

Counseling on Online-Based Marketing Training for SMEs in Karya Mulya Village, Rambang Kapak Tengah District, Prabumulih City

Penyuluhan Tentang Pelatihan Pemasaran Berbasis Online Pada UKM Di Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah Kota Prabumulih

Susianti^a, Samron Akhiri^b, Wartini^c, Putri Meirani^d

STIE Prabumulih^{a,b,ac,d}

Sy40062@gmail.com^a, samronakhiri.stie@gmail.com^b, wartiniprabu@gmail.com^c
putripuput09876@gmail.com^d

Abstract

Along with the development of time, technology is developing more rapidly which is marked by the use of the internet and digital media. Technology and digital media are an important component for business actors in marketing their products online. Online marketing (Internet Marketing/E-Marketing) is considered more profitable because it can reach potential customers/potential customers in a wide scope without limitations of space and time with cheaper marketing costs compared to offline marketing. Moreover, in the COVID-19 situation that is sweeping the world, including Indonesia, online marketing is considered as a way for business actors to maintain the business or services they market. However, in the current situation, online marketing has an impact on several sectors experienced by business actors. The Karya Mulya Village Business Group which is the partner of this service activity has several managerial governance problems, namely: 1) The bookkeeping is not well organized. 2) product marketing is still very simple and has not utilized information technology. The purpose of this community service activity is to increase the managerial and marketing capacity of the Business Group in Karya Mulya Village. This goal is achieved through assistance to Business Groups in the field of internet-based marketing strategies. This household business group is engaged in the manufacture of herbal medicine, coffee from garden operations. The raw materials for these products use ropes and others. The establishment of this business also empowers housewives in the surrounding area who want to increase their business knowledge and in turn increase the income of the women who are members of the business group. Business training for product marketing is carried out by providing understanding and assistance related to the internet as a means of selling products. Furthermore, internet-based marketing assistance is carried out by providing insight to maximize existing technology to market their products. The method used in this service is to use counseling and assistance so that the melur business group has neat books and has an online store on social media.

Keyword : Marketing and SME Training

Abstrak

Seiring dengan perkembangan waktu, teknologi berkembang semakin pesat yang ditandai dengan adanya pemanfaatan internet dan juga media digital. Teknologi dan media digital menjadi salah satu komponen penting bagi para pelaku usaha dalam memasarkan produknya secara online. Pemasaran online (*Internet Marketing/E-Marketing*) dinilai lebih menguntungkan dikarenakan dapat menjangkau calon konsumen/pelanggan potensial dalam cakupan yang luas tanpa batasan ruang dan waktu dengan biaya pemasaran yang lebih murah dibandingkan dengan pemasaran secara offline. Terlebih lagi di situasi COVID-19 yang sedang melanda dunia tak terkecuali Indonesia, pemasaran online dianggap sebagai salah satu cara bagi para pelaku usaha agar dapat mempertahankan usaha ataupun jasa yang mereka pasarkan. Namun pada situasi saat ini, pemasaran online berdampak terhadap beberapa sektor yang dialami oleh para pelaku usaha. Kelompok Usaha Desa Karya Mulya yang merupakan Mitra kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa permasalahan tata kelola manajerial, yaitu:

1) Belum terorganisasinya pembukuan dengan baik. 2) pemasaran produk masih sangat sederhana dan belum memanfaatkan teknologi informasi. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan pemasaran pada Kelompok Usaha di Desa Karya Mulya. Tujuan tersebut dicapai melalui pendampingan kepada Kelompok Usaha di bidang strategi marketing berbasis internet. Kelompok Usaha rumah tangga ini bergerak dalam bidang pembuatan jamu, kopi hasil usaha kebun. Bahan baku produk tersebut menggunakan tali kur dan lainnya. Pembuatan usaha ini juga memberdayakan ibu-ibu rumah tangga di daerah sekitar yang ingin menambah pengetahuan usaha dan pada gilirannya menambah penghasilan ibu-ibu anggota kelompok usaha tersebut. Pelatihan usaha untuk pemasaran produk dilakukan dengan memberikan pemahaman dan pendampingan terkait tentang internet sebagai sarana jual produk Selanjutnya, pendampingan pemasaran berbasis internet dilakukan dengan memberikan wawasan untuk memaksimalkan teknologi yang ada untuk memasarkan produk mereka. Metode yang dipakai dalam pengabdian ini adalah dengan menggunakan penyuluhan dan pendampingan hingga kelompok usaha melur memiliki pembukuan yang rapih dan memiliki toko online di media sosial.

Keyword : Pelatihan Pemasaran dan UKM

1. Pendahuluan

Sejak tahun 1979 Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) telah melaksanakan kegiatan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS). UPPKS adalah sebuah program yang berfungsi menggerakkan roda ekonomi keluarga melalui pembelajaran usaha ekonomi dengan cara menggugah minat dan semangat keluarga untuk berwirausaha dengan harapan terdapatnya perubahan perilaku keluarga, yakni keluarga yang mau, tahu dan mampu melakukan usaha ekonomi produktif atau perilaku ekonomi produktif yang efektif. Salah satu programnya adalah Pengembangan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan melalui pelatihan teknis dan manajemen usaha khususnya terhadap keluarga pra sejahtera yang terhubung dalam kelompok UKM.

Lembaga Pengabdian Masyarakat STIE Prabumulih bersama dengan mahasiswa telah bekerjasama melakukan pembinaan untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu Kelompok Usaha yang menjadi mitra LPM STIE Prabumulih dalam Kegiatan UPPKS adalah Kelompok Usaha Desa Karya Mulya. Usaha industri rumahan yang terletak di Desa Desa Karya Mulya Kecamatan Prabumulih Selatan ini di kelola oleh Ibu – ibu menjalankan usaha pembuatan usaha sejak tahun 2015, dengan memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan remaja wanita putus sekolah. Usaha ini merupakan industri rumahan (*Home Industry*) yang sudah memiliki pangsa pasar di seluruh daerah di Kota Prabumulih dan sekitarnya dan beberapa daerah lain. Hal ini membuktikan bahwa tas tali kur yang dihasilkan sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat luas.

Dalam upaya pemasarannya, usaha ini telah mengikuti berbagai macam pameran yang diselenggarakan baik di tingkat regional maupun di tingkat nasional. Sistem pemasaran yang dilakukan tidak langsung ke konsumen melainkan di pasarkan ke agen-agen atau *reseller* setelah itu baru dipasarkan ke konsumen. Usaha ini menerima pesanan dari agen atau *reseller* dan setelah pesanan itu datang barulah kegiatan produksi dilakukan. Usaha industri tas tali kur yang ditekuni Ibu – ibu masih

menggunakan manajemen usaha sederhana yang berlandaskan azas kekeluargaan dan belum mengadopsi sistem manajemen modern. Disamping itu, kelompok usaha ini belum melakukan pencatatan keuangan sebagaimana mestinya, padahal pembukuan adalah bahan acuan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena hal tersebut pula kelompok usaha ini sulit mendapatkan tambahan modal dari pihak perbankan meskipun telah beberapa kali mencoba mengajukan pinjaman kredit.

Eksistensi usaha industri rumah tangga memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi keluarga. Disisi lain, usaha industri rumah tangga juga menghadapi berbagai permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (KUMKM dan BPS, 2004). Keadaan tersebut mengakibatkan stagnansi dalam pertumbuhan UMKM. Indarti (2010) mengungkap salah satu penyebab berbagai kendala tersebut adalah knowledge stickiness. Berbagai keterbatasan yang dimiliki pelaku UKM terjadi karena ia berpegang hanya pada pengetahuan awal/internal yang dimilikinya. Sementara untuk memiliki keunggulan kompetitif, pelaku bisnis harus terus melakukan improvisasi dan penambahan pengetahuan secara berkelanjutan pada produk dan aspek manajerial serta operasionalnya (Indarti, 2010). Selanjutnya, arus globalisasi dan persaingan membuat usaha rumahan harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Peningkatan tersebut adalah kunci dari keunggulan kompetitif yang seharusnya dimiliki oleh UMKM.

Mengacu pada keadaan tersebut maka kegiatan pengabdian masyarakat ini menargetkan pada perbaikan aspek-aspek yang teridentifikasi sebagai masalah pada mitra dan aspek tersebut dianggap penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mitra. Solusi yang dilakukan dalam pelaksanaan yang kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan menggunakan media pelatihan/penyuluhan dan pendampingan. Kegiatan Pelatihan/Penyuluhan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan masyarakat pengrajin tas tali kur pada beberapa aspek pemasaran dan pembukuan. Pelatihan tersebut juga bertujuan untuk membentuk kesadaran pengrajin mengenai pentingnya pembukuan yang rapi serta pemasaran yang inovatif sehingga dapat memperoleh modal kerja dan bertambah luasnya daerah pemasaran, dan pada gilirannya sebagai perbaikan yang terjadi perlahan akan meningkatkan pendapatan sebagai mana yang telah dialami pada kegiatan-kegiatan pengabdian (IbM) sebelumnya (Irawan dkk., 2016; Sulila, 2016; Afifah dan Suryani, 2016).

Untuk mencapai tujuan pelatihan tersebut, maka rancangan pelatihan/penyuluhan yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Pelatihan/penyuluhan di bidang pemasaran adalah Pelatihan Pengemasan Produk Tas tali kur dengan memberi logo dan Pelatihan Penggunaan media sosial dalam Pemasaran Online. Produk utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah menghasilkan laporan keuangan sederhana bagi usaha kerajinan keset dan website pemasaran online. Keberadaan kedua fitur tersebut dalam kelompok usaha ini diharapkan mampu mendorong efikasi diri kelompok usaha melur maupun ibu-ibu

rumah tangga sebagai anggota untuk secara berkelanjutan mampu mengambil keputusan strategis untuk mengembangkan usaha (Handaru, dkk., 2015)

Pemasaran Online dalam program pengabdian ini diharapkan dapat mengatasi persoalan pemasaran yang selama ini menjadi kendala UKM dalam memasarkan produknya. Selain media promosi diperluas, Program ini didesain untuk membuat media promosi produk secara online yaitu dengan melatih seluruh anggota kelompok usaha Desa Karya Mulya melakukan pemasaran produk tas tali kur di media sosial seperti: Facebook, Blackberry Massanger, Whatsapp dan Instagram.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini adalah pelatihan pengelolaan keuangan dengan diskusi dan simulasi dan dilakukan pendampingan dalam pembuatan laporan keuangan. Selanjutnya memberikan pengarahan dan pemahaman betapa pentingnya promosi produk dengan menggunakan media sosial. Lalu melakukan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran dengan pelatihan memakai sosial media sebagai bentuk untuk promosi produk. Kegiatan promosi di lanjutkan dengan pengunggahan produk ke beberapa media sosial. Untuk itu dilakukan kerjasama yang baik antara dosen pelaksana dengan pelaku usaha serta dalam mendukung pelaksanaan program ini maka akan bekerjasama dengan desainer dalam membantu pembuatan logo dalam pelatihan program sehingga kegiatan usaha unit usaha mendapatkan laba pada tingkat yang diharapkan.

Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah Ketua Tim Pengabdian Masyarakat, kedua Anggota Tim, dan Dua orang Tenaga Lapangan. Tim ini bertugas dalam penyelenggaraan Pelatihan Pembukuan dan Pemasaran Online di Atas. Ketua Tim dan kedua anggotanya bertugas sebagai perancang konsep kegiatan dan narasumber dalam kegiatan pelatihan tersebut. Sementara tenaga lapangan bertugas menyiapkan berbagai keperluan teknis untuk keberlangsungan pelatihan pembukuan dan pelatihan pemasaran online yang akan diselenggarakan.

Selanjutnya, pihak yang terlibat tentunya adalah peserta, yang terdiri dari ketua dan anggota Kelompok Usaha Desa Karya Mulya. Peserta adalah objek pengabdian yang akan menerima transfer pengetahuan dari narasumber. Sebelumnya peserta telah dimintai kesediaannya dengan harapan peserta akan siap menerima materi yang akan disampaikan. Peserta dilatih dan didampingi untuk mampu membuat pembukuan sederhana dari aktivitas bisnis yang dijalankannya. Selanjutnya peserta dirangsang untuk menyadari pentingnya strategi pemasaran, dan tersedianya strategi pemasaran yang murah dan mudah namun dapat menjangkau wilayah yang luas, yaitu pemasaran berbasis media sosial. Dan, peserta dilatih dan didampingi untuk mampu melakukan strategi pemasaran dengan bantuan media

Solusi

- 1) Pemberian pelatihan teoritis dan teknis mengenai pemasaran secara online maupun pemasaran offline
- 2) Simulasi dan latihan penggunaan internet untuk pemasaran produk secara online
- 3) Penghitungan Harga Pokok Produksi
- 4) Pembuatan Laporan Keuangan

- 5) Pendampingan dalam pemutakhiran saluran pemasaran berbasis teknologi informasi yang disesuaikan dengan preferensi mitra.

2. Metode

Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini adalah pelatihan pemasaran online dengan diskusi dan simulasi dan dilakukan pendampingan dalam pembuatan web dan cara mengikuti cara melakukan pemasaran secara online. Selanjutnya memberikan pengarahan dan pemahaman betapa pentingnya promosi produk dengan menggunakan media sosial. Lalu melakukan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran dengan pelatihan memakai sosial media sebagai bentuk untuk promosi produk. Kegiatan promosi di lanjutkan dengan pengunggahan produk ke beberapa media sosial. Untuk itu dilakukan kerjasama yang baik antara dosen pelaksana dengan pelaku usaha serta dalam mendukung pelaksanaan program ini maka akan bekerjasama dengan desainer dalam membantu pembuatan logo dalam pelatihan program sehingga kegiatan usaha unit usaha mendapatkan laba pada tingkat yang diharapkan.

Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah Ketua Tim Pengabdian Masyarakat, kedua Anggota Tim, dan Dua orang Tenaga Lapangan. Tim ini bertugas dalam penyelenggaraan Pelatihan Pembukuan dan Pemasaran Online di Atas. Ketua Tim dan kedua anggotanya bertugas sebagai perancang konsep kegiatan dan narasumber dalam kegiatan pelatihan tersebut. Sementara tenaga lapangan bertugas menyiapkan berbagai keperluan teknis untuk keberlangsungan pelatihan pembukuan dan pelatihan pemasaran online yang akan diselenggarakan.

Selanjutnya, pihak yang terlibat tentunya adalah peserta, yang terdiri dari ketua dan anggota Kelompok Usaha Desa Karya Mulya. Peserta adalah objek pengabdian yang akan menerima transfer pengetahuan dari narasumber. Sebelumnya peserta telah dimintai kesediaannya dengan harapan peserta akan siap menerima materi yang akan disampaikan. Peserta dilatih dan didampingi untuk mampu membuat pembukuan sederhana dari aktivitas bisnis yang dijalankannya. Selanjutnya peserta dirangsang untuk menyadari pentingnya strategi pemasaran, dan tersedianya strategi pemasaran yang murah dan mudah namun dapat menjangkau wilayah yang luas, yaitu pemasaran berbasis media sosial. Dan, peserta dilatih dan didampingi untuk mampu melakukan strategi pemasaran dengan bantuan media sosial. Peran peserta dalam program Pengabdian Masyarakat ini, antara lain:

- 1) Memberikan informasi data-data kondisi usaha kecil dan system operasionalnya.
- 2) Memberi masukan tentang harapan dan target usaha.
- 3) Mendukung pelaksanaan pelatihan manajemen pemasaran.
- 4) Mempelajari tentang alur pemasaran online.
- 5) Mempelajari mix marketing usaha, dan memiliki akun berbagai media sosial dalam promosi usaha.

3. Hasil Dan Pembahasan Pelaksanaan Kegiatan

Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami jalankan di Lokasi pengabdian kepada masyarakat berada di Desa Karya Mulya Kecamatan. Prabumulih Selatan. Lokasi berada di tengah-tengah kawasan pemukiman penduduk dan perumahan pedesaan yang masih alami. Waktu Pelaksanaan ini dimulai dari kegiatan persiapan hingga evaluasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Sasaran program kreatifitas dosen bidang pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berjudul diatas ditujukan kepada Para pelaku usaha di Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah. Acara ini telah dilakukan pada tahun 2021 di balai Desa Karya Mulya yang diikuti para kelompok usaha, Pelatihan ini disajikan secara interaktif dan efektif, pelatihan ini menggunakan metode Pendidikan Orang Dewasa (POD) dengan pendekatan partisipatif. Teknik yang digunakan adalah : curah pendapat, roll play dan simulasi. Dengan cara seperti ini diharapkan peserta menjadi bergairah, termotivasi dan tidak mudah lelah serta bosan. Materi pelatihan (*in house training*) disesuaikan dengan jenis pilihan paket pelatihan.



Gambar 1. In House Training

Luaran Yang Tercapai Waktu pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang kami jalani di Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah Waktu Pelaksanaan ini dimulai dari kegiatan persiapan, survey pendahuluan, pemantapan, pelaksanaan kegiatan hingga pelaporan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Sasaran program kreatifitas dosen bidang pengabdian masyarakat yang berjudul diatas ditujukan kepada kelompok usaha yang berada di Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah. Acara ini dilakukan pada bulan, Juni 2021 di balai Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah. Agar pendidikan dan pelatihan yang disajikan interaktif dan efektif, PKM ini menggunakan metode Pendidikan Orang Dewasa (POD) dengan pendekatan partisipatif. Teknik yang digunakan adalah: curah pendapat, diskusi kelompok & diskusi pleno, roll play dan simulasi. Dengan cara seperti ini diharapkan peserta menjadi bergairah, termotivasi dan tidak mudah lelah serta bosan. Materi pelatihan (*in house training*) disesuaikan dengan jenis pilihan paket pelatihan, agenda pelatihan terlampir.

1. Mengadakan penyampaian materi serta diskusi bersama peserta mengenai Pengenalan Packaging dan Branding sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha.
2. Menyelenggarakan sesi Tanya Jawab untuk Melepas Rasa keiingin tahun para peserta Pelatihan.
3. Memberikan Simulasi Terkait Materi-materi yang telah disampaikan.

Persiapan

Persiapan yang dilakukan berupa perencanaan pembuatan proposal kegiatan yang disusun berdasarkan kebutuhan lapangan. Kami membagi tugas berdasarkan keahlian dan kapasitas tim. Persiapan awal yang dilakukan dengan melakukan survei pendahuluan dan pemantapan kegiatan dengan mitra. Kemudian kami melakukan analisa lapangan berdasarkan kebutuhan sosial yang ada di mitra. Kami memetakan lokasi yang akan dijadikan sasaran pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).



Gambar 2. Survey Kegiatan dan Persiapan Pelaksanaan

Jadwal Acara

Adapun Jadwal acara akan dilaksanakan pada bulan Juni 2021 sebagai rincian sebagai berikut: Dalam pelaksanaan kegiatan ini kami melakukan perjalanan dari rumah dengan menggunakan kendaraan pribadi. Pada pelatihan ini persiapan yang telah dilakukan selama satu bulan. Dalam perjalanan untuk mencapai lokasi. Kami melakukan survey pra pelaksanaan untuk melihat persiapan yang akan dilakukan. Selanjutnya melakukan rapat penentuan persiapan pelaksanaan kegiatan pada hari H dengan kelompok usaha Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah. Dalam rapat ini diputuskan kesiapan pelaksanaan pelatihan 100 persen. Adapun hasil dari rapat ini memutuskan untuk pemateri menjadi dua bagian diantaranya:

1. Susianti, SE.,M.M berbicara tentang “Pengenalan pemasaran secara online Sebagai Strategi Pemasaran dalam Kegiatan Usaha ”
2. Peserta Dosen Lain berbicara tentang “Mekanisme Strategi Pemasaran guna Peningkatan Penjualan Barang dan Jasa”. Kegiatan ini dilaksanakan selama satu

hari pada bulan Juni 2021. Sebelum pelaksanaan dimulai panitia sudah melakukan perekrutan peserta dari kelompok usahadi Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah. Pada pelaksanaan pembukaan semua peserta sudah berada dilokasi dengan sigap mereka duduk dalam persiapan yang sangat matang. Pembukaan yang telah dipersiapkan panitia. Pada saat pelaksanaan acara dimulai pukul 08.30 yang diawali dengan registrasi peserta yang dilakukan panitia. Dilanjutkan pembukaan dengan sambutan sambutan pada 09.00-10.00 WIB, Sesi Pertama, pada 10.00-11.30 WIB pemberian materi yang disampaikan oleh rekan dosen berbicara tentang . Pada materi ini disampaikan “Mekanisme Strategi Pemasaran Guna Peningkatan Penjualan Barang dan Jasa”. Dilanjutkan dengan coffe break dan Sholat pada 11.30-12.30 WIB dengan santai, lalu dilanjutkan sesi kedua. Pada 12.30-14.00 WIB Dengan pemateri menyampaikan “Pengenalan pemasaran secara online sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha”.Teknologi dan informasi yang semakin berkembang akan mendorong orang untuk menciptakan peluang-peluang yang sangat menguntungkan bagi para wirausaha dengan pemanfaatan kemajuan teknologi dan informasi. Dalam tahap ini bagaimana mereka diberikan pemahaman tentang pentingnya membuat produk dengan kemasan dan merk yang menarik. pendekatan ini dilakukan dengan memberikan teori-teori yang berkaitan dengan pentingnya membuat kemasan dan merk yang konsumen tertarik untuk membeli.membuat kemasan yang memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan dimana bisa melindungi produk agar tetap bersih, kemasan yang berkaitan dengan program pemasaran (bagaimana membuat kemasan yang unik, kreatif sehingga berbeda dengan pesaing), dengan membuat kemasan yang unik, yang mempunyai daya tarik visual (warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak) dan daya tarik fungsional (dapat melindungi produk, mudah dibuka atau ditutup kembali untuk disimpan, porsi yang sesuai untuk produk makanan, dapat digunakan kembali (*reusable*), mudah dibawa, memudahkan pemakai untuk menghabiskannya serta dengan rumuskan dan dibentuk. Menambah kepercayaan para konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan

4. simpulan

Para kelompok usaha Desa Karya Mulya Kecamatan Rambang Kapak Tengah dalam melakukan usahanya masih dijalankan secara alamiah dan mengandalkan naluri berdagang yang mereka miliki, namun melalui pelatihan yang diberikan terdapat perkembangan pemahaman dari mereka terhadap pentingnya pemasaran secara online serta pembukuan. Namun demikian pemahaman terhadap materi yang diberikan masih relatif lambat.

Saran

Dalam acara Pelatihan ini perlunya melibatkan semua pihak khususnya yang sudah atau sedang berlangsung melakukan usaha yang lebih banyak Sehingga adanya pengoptimalan untuk penyampaian keluhan dari para pelaku yang baru akan memulai melaksanakan suatu usaha . Dimana keluhan dari para pelaku usaha secara optimal akan memudahkan dalam Pengimplementasian dari materi yang telah disampaikan serta mengatuhui kebutuhan-kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh para warga dalam pembelajaran mengelola suatu bisnis dengan memanfaatkan media digital yang ada

Daftar Pustaka

- A.Shim, Terence, (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Penerbit Erlangga Kartajaya,
- Absorptive Capacity: Evidence from furniture and software small - and Medium-sized enterprises in Indonesia*. PhD Thesis.University of Groningen, Belanda
- Afifah, dan Suryani, Yosi (2016) Serundeng Ubi Sebagai Salah Satu Peluang Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. Kasus Pada Usaha Marisa di Kota Padang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 22(3)
- Irawan, Y., Diana, D., & Marlina, M. (2016). Optimalisasi Produksi Dan Pemasaran Aksesoris Jilbab Dari Kain Perca Di Desa Tambon Baru Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(3), 121-125. *Finansial dalam Pengembangan Sentra Bisnis Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Kementerian KUKM and BPS.
- Handaru, Agung Wahyu, Widya Parimita; Inka Winarni Mufdhalifah (2015) Hermawan. (2018). *New Wave Marketing: The World is Still Around, The Market Is Already Flat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indarti, Nurul (2010). *The Effect of Knowledge Stickiness and Interaction on*
- Irawan, Yeni. Diana, dan Marlina. (2016) *Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Kabupaten Gorontalo*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 22. No.3
- Kalyanam, K. & McIntyre, S. (2016) *The E-Marketing Mix: A Contribution of the E-Tailing Wars. Working Paper, Leavey School of Business, Santa Clara University*. [Online] Available: http://lsb.scu.edu/faculty/research/working_papers/pdf/e-marketing.pdf
- Kementerian KUKM, & BPS. (2004). *Pengkajian Dukungan Finansial dan Non*
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller, (2017), *Manajemen Pemasaran*, terjemahan Bob Sabran, edisi ketigabelas, jilid dua, Penerbit : Prehalindo, Jakarta.

Susianti, dkk (2020)

Kotler, Philip dan Gery Amstrong. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, edisi 8. Ahli bahasa Damos Sihombing*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Jakarta : Prehalindo.

Rakhmat Supriyono. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2017). *E-Marketing edisi internasional ke 6*. London : Pearson

Sulila, Ismet (2016) Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Kapasitas Manajemen dan Mutu Pada Kelompok Kerajinan Karowo di Desa Bongo Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Adversity Quotient, Self Efficacy, dan Need For Achievement. *JMK*, 17.(2), 155–166

Suparmi, (2013), *IbM Kalurahan Penggaron Lor Melalui Pemberdayaan PKK Dalam Pembuatan Jajanan Sehat Dengan Pewarna Alami*, Semarang