

Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Daya Beli Konsumen Di UKM “Dodol Penglatan

Digital Marketing Training In Efforts To Increase Consumer Purchase Power In “Dodol Penglatan”

Ni Luh Nurkariani^{a*}, Ida Ayu Kadek Angga Devi^b, Ni Luh Putu Desi Aryani^c

STIE Satya Dharma Singaraja^{a,b,c}

Nurkariani68@gmail.com^a, dayuangga262@gmail.com^b,

putudesiaryani2001@gmail.com^c

Disubmit : 2 Oktober 2022, Diterima : 20 Oktober 2022, Dipublikasi : 1 November 2022

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) are one of the business sectors that have an important role in building the Indonesian economy, especially in Bali. One of the product SMEs in Buleleng Regency that has attracted attention is the Product UKM, the Business Group "Dodol Penglatan Bu Erna". Mrs. Erna's Dodol Penglatan Business Group is a Dodol Business located in Penglatan Village, Banjar Asem Gang Gatot Kaca, Mrs. Erna's Dodol Penglatan Business has 2 members including Ms. Kadek Erna Rianti as the Main Owner of Ms. Erna's Dodol Penglatan Business and Ms. Kadek Ratna Sari Dewi as a member of bu Erna's training dodol business. Dodol is a typical food from Buleleng precisely in Penglatan Village which is liked by many people. However, the number of competitors in the Dodol business has made other businesses aggressively promote the dodol business with the aim of selling out quickly and running out. With this business competition, Mrs. Erna's Dodol Penglatan Business Group has decreased dramatically, especially in the new normal conditions from the impact of this pandemic. The problem found in Mrs. Erna's Dodol Penglatan Business Group is not doing a good marketing mix as well as doing promotions digitally considering the new era Normally, from the impact of the pandemic, people often play gadgets and order food online, as well as Bu Erna's Dodol Penglatan Business Group. In particular, the owner, Mrs. Erna, does not yet have a nameplate, as well as a business card and logo for the business. For these problems, partners are given guidance on how to create Instagram social media accounts and provide ways to plan for making nameplates, business cards

Keywords : Construction, Marketing, Finance

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peranan penting dalam membangun perekonomian Indonesia, terutama di Bali. Salah satu UKM Produk di Kabupaten Buleleng yang menarik perhatian adalah UKM Produk, Kelompok Usaha “Dodol Penglatan Bu Erna”. Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna merupakan Usaha Dodol yang terletak di Desa Penglatan Banjar Asem Gang Gatot Kaca, Usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini memiliki 2 anggota diantaranya, Ibu Kadek Erna Rianti sebagai Pemilik Utama dari Usaha Dodol Penglatan Bu Erna dan Ibu Kadek Ratna Sari Dewi sebagai member dari usaha dodol penglatan bu erna. Dodol merupakan makanan khas dari Buleleng tepatnya di Desa Penglatan yang disukai banyak orang. Namun, banyaknya pesaing usaha Dodol, membuat usaha lain gencar mempromosikan usaha dodol tujuannya agar cepat laku dan cepat habis. Dengan adanya persaingan usaha tersebut membuat Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna menurun drastis terlebih dikondisi new normal dari dampak pandemi ini, Permasalahan yang ditemukan dalam Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini yaitu tidak melakukan bauran pemasaran dengan baik seperti halnya melakukan promosi secara digitalisasi mengingat dimasa new normal dari dampak pandemi masyarakat lebih sering bermain gadget dan memesan makanan secara online, Selain itu juga Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna. Khususnya Pemiliknya Ibu Erna

<https://journal.yrpiuku.com/index.php/ceej>

e-ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868

Copyright © 2022 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license.

belum memiliki papan nama, serta kartu nama dan logo dari usaha tersebut. Atas permasalahan tersebut, mitra diberikan pembinaan tentang cara pembuatan akun media social Instagram serta memberikan cara melakukan perencanaan untuk pembuatan papan nama, kartu nama, serta logo guna untuk lebih memperkenalkan produk dan mempermudah konsumen untuk mengenali serta menghubungi apabila ada pesanan dan dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa senang dan nyaman dalam berbelanja, identitas merupakan salah satu hal yang sangat penting harus dimiliki, maka dari itu akan di buatkannya papan nama, kartu nama, dan logo untuk dodol Penglitan Bu Erna

Kata Kunci : Pembinaan, Pemasaran, Keuangan

1. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peranan penting dalam membangun perekonomian Indonesia, seperti membuka dan memperluas lapangan pekerjaan, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan PDB, dan menaikkan nilai ekspor dan investasi dalam negeri (Astiani, 2017) dan didukung oleh (Ayu Rahmadani, dkk, 2019) mendefinisikan Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang – undang. Selain itu penelitian ini adalah salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan cara melakukan observasi dan wawancara. Penggunaan teknologi dalam pemasaran dan pendistribusian produk UKM saat ini kebanyakan masih melalui promosi di media sosial dan layanan food delivery. Penggunaan sarana tersebut didominasi oleh para pelaku usaha di daerah perkotaan. Oleh karena itu, penulis menfokuskan penelitian ini di Kota Singaraja sebagai Ibu Kota Kabupaten Buleleng. Kota Singaraja yang wilayahnya mencakup pada Kecamatan Buleleng sendiri, memiliki jumlah UKM terbanyak se-Kabupaten Buleleng. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Buleleng, diketahui bahwa jumlah UKM di Kecamatan Buleleng pada tahun 2018 yang tercatat secara formal (memiliki izin usaha) ada sebanyak 1.604 unit usaha. Jumlah tersebut mencapai 43% dari keseluruhan jumlah UKM di Kabupaten Buleleng yang ada sebanyak 3.722 unit usaha. Hal ini membuat persaingan antar pelaku usaha pun semakin ketat, sehingga perlunya strategi dari para pelaku usaha tersebut dalam melihat peluang dari perkembangan tren pasar dan teknologi penunjang saat ini agar guna meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan.

Dari hasil pengamatan penulis, masyarakat Kota Singaraja yang berusia remaja (12-25 tahun) dan dewasa (26-45 tahun) sebagian besar sebagai pengguna aktif media sosial. Pemasaran melalui media sosial (social media marketing) menjadi sarana promosi yang efektif bagi UKM dalam memperkenalkan produknya di masyarakat dan khususnya kalangan anak muda sebagai sasaran pasar utamanya. Banyak pelaku UKM di Singaraja yang saat ini menggunakan media sosial sebagai media dalam memasarkan produknya. Hal ini dipilih, karena media sosial dapat menjangkau calon konsumen pasar dengan lebih luas dan pemakainnya pun gratis, dimana hanya perlu menyediakan koneksi jaringan internet, sehingga tidak memerlukan biaya besar dalam prosesnya. Media sosial bermanfaat dalam meningkatkan penjualan, mempermudah pemasaran, meluasnya jaringan pasar, dan

berperan dalam menetapkan berbagai keputusan untuk pengembangan usaha (Priambada, 2015). Social media marketing berpotensi dalam meningkatkan penjualan dan memperluas area penjualan.

Selain karean era globalisasi data tingkat pengangguran dikarenakan dampak dari wabah covid -19 juga mendukung media social sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi dan dalam system perdagangan media social sangat mempengaruhi mengingat wabah covid-19 bahwasannya pemerintah menghibau agar masyarakat tetap diam dirumah hal ini di buktikan dengan data TPT. Meningkatnya jumlah pengangguran tersebut terjadi tidak lain dikarenakan oleh merebaknya kasus covid-19 di Indonesia. Sejak Covid 19 ini masuk ke Indonesia, banyak kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Kebijakan tersebut antara lain mengatur PSBB, menggunakan masker, mencuci tangan dengan hati-hati, dan menjaga jarak di tempat ramai. Munculnya wabah ini menyebabkan perekonomian menjadi lesu. Adanya himbauan agar masyarakat tetap diam dirumah menyebabkan sebagian orang menjadi memilih untuk beraktivitas dirumah. Hal ini mengakibatkan sebagian besar pendapatan masyarakat menurun bahkan banyak terkena PHK. Wabah Covid-19 ini juga terjadi diwilayah provinsi Bali. Khususnya daerah Kabupaten Buleleng. Dimana virus covid-19 ini telah memberikan, dampak buruk terhadap UKM di Bali khususnya di Kabupaten Buleleng salah satu dampaknya yaitu penjualan menurun dan banyak pemilik UKM memilih untuk mengurangi karyawan. Keadaan yang seperti ini membuat para pelaku UKM harus segera mengambil tindakan demi keberlangsungan hidup usahanya. Maka dari itu media social sangat memperangruhi jalannya suatu usaha dan usaha sangat mempengaruhi jalannya suatu perekonomian.

Salah satu UKM Produk di Kabupaten Buleleng yang menarik perhatian adalah UKM Produk, Kelompok Usaha "Dodol Penglatan Bu Erna". Usaha dodol ini yang identik dengan rasa dodolnya yang merupakan salah satu usaha industri kecil yang bergerak di bidang pengolahan bahan mentah menjadi bahan jadi. Produk yang ditawarkan juga sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Dodol merupakan makanan khas dari Buleleng tepatnya di Desa Penglatan yang disukai banyak orang. UKM Produk halnya Dodol salah satunya adalah "Dodol Penglatan Bu Erna", yang memiliki ciri khas yang sudah banyak terlintas di kalangan masyarakat khususnya di Desa Penglatan.

Banyaknya pesaing usaha Dodol, membuat usaha lain gencar mempromosikan usaha dodol tujuannya agar cepat laku dan cepat habis. menurut Marbun (2003) Persaingan usaha atau bisnis adalah usaha-usaha dari dua pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Dan sejalan juga dengan pendapat dari August von Hayek Persaingan dalam ekonomi terkait dengan mekanisme pasar terhadap harga-harga. Menurutnya secara singkat, sistem harga mentransfer informasi dengan cara yang paling singkat dan sederhana antara produsen dan konsumen.

Dengan adanya persaingan usaha ter tersebut membuat Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna menurun drastis terlebih dikondisi new normal dari dampak pandemi ini, Permasalahan yang ditemukan dalam Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini yaitu tidak melakukan bauran pemasaran dengan baik seperti halnya

melakukan promosi secara digitalisasi mengingat dimasa new normal dari dampak pandemi masyarakat lebih sering bermain gadget dan memesan makanan secara online, Selain itu juga Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna. Khususnya Pemiliknya Ibu Erna belum memiliki papan nama, serta kartu nama dan logo dari usaha tersebut.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, laporan ini memfokuskan pada UKM dodol Penglatan Bu erna dengan nama pemilik Ibu, Kadek Erna Rianti. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu Aspek Pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) "Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return", artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, laporan ini memfokuskan pada UKM dodol Penglatan Bu erna dengan nama pemilik Ibu, Kadek Erna Rianti. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu Aspek Produksi dan Operasional. Produksi dan operasional menurut Sofjan Assauri (2008:12), mengatakan bahwa : “ Manajemen Produksi dan Operasional yaitu kegiatan yang mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber – sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan, secara efektif dan efisien untuk menciptakan dan menambah kegunaan (utility) sesuatu barang atau jasa “.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat kita telusuri dan teliti untuk Melakukan riset pasar untuk mengetahui seberapa besar potensi usaha sebuah produk dipasarkan, apabila hasil penelitian menunjukkan hasil yang lebih baik atau bersifat positif. Riset Pasar adalah proses menganalisis kelayakan pemasaran suatu produk atau layanan baru. Kegiatan riset ini dilakukan dengan cara sistematis, mulai dari perumusan masalah, tujuan, pengumpulan dan pengolahan data, evaluasi, hingga menjadi laporan hasil analisis pemasaran.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat kita telusuri dan teliti mengenai Aspek Produksi dan Operasional. Menurut Irham Fahmi, pengertian manajemen produksi adalah sebuah ilmu manajemen yang membahas secara menyeluruh bagaimana pihak manajemen produksi perusahaan menggunakan ilmu dan seni yang dimiliki dengan mengarahkan dan mengatur orang-orang untuk mencapai hasil produksi yang diinginkan.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini Target dari praktek kerja lapangan pada usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini secara umum, yaitu untuk memberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang baik sehingga produk-produk UKM yang ada di Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini dapat dikenal masyarakat di wilayah luas dengan demikian pendapatan akan semakin bertambah. Dengan telah dilaksanakannya praktek kerja lapangan ini diharapkan agar kelompok usaha Dodol Penglatan Bu Erna memperoleh pengetahuan tentang pentingnya pemasaran melalui peningkatan manajemen dan sosial.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini Target dari praktek kerja lapangan pada usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini secara umum, yaitu untuk memberikan pengetahuan tentang strategi produksi dan operasional yang baik sehingga produk-produk UKM yang ada di Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna ini dapat memenuhi keinginan pelanggan seperti kualitas produk, kemasan, selera masyarakat, dan dikenal masyarakat di wilayah luas dengan demikian produksi Dodol Penglatan Bu Erna akan semakin bertambah. Dengan telah dilaksanakannya praktek kerja lapangan ini diharapkan agar kelompok usaha Dodol Penglatan Bu Erna memperoleh pengetahuan tentang pentingnya aspek produksi dan operasional melalui peningkatan persediaan dan kualitas yang akan dihasilkan.

Tabel 1. Target Pencapaian Kegiatan

| No | ASPEK KEGIATAN | SPESIFIKASI | TARGET CAPAIAN |
|----|---|---|---|
| 1 | Pelatihan tentang aspek pemasaran / marketing digital | Memberikan pelatihan mengenai cara pemasan produk melalui media social Instagram, dan membeikan papan nama, kartu nama dan logo untuk menunjang proses pemasaran. | Peningkatan pengetahuan tentang pemasaran produk di media social Instagram dan memahami mengai pentingnya identitas usuaha dalam proses pemasaran produk. |
| 2 | Penjualan | Meningkatkan cara penjualan agar menarik minat masyarakat untuk berbelanja. | Meningkatkan penjualan agar pendapatan semakin bertambah. |
| 3 | Peningkatan daya saing | Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. | Meningkatkan informasi dengan menggunakan media yang tepat. |
| 4 | Persediaan | Keputusan mengenai persediaan meliputi apa yang di pesan, kualitas, kuantitas dan kapan raw material (bahan baku) dipesan. | Meningkatan pengetahuan tentang produksi dan operasional untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. |
| 5 | Kualitas | Penentuan mutu barang atau jasa yang diproduksi, penetapan standar, desain peralatan, karyawan terampil, serta pengawasan atas produk. | Meningkatkan cita rasa yang dihasilkan dari produk yang akan dihasilkan agar pembeli atau konsumen mendapatkan kualitas yang baik. |
| 6 | Promosi | Meningkatkan pengetahuan pada medial sosial. | Meningkatkan jumlah produksi yang akan dihasilkan. |

Sumber : Olahan (2022)

2. Metode

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yaitu memfokuskan pada UKM Dodol Penglatan Bu Erna yang terletak di Desa Penglatan Banjar Asem Gang Gatot Kaca

Sasaran Pelatih UKM

Sasaran pelaksanaan pelatihan usaha dodol Penglatan Bu Erna adalah Ibu Kadek Erna Rianti selaku pemilik usaha dodol Penglatan Bu Erna. Untuk

meningkatkan dan memberikan pengetahuan kepada pemilik usaha dodol Penglatan Bu Erna tentang aspek pemasaran.

Metode Pelaksanaan dalam Pelatihan Kelompok Usaha Dodol Penglatan Bu Erna

1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan merupakan rangkaian kegiatan awal sebelum memulai pengumpulan dan pengolahan data. Pada tahap persiapan ini, disusun hal-hal yang harus dilakukan agar tujuan penulisan tugas akhir ini menjadi teratur dan terstruktur, sehingga waktu penulisan tugas akhir ini berjalan efektif dan efisien.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini akan dilaksanakannya Tahap pelaksanaan yang dimana tahap ini merupakan tahap yang sangat penting untuk dilaksanakan. Tahap pelaksanaan pelatihan UKM yang akan dilaksanakan berupa:

- a) Memberikan pelatihan dalam aspek pemasaran tentang pentingnya promosi melalui media sosial dalam berwirausaha.
- b) Memberikan pelatihan dalam aspek identitas dan pembuatan papan nama, kartu nama, dan logo
- c) Membuatkan media sosial seperti Instagram.

3. Tahap Monitoring

Pada tahap ini dilakukan monitoring terhadap keterlaksanaan bimbingan yang sudah diberikan kepada mitra kerja.

3. Hasil Dan Pembahasan Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 1. Penyerahan Surat Permohonan PKL

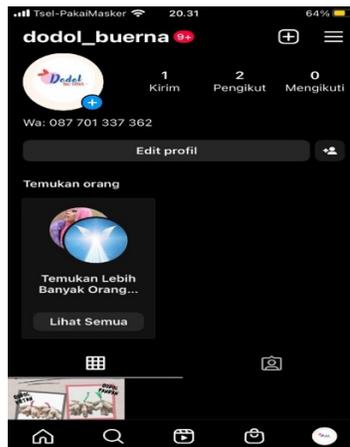
Pada tahap ini dilakukannya suatu koordinasi kepada pemilik usaha Dodol Penglatan Bu Erna dan pemberian surat permohonan izin untuk melaksanakan pelatihan UKM dengan pemilik usaha Dodol Penglatan Bu Erna. Pada tahap ini membahas mengenai tujuan dari pelatihan UKM ini, setelah diberikan izin untuk melakukan pelatihan di usaha Dodol Penglatan Bu Erna kegiatan yang dilakukan selanjutnya yaitu melakukan wawancara sedikit mengenai perkembangan usaha

dodol di awal tahun 2022, dengan melakukan observasi di perolehnya permasalahan yaitu dibidang aspek pemasaran, dimana usaha ini menjual produknya hanya melalui tokonya saja dimana pemilik usaha ini kurang menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya padahal zaman sekarang bisa menarik konsumen hanya lewat postingan saja, semakin produk tersebut terkenal di media sosial atau semakin banyak produk tersebut dilihat maka semakin banyak masyarakat yang mengetahui atau ingin mencoba produk tersebut.

Tahap Pelaksanaan



Gambar 2. Logo Usaha Dodol



Gambar 3. Media Instagram Untuk Dodol Pemasangan Papan



Gambar 4. Penglatan Bu Erna Penglatan Bu Erna Nama

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan yaitu mempersiapkan segala sesuatu seperti sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pelatihan UKM ini. Perlengkapan yang perlu dipersiapkan yaitu akun media sosial berupa akun Instagram dan logo yang akan ditampilkan pada akun media sosial. Selanjutnya yang perlu dipersiapkan adalah gambar produk yang akan ditampilkan pada akun media sosial usaha Dodol Penglatan Bu Erna. Setelah mendiskusikan kepada pemilik usaha dodol Penglatan Bu Erna mengenai logo tersebut dan pemilik menyetujui dan menerima logo yang telah di berikan. Selanjutnya membantu pemilik usaha untuk memasang papan nama di depan toko usaha dodol Penglatan Bu Erna dan membantu proses pembuatan dan proses pembungkusan dodol Penglatan Bu Erna.



Gambar 5. penyerahan kartu nama dan logo



Gambar 6. pembersihan kelapa dan proses pembuatan dodol

Hasil yang dicapai

Selama kegiatan berlangsung pemilik usaha “Dodol Penglatan Bu Erna” sangat antusias dan kegiatan berjalan dengan lancar sesuai harapan. Berikut capaian yang akan dicapai dari kegiatan pembinaan UKM ini, seperti yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Capaian Dari Kegiatan Pelatihan UKM

| No | ASPEK KEGIATAN | KONDISI AWAL | CAPAIAN |
|----|---|---|--|
| 1 | Pelatihan tentang aspek pemasaran / Digital Marketing | Memberikan pelatihan mengenai cara pemasan produk melalui media social Instagram, dan membeikan papan nama, kartu nama dan logo untuk menunjang proses pemasaran. | Peningkatan pengetahuan tentang pemasaran produk di media social Instagram dan memahami mengai pentingnya identitas usaha dalam proses pemasaran produk. |
| 2 | Penjual | Meningkatkan cara penjualan agar menarik minat masyarakat untuk berbelanja. | Meningkatkan penjualan agar pendapatan semakin bertambah. |
| 3 | Peningkatan daya saing | Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. | Meningkatkan informasi dengan menggunakan media yang tepat. |
| 4 | Persediaan | Keputusan mengenai persediaan meliputi apa yang di pesan, kualitas, kuantitas dan kapan raw material (bahan baku) dipesan. | Meningkatan pengetahuan tentang produksi dan operasional untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. |
| 5 | Kualitas | Penentuan mutu barang atau jasa yang diproduksi, penetapan standar, desain peralatan, karyawan terampil, serta pengawasan atas produk. | Meningkatkan cita rasa yang dihasilkan dari produk yang akan dihasilkan agar pembeli atau konsumen mendapatkan kualitas yang baik. |
| 6 | Promosi | Meningkatkan pengetahuan pada medial sosial. | Meningkatkan jumlah produksi yang akan dihasilkan. |

Sumber: Olahan (2022)

4. Simpulan

Dari pelaksanaan kegiatan pelatihan UKM di kelompok usaha dodol Penglatan Bu Erna ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pembinaan ini mampu memberikan nilai tambah bagi usaha dan pemilik usaha dodol Penglatan Bu Erna , dimana nilai tambah yang dimaksud yaitu dengan adanya pembinaan ini pemilik mampu mempelajari teknik-teknik dalam memasarkan produk melalui media sosial, pemilik juga bisa bersosial media sambil memperkenalkan produknya dengan begitu penjualan dari kelompok usaha dodol Penglatan Bu Erna bisa meningkat.

5. Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terimakasih kepada tim pelaksana dari jurusan manajemen STIE Satya Dharma Singaraja yang telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, terimakasih kami ucapkan kepada dosen pembimbing kami Ibu Ni Luh Nurkairani, SE., MM yang sudah membimbing kami selama kegiatan berlangsung, terimakasih kami ucapkan kepada pemilik UMK Dodol Penglatan Ibu Kadek Erna Rianti yang sudah mengizinkan kami untuk melakukan penelitian di tempat usaha Dodol Penglatan Bu Erna dan kepada semua pihak yang telah membantu kegiatan ini.

6. Daftar Pustaka

- Admin. (2021, agustus 31). *BPS: Tingkat Pengangguran Anak Muda Semakin Tinggi Saat Pandemi*.
- Anonim. (2021). *Distribusi Penduduk Indonesia Per Juni 2021: Jabar Terbanyak, Kaltara Paling Sedikit*.
- Ayu Rahmadani dkk. (2019). Pengaruh Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Pembangunan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Wara Kota Palopo.
- Cendana, S. D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi bagi Kelangsungan UMKM. *Community Development And Society*, 1:1 - 10.
- kesrasetda, A. (2020). *Pemud Potensi, Masalah, Peran, Dan Harapan Untuk Bangsa*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey Prentice Hall.
- Maholtra, K. (2005). *Riset Pemasaran*. Edisi Keempat.
- Marbun. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Purwanto, A. (2021). *Ekonomi-indonesia-pada-masa-pandemi-covid19 potret-dan-strategi-pemulihan-2020-2021*.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh.