

1. Sampul

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
HIBAH UNIVERSITAS TRILOGI**



**PELATIHAN PERENCANAAN BISNIS UMKM
DARI ASPEK PEMASARAN (DIGITAL MARKETING)
DI DESA BOJONG JENGKOL KECAMATAN CIAMPEA,
KABUPATEN BOGOR, PROVINSI JAWA BARAT**

TIM PENGUSUL

Budi Suryowati	0326076402
Aryanta Nila Nuraini	19113008
Anisa Khaerani	19113009
Muammar Naufal	19113010

**UNIVERSITAS TRILOGI
TAHUN 2022**

2. Lembar Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN HIBAH UNIVERSITAS TRILOGI

Judul Pengabdian : Pelatihan Perencanaan Bisnis UMKM Dari Aspek Pemasaran (Digital Marketing) Di Desa Bojong Jengkol Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.

Kode/Nama Rumpun Ilmu : 571/ Manajemen

Ketua Pengabdian

- a. Nama Lengkap : Budi Suryowati
- b. NIDN : 0326076402
- c. Jabatan Fungsional : Lektor
- d. Program Studi : Manajemen
- e. Nomor HP : 087885889806
- f. Alamat E-Mail : budisuryo@trilogi.ac.id

Anggota Pengabdian (1)

- a. Nama Lengkap : Aryanta Nila Nuraini
- b. NIDN : 19113008

Anggota Pengabdian (2)

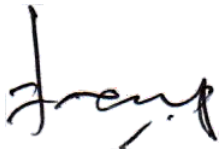
- a. Nama Lengkap : Anisa Khaerani
- b. NIDN : 19113009

Anggota Pengabdian (2)

- a. Nama Lengkap : Muammar Naufal
- b. NIDN : 19113010

Biaya Pengabdian : - diusulkan ke Universitas Trilogi Rp 500.000,-
- *inkind* sebutkan

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Fanny Suzuda Pohan, S.E., M.M)
NIK 140901

Jakarta, 10 Agustus 2023
Ketua Tim Pengabdian



(Budi Suryowati, S.E., M.M)
NIK 890706

Mengesahkan,

(Dr. Aty Herawati)
NIK 200904

3. Daftar Isi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
RINGKASAN	iii
ISI LAPORAN	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN	2
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	3
BAB IV HASIL KEGIATAN.....	4
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	5
DAFTAR PUSTAKA	6
DAFTAR LAMPIRAN	7
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
I. BIODATA KETUA DAN ANGGOTA	8
II. SURAT PERNYATAAN KETUA PENGABDIAN.....	9

4. Ringkasan

RINGKASAN PENGABDIAN

Pengabdian dilaksanakan di Desa Bojong Jengkol Kecamatan Clampea, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat dengan peserta pelaku UMKM dan Masyarakat terutama ibu Rumah Tangga. Para pelaku UMKM dan ibu Rumah Tangga tersebut belum bisa memanfaatkan media social mereka dengan baik untuk usaha yang sudah dan akan mereka rencanakan. Tujuan pengabdian ini adalah agar pelaku UMKM dan ibu Rumah Tangga di Bojong Jengkol dapat memanfaatkan potensi media sosial untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar produk mereka.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pelatihan UMKM dan masyarakat setempat berdasarkan Digital Marketing, hal mendasar yang ditawarkan antara lain Peningkatan Pemahaman Digital Marketing: Memberikan pemahaman yang lebih baik kepada UMKM tentang konsep dan strategi digital marketing, sehingga mereka dapat memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk dan layanan mereka dan Pengembangan Keterampilan: Mengajar-kan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

5. Isi Laporan

BAB I PENDAHULUAN

Hingga Januari 2023, tercatat jumlah pengguna media sosial diIndonesia mencapai

167 juta orang. Jumlah tersebut setara 78 persen dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta. Laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri

(<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>, diakses 11 Agustus 2023). Ada tujuh media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, antara lain WA, IG, FB, TIKTOK, TELEGRAM, TWITTER, dan FACEBOOK messenger. Dari sebanyak 167 juta pengguna aktif media sosial tersebut ada diantaranya di Desa Bojong Jengkol Kecamatan Clampea, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Diantara pengguna media sosial tersebut banyak diantara mereka adalah pelaku UMKM, namun mereka belum memanfaatkan media sosial mereka untuk bisnis (usaha) yang mereka lakukan secara baik. Jumlah yang besar dari pengguna internet dan pengguna media sosial membuat banyak perubahan signifikan tentang cara komunikasi.

Istilah digital marketing atau pemasaran digital sudah semakin akrab di telinga pengguna internet. Dengan banyaknya media digital di sekitar kita saat ini, sudah jelas bahwa digital marketing adalah cara pemasaran yang sangat efektif. Terlebih dengan berbagai konten pemasaran menarik yang dewasa ini banyak ditemukan di berbagai media. Oleh karena pada kesempatan kali ini dilakukan pelatihan pertama tentang digital marketing.

BAB II SOLUSI PERMASALAHAN

Agar pelaku UMKM dan masyarakat terutama ibu rumah tangga Desa Bojong Jengkol Kecamatan Clampea, Kabupaten Bogor dapat memanfaatkan media sosial untuk bisnis (usaha) yang mereka lakukan dengan baik sehingga bisnis mereka lebih dikenal masyarakat secara luas yang pada gilirannya dapat meningkatkan permintaan terhadap produk mereka maka dilakukan pelatihan tentang digital marketing

BAB III METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui ceramah dan workshop tatap muka yang dipimpin oleh tim pelaksana terdiri dari dosen dan mahasiswa. Materi pelatihan yang disampaikan dalam bidang pemasaran terutama pemasaran digital. Setelah sesi ceramah, dilakukan sesi tanya jawab untuk memperkuat pemahaman peserta.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pelatihan UMKM dan masyarakat setempat berdasarkan Digital Marketing, hal mendasar yang ditawarkan adalah:

1. Peningkatan Pemahaman Digital Marketing: Memberikan pemahaman yang lebih baik kepada UMKM tentang konsep dan strategi digital marketing, sehingga mereka dapat memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk dan layanan mereka.
2. Pengembangan Keterampilan: Mengajar-kan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

BAB IV HASIL KEGIATAN

Hasil dari kegiatan pelatihan UMKM berdasarkan Digital Marketing yang dilakukan melalui pengabdian kepada masyarakat dapat mencakup beberapa hal, antara lain:

1. Peningkatan Pengetahuan: Peserta pelatihan, baik UMKM maupun ibu rumah tangga, dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang konsep *digital marketing*, dan pemanfaatan media sosial.
2. Peningkatan Keterampilan: Peserta dapat mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan layanan mereka.
3. Pemberdayaan UMKM: UMKM yang mengikuti pelatihan dapat diberdayakan untuk meningkatkan kehadiran dan penjualan mereka melalui pemanfaatan strategi digital marketing yang efektif.
4. Penerapan Praktik Baik: Peserta diharapkan dapat menerapkan praktik-praktik baik yang mereka pelajari dalam pelatihan, seperti memanfaatkan media sosial secara efektif dan mengelola keuangan dengan bijak.
5. Dampak Positif: Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi UMKM dan masyarakat setempat, baik dalam hal peningkatan usaha, pengetahuan, maupun kesejahteraan ekonomi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan UMKM di Bojong Jengkol dapat memanfaatkan potensi media sosial untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N., K., Astuti, H., Sumartono. (2020) Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mempublikasikan Pantai Tanjung Pakis. Jurnal Buana Pengabdian, 7(1), 22-27. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/ABD/article/view/3715/2896>
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management 16th Edition*. New Jersey, USA: Prentice Hall Pearson Education International Inc. ISBN-10: 0136009980, ISBN-13: 9780136009986

DAFTAR LAMPIRAN

Foto Kegiatan





Pemasaran



Pemasaran



Strategi Pemasaran: Produk

- **Kualitas**
- **Nama produk (merek)**
- **Tampilan produk**
- **Kemasan**
- **Label**
- **Ukuran**



Strategi Pemasaran: Produk

- Pertimbangan merek
- Mudah diucapkan,
 - Mudah diingat,
 - Mudah dieja
 - Sesuai dengan produknya
 - Sederhana dan ringkas
 - Berbeda
 - Terdaftar



Strategi Pemasaran: Harga

- Pada tingkat berapa harga yang akan ditetapkan
 - Pertimbangan harga
 - ✓ Biaya produksi
 - ✓ Keuntungan
 - ✓ Target pasar
- 



Strategi Pemasaran: Distribusi

- Bagaimana konsumen bisa mendapatkan/menikmati produk
- Memilih tempat yang strategis



Strategi Pemasaran:Promosi

- Usaha yang dilakukan untuk memberi informasi, mempengaruhi, dan menjalin hubungan dengan (calon) pembeli
- Iklan
- Promosi penjualan



Apa Sih Digital Marketing





Kenapa Harus WhatsApp?

- MUDAH: Aplikasi TERPOPULER dengan pengguna terbanyak di tanah air, sekitar 100 juta pengguna di Indonesia.
- MURAH: Aplikasi GRATIS yang hanya menggunakan koneksi internet.
- EFEKTIF: media berbagi konten melalui saluran PERSONAL.
- EFISIEN: Aplikasi BERBAGI FILE gambar, audio, mendukung panggilan suara dan video gratis.



Teknik Jualan Melalui WA

- Siapkan isi tulisan yang menarik (sapa dengan nama, keunggulan produk, bonus foto produk, akhiri dengan pertanyaan)
- Menyampaikan pesan jam 06.00-07.00, 11.30-12.30, 17.00-20.00 WIB
- Maksimalkan di tanggal muda
- Jangan asal posting



4

11/08/2023



Cara Menjual Produk di Facebook dan Instagram

- Siapkan foto produk yang jelas
- Tulis harga dan detail produk
- Lakukan promosi khusus/diskon

Cara menjual produk di IG



Cara menjual produk di FB



- Lakukan giveaway pada waktu tertentu
- Paling efektif, lakukan live sale
- Catat pembeli pada saat live sale dan respon cepat
- Bergabung dengan grup wilayah tempat usaha dan rajin promosi di grup tersebut



Cara Menjual di Shopee

Membuka Toko Online di Shopee

- BUAT AKUN MARKETPLACE
- URAI DAS PRODUK (SHOWEE SELLER)
- KENALI METODE PENJUALAN
- KENALI FITUR BENS SAVA & PROMOSSI
- CUSTOMER SERVICE

5

6. Daftar Lampiran

I. BIODATA KETUA DAN ANGGOTA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Budi Suryowati, SE.,MM
2	Jenis Kelamin	L/P Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	89071101 / 890706
5	NIDN	0326076402
6	Tempat, Tanggal Lahir	Jakarta, 26 Juli 1964
7	E-mail	budisuryo@trilogi.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	087 885 889 806
9	Alamat Kantor	Jl TMP kalibata Jakarta Selatan 12760
10	Nomor Telepon/Faks	(021) 7980011 / (021) 7981352
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1 = orang; S-2 = ... orang; S-3 = ... orang
12	Nomor Telepon/Faks	(021) 7980011 / (021) 7981352
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Manajemen Strategik
		2. Pemasaran Jasa
		3. Perilaku Konsumen
		4. Pengantar Bisnis
		5. Pengantar Manajemen
		6. Analisa Kelayakan Bisnis

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Gadjah Mada	Universitas Indonesia	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	1983-1988	1993 - 1997	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Keputusan Saluran Distribusi Persh Sari Jaya Yogyakarta	Analisis Hubungan Kinerja dan Risiko Pada Perusahaan Perbankan di BEJ	

Nama Pembimbing/Promotor	Drs. M.Munandar	Prof.Dr. Wahjudi Prakarsa	
--------------------------	-----------------	---------------------------	--

C. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (Juta Rp)
1				
2				
3				
dst				

*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DIKTI maupun dari sumber lainnya.

D. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1			
2			
3			
dst			

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan Menggunakan Structural Equation Modelling	Kompleksitas Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol.8 No.10, Juni 2019	http://ojs.poltek-swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas/article/view/15
2	Evaluating Perceived Benefits toward ECommerce Adoption and Business Performance	International Journal of Economics and Management Studies Vol 7 Issue 1 Publication 2020	http://www.internationaljournalssrg.org/IJEMS/2020/Volume7-Issue1/IJEMS-V7I1P104.pdf
3	Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal	Kompleksitas Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol.IX No.11, Juni 2020	http://ojs.poltek-swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas/article/view/17
4			

5			
---	--	--	--

E. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			
2			
3			
dst			

F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				
2				
3				
dst				

G. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				
2				
3				
dst				

H. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				
dst				

I. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			
2			
3			

dst			
-----	--	--	--

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Universitas Trilogi.

Jakarta, Agustus 2023

Pengusul,



(Budi Suryowati,S.E.,M.M)

II. SURAT PERNYATAAN KETUA PENGABDIAN



SURAT PERNYATAAN KETUA PENGABDIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Budi Suryowati
NIDN : 890706
Pangkat / Golongan : III D
Jabatan Fungsional : Lektor

Dengan ini menyatakan bahwa proposal pengabdian saya dengan judul:
Pelatihan Perencanaan Bisnis UMKM Dari Aspek Pemasaran (Digital Marketing) Di Desa
Bojong Jengkol Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat yang diusulkan
dalam skema Pengabdian Kepada Masyarakat Hibah Universitas Trilogi **bersifat original dan
belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya
bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan
seluruh biaya pengabdian yang sudah diterima ke Universitas Trilogi.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Trilogi,

Kota, 10 Agustus 2023
Yang menyatakan,

Cap dan tanda tangan tanda tangan

meterai Rp 10.000

(Dr. Aty Herawati)
NIK 200904

(Budi Suryowati)