pengalaman terkait pemasaran produk, sehingga hal ini dapat membuka cakrawala berpikir para peserta lainnya.

**Sesi pertama**, dibuka dengan arahan dan sambutan dari pemateri serta menjelaskan tujuan dilaksanakannya pelatihan ini. Kemudian dilanjutkan dengan pembukaan materi terkait *digital marketing*. Pada materi ini, penyaji menjelaskan latar belakang penggunaan *digital marketing* sebagai metode pemasaran berbasis elektronik. Pengolahan hingga pemasaran produk yang dilaksanakan oleh beberapa pengusaha selama ini masih bersifat tradisional. Ada banyak kelemahan yang ditemui dari konsep ini, mulai dari target pasar yang tergolong kecil, hingga pada pengemasan produk yang asal jadi. Hal ini berdampak turunnya daya minat masyarakat. Di era teknologi saat ini, ada banyak pengusaha-pengusaha yang tampil dengan berbagai produk sejenis namun hasil yang berbeda. Hal ini semakin menciptakan pola persaingan dikalangan pengusaha ketika munculnya jejaring sosial, website, blog, bahkan yang trending saat ini adalah aplikasi online seperti lazada, shopee, bukalapak, dan lain sebagainya. Hal inilah yang menciptakan pola pertumbuhan ekonomi baru di kalangan masyarakat, khususnya para pengusaha. Ada banyak pengusaha saat ini yang berlomba-lomba untuk memasarkan produknya pada aplikasi tersebut, bahkan tidak jarang banyak ditemui pengusaha yang juga memasarkan produknya melalui

aplikasi youtube, mereka menjadi konten kreator atau sering diistilahkan dengan sebutan youtuber dengan membuat konten-konten terkait proses pengolahan produk, pengemasan hingga pemasarannya. Bahkan pada deskripsi akun youtubanya selalu menerangkan identitas usahanya, agar masyarakat yang melihat tayangan tersebut dapat mengetahui jenis usaha serta dapat menghubungi pengusaha tersebut apabila tertarik pada produk yang dihasilkannya.

Pada era digitalisasi saat ini, berbagai informasi sudah ada digenggaman tangan. Melalui hp canggih bersistem android saat ini, mampu melakukan pencarian hingga di seluruh dunia. Bayangkan saja, jika dulu proses iklan layanan sebuah produk hanya dapat dibuat melalui selebaran, pamflet, atau poster yang bahkan bisa berhari-hari orang mendengar dan melihatnya. Kini, dengan sekali posting pada akun jejaring sosial, semua orang pada waktu yang bersamaan juga mengetahui. Hal inilah yang memunculkan minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dikarenakan proses pencarian yang cepat serta proses untuk mendapatkan produk tersebut tergolong mudah. Apalagi pada saat ini, masyarakat dihadapkan pada kebutuhan yang sifatnya cepat dan mendesak, maka hadirnya informasi melalui sosial media memberikan sebuah solusi bagi masyarakat yang membutuhkannya. Ada begitu banyak sosial media yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan pengusaha saat ini dalam mencari informasi, seperti *facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Youtube*, dsb. Dan proses pembuatan akunnya pun tergolong sangat mudah, hanya dengan memanfaatkan email, nomor handphone maka sebuah akun sudah bisa dipastikan terdaftar. Berbeda dengan pembuatan website dan blog. Memang sangat penting adanya sebuah website terutama apabila dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk usahanya. Namun proses pembuatannya tidak semudah pembuatan akun media sosial. Diperlukan domain dalam penempatan link artikel yang akan dipostingnya. Namun rata-rata domain saat ini berbayar mengingat banyak permintaan-permintaan baik dari perusahaan maupun perorangan yang membutuhkan domain sebuah website. Hal ini sebenarnya tidak menjadi masalah apabila para pengusaha mempunyai tekad kuat mewujudkan pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini berkembang.

**Sesi kedua**, diberikan kesempatan kepada pelaku usaha kripik pisang kepok Mr. Yaris untuk mempraktekkan secara langsung cara pengolahan kripik pisang kepok ala Mr. Yaris. Kegiatan ini disaksikan langsung oleh peserta pelatihan serta para penyaji atau pameri yang hadir. Pada pembuatan kripik pisang kepok, Mr. Yaris selaku pelaku usaha menjelaskan secara mendetail alat dan bahan yang dipergunakan serta bagaimana memilih pisang kepok yang baik untuk dijadikan kripik. Beliau juga menjelaskan cara memasak, hingga pengemasan produknya sehingga menghasilkan sebuah produk yang sudah diberikan label secara langsung. Terkadang di luar sana, ada banyak kripik pisang yang dibungkus hanya menggunakan plastik bening saja, menurut beliau bahwa untuk menarik minat konsumen, label dari sebuah produk harus jelas, sehingga hal ini dapat menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Hal ini juga sejalan dari materi yang disampaikan oleh para penyaji, pada kesempatan yang sama penyaji materi menjelaskan bahwa pentingnya pemanfaatan teknologi baik dalam pengemasan produk hingga proses pemasarannya. Proses pengemasan bungkusan produk kripik pisang ini pasti di desain dulu dan diolah melalui aplikasi digital, dan hal inilah yang sebenarnya menjadi tolak ukur keberhasilan brand/merek produk terkenal di dunia. Salah satu contoh brand/merek produk terkenal di dunia adalah "coca cola". Coca cola merupakan minuman penyegar dahaga yang dinikmati disemua kalangan, varian rasa yang dihadirkan membuat masyarakat merindukan minuman ini apalagi ketika cuaca di musim panas. Yang menjadi ketertarikan masyarakat dengan produk yang satu ini adalah pengemasan yang dilakukan dari tahun ke tahun selalu berbeda-beda, hal ini dilakukan untuk menarik minat masyarakat, sehingga persepsi masyarakat terkait coca cola tidak bersifat monoton dan membosankan yang memicu menurunnya tingkat pembelian masyarakat. Kreatifitas yang dihadirkan oleh pengusaha ke dalam produk coca cola ini yaitu merubah bentuk botolnya, warna dan jenis brandnya dengan berbagai metode tanpa merubah isi atau rasa produknya. Hal inilah yang juga dapat dipelajari dan dimanfaatkan oleh para pelaku-pelaku usaha saat ini. Jangan hanya berpaku pada produk, tetapi mampu merubah cover brandnya

sekreatif mungkin mengikuti perkembangan zaman agar mengundang ketertarikan dan minat konsumen.

Pada pelatihan kali ini, para penyaji juga memaparkan kepada para peserta salah satu jejaring sosial yang bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan hasil produksi usaha. Media sosial yang paling mudah dan sering digunakan adalah *facebook*. Namun kelebihan *facebook*, selain dapat membuat akun pribadi, juga dapat membuat akun bisnis, yang kegunaannya untuk membangun merek dan memasarkan produk atau jasa bagi pelaku usaha. Syarat untuk membuat akun bisnis *facebook* yaitu memiliki akun *facebook* pribadi dan memiliki alamat email aktif. Berikut cara mendaftarkan akun usaha atau bisnis melalui media sosial *facebook* :

- Buka laman <https://business.facebook.com> pada browser.
- Klik Buat Akun.
- Login dengan akun Facebook pribadi.
- Masukkan nama akun bisnis dan membuat halaman.
- Masukkan data mengenai nama dan email bisnis.
- Klik Kirim.
- Klik Selesai.
- Verifikasi akun Facebook bisnis melalui e-mail.
- Klik Konfirmasi Sekarang.
- Akun Facebook bisnis telah aktif.

Pada akun bisnis ini nantinya, para pelaku usaha dapat menginput nama dan deskripsi usahanya serta mampu menampilkan atau posting lokasi serta bentuk usaha. Selain itu, untuk setiap apa pun perkembangan produk, juga dapat diposting melalui akun bisnis tersebut, hal ini bertujuan agar orang lain yang sudah berteman dengan akun *facebook* dapat melihat setiap produk yang kita tampilkan, sehingga nantinya memberikan kesan tersendiri bagi orang yang melihatnya. Hal inilah yang sering dilakukan oleh beberapa pengusaha terkenal di luar sana, tidak jarang mengapa *facebook* menjadi aplikasi sosial media nomor satu dengan peminat terbanyak di dunia, dikarenakan jangkauan aplikasi ini mendunia serta tidak membatasi siapa pun dalam memberikan dan mendapatkan informasi.

**Sesi ketiga**, dimulai dengan pemberian kesempatan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan tanggapan, respon atau pertanyaan terkait dengan materi yang disampaikan oleh para penyaji. Pada sesi ketiga ini, antusias para peserta pelatihan dalam memberikan pertanyaan maupun tanggapan sangat besar sekali. Hal ini dibuktikan dari pertanyaan-pertanyaan yang mereka ajukan secara silih berganti, bahkan pada kesempatan ini para peserta juga menceritakan pengalaman mereka terkait pengemasan dan pemasaran produk yang dilakukan selama ini, hal ini disambut baik oleh para penyaji mengingat banyak para pelaku usaha saat ini yang tidak pernah terbuka dalam menjelaskan proses pemasarannya sehingga banyak dari mereka yang ketinggalan informasi terbaru dan teraktual. Rata-rata pertanyaan para peserta tidak jauh dari topik yang dijelaskan, namun semua pertanyaan ini dijelaskan satu per satu oleh penyaji secara mendetail, agar para peserta ini memiliki pengetahuan dan pemahaman yang mendalam terkait proses pemasaran produk dengan sistem *digital marketing*.

Pelatihan kali ini membuat para penyaji sangat merasa puas dengan apa yang mereka berikan kepada masyarakat khususnya pelaku usaha. Kehadiran mereka sangat disambut dengan baik dan hangat oleh para peserta, bahkan antusias mereka dalam menerima berbagai materi juga telah tampak dari awal. Namun dalam pelaksanaan kegiatan ini ada beberapa kelemahan dan kekurangan, yaitu kemungkinan baik pelaku usaha maupun masyarakat masih ada yang belum peka dan belum memahami penggunaan teknologi informasi. Namun, ketidaktahuan akan



informasi dan teknik bisa diatasi dengan metode belajar dan praktik sehingga ke depan baik para pelaku usaha maupun masyarakat diharapkan dapat mampu menggunakan teknologi informasi terutama dalam memanfaatkan *digital marketing*. Disatu sisi manfaat dan kelebihan adanya kegiatan ini mampu memulai dalam memberikan edukasi kepada para pelaku usaha. Memberikan pemahaman dan pengertian sehingga semua hal-hal yang belum pernah mereka dengar dan ketahui dapat tersampaikan kepada mereka. Tidak bisa kita pungkiri bahwa di luar sana masih ada pelaku usaha dan masyarakat yang ingin tahu dan ingin belajar terkait *digital marketing* ini, karena tuntutan ke depan untuk pemenuhan kebutuhan hidup pun harus bisa menggunakan teknologi informasi, penggunaan aplikasi online misalnya. Harapan para penyaji agar pelatihan kali ini dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh para peserta dengan hasil *output* adanya pelaku usaha yang mampu bersaing dalam pemasaran produknya menggunakan *digital marketing* sehingga dampaknya dapat menumbuhkan perekonomian ditengah-tengah masyarakat.

Pelatihan penerapan *digital marketing* pada usaha kripik pisang kepok Mr. Yaris memiliki dokumentasi dari awal hingga akhir pelaksanaan, dokumentasi tersebut dapat ditampilkan di bawah ini :

● **Dokumentasi Sesi Pertama :**



(a)



(b)

Ket. Gambar (a) dan (b) : Para pemateri/narasumber beserta dengan pelaku usaha dan para peserta pelatihan mengadakan foto bersama sebelum acara dimulai.

● **Dokumentasi Sesi Kedua :**



(a)



(b)

Ket. Gambar (a) dan (b) : (a). Pelaku usaha menjelaskan secara mendetail bagaimana pengolahan dan pengemasan hingga pemasaran kripik pisang kepok yang selama ini dilakukan.

- (b). Antusias para peserta dalam mendengarkan dengan seksama tahap demi tahap yang dilakukan dalam pengolahan keripik pisang kepek.

● **Dokumentasi Sesi Ketiga :**



(a)



(b)

Ket. Gambar (a) dan (b) : (a). Para peserta pelatihan begitu semangat dan antusiasnya dalam mengikuti setiap paparan materi yang disampaikan oleh penyaji.

- (b). Para peserta yang turut memberikan pendapat dan pertanyaan terkait materi *digital marketing* yang disampaikan pada pelatihan. Saking antusiasnya, mereka diberikan kesempatan berdiri ke depan untuk langsung tanya jawab kepada narasumber dan penyajinya.

#### 4. KESIMPULAN

Pelatihan yang telah disaksanakan telah berjalan dengan baik, antusias para peserta sangat baik dilihat dari keaktifan para peserta dalam menyimak, memahami dan menanggapi rangkaian materi yang disampaikan oleh para penyaji. Penyaji memberikan gambaran akan pentingnya *digital marketing* dalam pemasaran produknya mengingat zaman dan teknologi yang sudah semakin berkembang menuntut para pengusaha mau tidak mau harus bergelut dalam dunia informasi dan teknologi. Salah satu yang diterapkan oleh para penyaji adalah pembuatan akun bisnis *facebok*, mengingat jejaring sosial yang satu ini memiliki peminat dengan ranking nomor 1 (satu) di dunia sehingga dapat menunjang kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha.

Namun dalam pelaksanaan kegiatan ini, ada beberapa kelemahan dan kekurangan yang ditemui, diantaranya :

- Pelaku usaha dan masyarakat sekitar masih ada yang kurang peka bahkan tidak mengetahui penggunaan teknologi informasi terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidup saat ini menggunakan aplikasi belanja online.
- Tidak semua masyarakat mampu menyediakan atau membeli peralatan elektronik misalnya serendah-rendahnya hp android.
- Kurangnya edukasi dari *stakeholder* terkait dalam memberikan penyuluhan, sosialisasi bahkan pelatihan kepada para pelaku usaha terkait penerapan *digital marketing*.

Tetapi disisi lain, kegiatan pelatihan yang dilaksanakan ini memberikan manfaat dan keunggulan, diantaranya :

- Masyarakat mulai dan mampu memahami pentingnya teknologi informasi dalam kemajuan suatu usaha.

- Pelaku usaha semakin percaya diri dalam menciptakan produk-produk baru karena sudah mengetahui bagaimana proses pemasaran yang baik yang menguntungkan.
- Mengubah pola pikir dan pelaku usaha terkait informasi teknologi yang mengarah pada hal-hal negatif.
- Timbulnya persaingan yang sehat antar sesama pelaku usaha dengan memanfaatkan konsep *digital marketing* pada setiap pemasaran produknya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kasihnya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat berjalan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak kampus yang telah berkenan memberikan izin pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, juga ucapan terimakasih kepada pelaku usah Keripik Pisang Kepok Mr. Yaris beserta masyarakat setempat yang telah berkenan hadir dan memberi waktu dalam pelaksanaan kegiatan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Jurnal:

- Harini, C., & Handayani. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-commerce untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 22-26.
- Harini, C. and Rohman, A. (2020) 'Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang', *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), pp. 701-706. Available at: <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/11846>.
- Saifuddin, M. (2014). E-Marketing Dalam Pandangan Bisnis. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 1(1), 47-52.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat).

#### Buku:

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

#### Sumber Internet

Skill Academy by Ruang Guru. 21 April 2021. Cara Menerapkan Digital Marketing Untuk UMKM. Diakses pada 17 Agustus 2022, dari : <https://blog.skillacademy.com/cara-menerapkan-digital-marketing-untuk-umkm>