



IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING GUNA OPTIMALISASI PEMASARAN, STUDI KASUS PADA KUB “SIDO MAKMUR”

Harry Budiharjo Sulistyarso^{1*}, Joko Pamungkas², Asih Sriwinarti³, Wahyu Dwi Artaningtyas⁴

¹²³⁴ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

*Corresponding author, e-mail: harry_hb@upnyk.ac.id

Abstract

The Joint Business Group (KUB) “Sido Makmur” is an association of wood furniture craftsmen located in Dusun Geger, Pengkol Village, Kapanewon Nglipar, Gunung Kidul Regency. In the last two years they have become our PbM (Community Service) partners. There are three aspects of the problems faced, are: production, management, and marketing aspects. Problems in the production aspect are related to electricity supply constraints. The problem in management lies in conventional business management, due to lack of knowledge and limited capital. Meanwhile, in the marketing aspect, due to the limited reach of sales, which are only based on direct orders, they are not familiar with internet-based marketing. The solution and alternative to overcome these problems is to do online marketing through digital marketing. The result of this PbM activity is that the members of KUB “SIDO MAKMUR” realize the importance of using information technology to expand the market, by having a digital marketing account.

Keywords: Conventional, Digital marketing, online

Abstrak

Kelompok Usaha Bersama (KUB) “Sido Makmur” adalah suatu kelompok Usaha Bersama di bidang permebelen yang berlokasi di Dusun Geger, Desa Pengkol, Kapanewon Nglipar, Kabupaten Gunung Kidul. Pada dua tahun terakhir ini menjadi mitra PbM (Pengabdian kepada Masyarakat) kami. Terdapat tiga aspek permasalahan yang dihadapi, yaitu: aspek produksi, aspek manajemen, dan aspek pemasaran. Masalah pada aspek produksi terkait pada kendala supply listrik, masalah di bidang manajemen terletak pada pengelolaan usaha yang masih bersifat konvensional, karena kurangnya pengetahuan dan terbatasnya modal. Sedangkan pada aspek pemasaran disebabkan terbatasnya jangkauan karena penjualan berdasarkan pesanan langsung. belum mengenal pemasaran berbasis internet. Solusi dan alternatif pemecahan masalah adalah dengan melakukan pemasaran *online* melalui *digital marketing*. Adapun hasil dari kegiatan PbM ini adalah bahwa para anggota KUB” SIDO MAKMUR” menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi informasi untuk perluasan pasar, dengan memiliki akun untuk *digital marketing*.

Kata Kunci : Konvensional, Pemasaran digital, *online*

PENDAHULUAN

Program Pengabdian bagi Masyarakat dengan mitra KUB “SIDO MAKMUR” merupakan program yang bertujuan untuk menuntaskan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang belum dapat terlaksana pada kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat (PbM) yang dilaksanakan pada tahun 2020. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu pelaksanaan program di tahun 2020, juga terkendala kondisi awal dimana pandemi COVID-19 berlangsung. Meningkatnya volume penjualan hasil produksi mitra setelah program Pengabdian bagi Masyarakat yang dilaksanakan oleh pengabdian di tahun 2020 menjadi salah satu justifikasi program ini perlu untuk dituntaskan agar mitra dapat mencapai kondisi usaha seperti yang ditargetkan. Upaya untuk lebih memberdayakan anggota KUB “SIDO MAKMUR”, semua anggota dapat maju bersama sama menjadi hal yang dicita-citakan oleh Bapak Samino selaku ketua. Melalui pemberdayaan, diharapkan tercipta suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*), serta memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Penguatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya ¹⁾. Keberadaan program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya menjadi sangat mutlak untuk dilakukan, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini. Tujuan akhir pemberdayaan masyarakat menurut Sriyana²⁾ adalah memandirikan masyarakat, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara bersinambungan. Pemberdayaan ekonomi rakyat tidak hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga merupakan tanggung jawab masyarakat, terutama mereka yang telah lebih maju, karena telah terlebih dahulu memperoleh kesempatan bahkan mungkin memperoleh fasilitas yang tidak diperoleh kelompok masyarakat lain. Perolehan fasilitas dan kesempatan berusaha, serta pendampingan inilah yang akan kami tawarkan pada Program Kemitraan Masyarakat dengan mitra Kelompok Usaha Bersama “SIDO MAKMUR”.



Lokasi Mitra dalam kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat internal ini terletak di Dusun Geger, Desa Pengkol, Kapanewon Nglipar, Kabupaten Gunungkidul. Kelompok Usaha Bersama (KUB) “SIDO MAKMUR” ini diketuai oleh Bapak Samino, dengan anggota sebanyak 20 orang pengrajin mebel kayu. KUB ini dipilih sebagai mitra dengan pertimbangan bahwa di dusun ini pula mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta pernah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata, dimana Ketua pengabdian dalam proposal ini merupakan koordinator Dosen Pendamping Lapangan (DPL) di empat dusun di desa Pengkol dan salah satunya adalah padukuhan Geger dimana mitra berada. Kegiatan yang berkelanjutan ini diharapkan mampu membuat usaha mitra menjadi semakin berkembang dan pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan anggota mitra pada khususnya dan warga Padukuhan Geger pada umumnya.

Berdasarkan hasil komunikasi yang intens dilakukan semenjak kegiatan PBM berakhir di tahun 2020, bahkan sampai saat ini komunikasi masih terjalin baik antara Pak Samino selaku ketua KUB “SIDO MAKMUR” dan Pak Sumarjo selaku kepala Padukuhan Geger yang juga menjadi anggota KUB, maka dapat diidentifikasi permasalahan permasalahan sebagai berikut :

1. Terbatasnya supply listrik untuk menjalankan peralatan produksi .
2. Belum dimilikinya catatan pembukuan yang memenuhi kaidah akuntansi , yang dapat digunakan sebagai syarat untuk mendapatkan bantuan pinjaman modal
3. Kurangnya akses dan pengetahuan dalam menyalurkan proposal bantuan permodalan.
4. Minimnya pengetahuan dan ketrampilan dalam pemasaran berbasis internet / online.
5. Kurangnya keterlibatan generasi muda sebagai penerus usaha

Solusi guna mengatasi permasalahan permasalahan yang akan dilaksanakan pada Program Kemitraan Masyarakat ini, merupakan hasil kesepakatan dari mitra setelah dilakukan analisis mendalam terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi dan berdasarkan skala prioritas penanganan permasalahan. Adapun solusi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pemberian bantuan peralatan produksi berupa mesin generator atau Gen set , guna mengantisipasi terjadinya pemadaman listrik yang dapat menghambat kelancaran proses produksi. Luaran dari kegiatan ini adalah terjadinya peningkatan output dan omzet dari mitra setelah dilaksanakan PbM 2020.
- b. Pelatihan Pembukuan yang lebih bersifat akuntabel, tidak hanya berupa aliran kas keluar masuk saja, tetapi lebih detail. Luaran dari kegiatan ini adalah tersusunnya Laporan Keuangan yang lengkap dari usaha mitra dan mitra dapat memperoleh akses ke lembaga keuangan untuk mendapatkan bantuan permodalan.
- c. Penyaluran proposal bantuan permodalan ke berbagai instansi terkait. Luaran dari kegiatan ini adalah terdistribusinya proposal bantuan permodalan ke berbagai pihak terkait, seperti dari Disperindagkop Kabupaten Gunung Kidul, juga dari CSR berbagai perusahaan dan sebagainya. Riil dari luaran ini adalah meningkatnya modal yang berasal dari pihak luar guna memperbesar usaha mitra..
- d. Penyuluhan dan pelatihan pada generasi muda di lingkungan mitra tentang digital marketing sehingga ada tenaga yang akan membantu mitra dalam menjangkau area pemasaran yang lebih luas lagi. Luaran dari kegiatan ini adalah pemberdayaan yang berupa peningkatan skill mitra, adanya admin web ataupun blog sebagai sarana untuk memasarkan produk mitra secara digital, sedemikian rupa sehingga target luaran utama yang berupa peningkatan output dan juga peningkatan omzet mitra dapat tercapai .

Target luaran yang akan dicapai dalam Program Pngabdian bagi Masyarakat Internal ini adalaah sebagai berikut , sebagaimana tertera pada tabel 2.1 berikut ini .

Tabel 1. Target Capaian Luaran Kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
A.	LUARAN WAJIB	
1.	Publikasi Ilmiah di Jurnal / Prosiding	Accepted/Published
2.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	Telah terbit di media



		masa
3.	Video Kegiatan PbM	Siap publikasi.
4.	Buku Ber ISBN	Sudah terbit ISBN
5.	Poster Ukuran A0 landscape maksimal 2MB	Sudah ada
6.	Kekayaan Intelektual (Hak Cipta Buku)	Sudah terbit HAKI
7.	Peningkatan Pemberdayaan Mitra	Sudah ada
B.	LUARAN TAMBAHAN	
1.	Wirausaha baru mandiri	Sudah ada wirausaha baru

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Metode kegiatan yang dilakukan dalam program PbM ini berupa pelatihan dan pendampingan serta peningkatan pemahaman akan pentingnya pembukuan sederhana dan juga pemasaran online .

Pelaksanaan Kegiatan

1. Pemberian Bantuan Peralatan

Pemberian bantuan peralatan produksi melengkapi peralatan produksi yang telah diberikan setahun sebelumnya , berupa bur listrik dan juga gen set dengan kapasitas 5000 watt dengan tujuan menjamin ketersediaan pasokan listrik pada saat terjadi pemadaman listrik pada saat kondisi mitra sedang mengerjakan pesanan dari pembeli. Pemberian bantuan peralatan diserahkan pada tanggal 23 Juni 2021.



Gambar 1. Penyerahan Bantuan Peralatan Produksi



Gambar 2. Pemberian Bantuan Gen Set

2. Pelatihan Manajemen Pemasaran

Acara ini diselenggarakan pada tanggal 30 Juni 2021, adapun materi yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah pemasaran modern dan juga pemanfaatan *digital marketing*. Selain materi strategi pemasaran, juga diberikan materi pemanfaatan *digital marketing*, sebagai media untuk melakukan pemasaran produk. Pemasaran produk selama ini dilakukan secara manual,

melalui penjualan secara langsung. Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang arti penting teknologi informasi bagi perkembangan usaha. Melalui pelatihan ini diharapkan Mitra mampu memperluas pangsa pasar dengan pemanfaatan teknologi informasi dan menggunakan *social media* serta *e-commerce* dalam memasarkan produk. Untuk membekali mitra dalam hal posting foto di akun digital marketing, maka tim juga memberikan pelatihan teknik fotografi, teknik fotografi diberikan dengan memanfaatkan handphone. Melalui Teknik fotografi ini diharapkan mitra mampu membuat foto yang mendukung kegiatan pemasaran berbasis online melalui digital marketing.



Gambar 3. Penyuluhan Pembukuan



Gambar 4 . Pelatihan Pemasaran Online

3. Pendistribusian Proposal Bantuan Permodalan

Tim PbMs membantu menyalurkan proposal bantuan permodalan yang telah dibuat oleh mitra. Harapannya agar terdapat kepedulian dari berbagai pihak baik itu swasta maupun pemerintah yang turut serta dalam mengembangkan usaha mitra, sehingga dapat menjadi penopang ekonomi rumah tangga anggota KUB "SIDO MAKMUR" pada khususnya dan perekonomian desa Pengkol pada umumnya.

4. Pendampingan

Pandemi Covid yang tengah berlangsung saat ini menjadi kendala bagi pengabdian dalam melakukan pendampingan secara langsung ke lokasi mitra mengalami kendala, dikarenakan ada beberapa warga di desa mitra di lingkungan KUB "SIDO MAKMUR" yang dinyatakan positif terinfeksi virus Covid-19. Diharapkan dengan pendampingan yang rutin dilakukan, maka mitra akan semakin mandiri di masa yang akan datang sehingga tidak lagi bergantung pada pihak lain, terutama dalam hal pemasaran hasil produksi berbasis online.



Gambar 4. Koordinasi dengan Kepala Dukuh Geger terkait teknik pendampingan



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Program Pengabdian bagi Masyarakat dengan mitra Kelompok Usaha Bersama “SIDO MAKMUR” yang secara berkesinambungan dilakukan secara berturut turut cukup dirasakan membawa dampak positif yang signifikan bagi perkembangan usaha mitra, naik dari sisi kuantitas maupu kualitas hasil produksi. Dari sisi manajemen juga membawa dampak positif yaitu dengan dimilikinya catatan pembukuan yang lebih akuntabel dan sistematis. Sehingga layak jika akan digunakan sebagai salah satu persyaratan dalam mengajukan proposal bantuan permodalan kepada pihak ketiga. Pengetahuan akan pemasaran berbasis online pun juga sudah dimiliki oleh mitra, sehingga di masa pandemi seperti saat ini dapat sangat membantu dalam proses pemasaran hasil produksi mebel yang di masa pandemi sangat sulit untuk dipasarkan secara langsung pada konsumen.

Indikator keberhasilan dari program PbM ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Progra PbM

No.	Indikator Keberhasilan	Uraian
1.	Kapasitas hasil produksi mitra dan volume penjualan	Terjadi peningkatan kapasitas dan volume penjualan sebesar 20% , dengan penggunaan alat produksi yang lebih modern .
2.	Ketepatan waktu dalam pemenuhan order dari konsumen	Bantuan gen set berdampak pada tercukupinya supply energy listrik, sehingga mempercepat pengerjaan produk sesuai dengan jangka waktu pesanan konsumen sehingga tidak mengecewakan konsumen .
3.	Dimilikinya catatan pembukuan administrasi keuangan usaha mitra	Meningkatnya skill dan pengetahuan mitra dalam membuat laporan keuangan / pembukuan
4.	Tersusunnya 2 proposal bantuan permodalan yang diajukan ke Koperasi KOMPAYO dan Disperindagkop kabupaten Gunung Kidul	Dengan tersalurkannya proposal bantuan permodalan diharapkan dapat meningkatkan permodalan yang dimiliki oleh mitra sehingga dapat mengembangkan kapasitas produksinya .

5.	Dimilikinya media online Instagram dan market place di Facebook untuk memasarkan hasil produksi mitra	Dengan adanya media pemasaran online diharapkan mampu memperluas jaringan pemasaran hasil produksi mitra
6.	Meningkatnya jumlah anggota mitra dari kalangan generasi muda	Generasi muda menjadi andalan dalam menjalankan pemasaran berbasis online terkait dengan pengetahuan mereka yang lebih baik di bidang teknologi informasi .

Pembahasan

Solusi yang diberikan untuk mengatasi permasalahan mitra di bidang produksi yaitu dengan jalan memberikan bantuan peralatan produksi berupa Mesin Gen Set dengan kapasitas 5000 Watt membawa dampak positif yang cukup signifikan bagi peningkatan kapasitas produksi mitra. Terbatasnya supply daya listrik terpasang di masing masing anggota KUB "SIDO MAKMUR" menjadi hambatan tersendiri bagi mitra, terlebih jika pada saat pesanan dari konsumen banyak dan harus dipenuhi dalam waktu yang relative cepat. Dengan diberikannya bantuan peralatan produksi genset sebagai bantuan alat produksi di tahun ke dua ini melengkapi bantuan peralatan produksi di tahun 2020 (gerinda, pasah, mesinamplas dan dynamo penggerak), maka membantu mitra dalam memenuhi permintaan hasil produksi mebel yang dipesan oleh para konsumen. Luaran dari solusi ini adalah berupa meningkatnya kapasitas produksi mebel yang dihasilkan mitra setiap bulannya dibandingkan produksi di saat belum mendapatkan bantuan peralatan produksi yang lebih modern dari tim PbM. Kegiatan ini disambut baik oleh mitra dan juga dari para perangkat desa, terlebih Bapak Sumarjo selaku kepala dusun Geger juga merupakan anggota dari KUB "SIDO MAKMUR". Kegiatan ini dapat dikatakan tidak ada hambatan dalam pelaksanaannya.

Kegiatan pelatihan pembukuan lanjutan bagi mitra diberikan dalam rangka memberikan solusi di bidang manajemen keuangan. Selama ini mitra sama sekali tidak mempunyai catatan pembukuan mengenai arus keluar masuk uang hasil penjualan mebel yang berhasil dibayarkan. Mereka beranggapan bahwa selama masih dapat memenuhi kebutuhan pokok rumah tangga masing masing pengrajin mebel, atau mereka menggunakan istilah selama dapur masih bisa mengepul, dan



masih ada modal tersisa untuk kembali atau disebut kulakan bahan baku utama produksi mebel yang berupa kayu acasia, mitra beranggapan bahwa mereka masih memiliki keuntungan dari usaha yang mereka jalankan. Kegiatan usah hanya mengalir begitu saja asal cukup untuk diputar usaha kembali, tidak ada pemisahan asset yang jelas antara asset rumah tangga dan hasil dari usaha yang mereka jalankan. Ketiadaan catatan pembukuan yang bersifat akuntabel inilah yang seringkali menjadi hambatan bagi KUB “SIDO MAKMUR” dalam mendapatkan akses ke lembaga keuangan yang bersifat legal formal. Maraknya pinjaman *illegal online* juga menjadi keprihatinan tersendiri jika kemudian mitra terpaksa memanfaatkan jasa mereka guna memenuhi kebutuhan permodalan dengan alasan untuk pengembangan usaha. Luaran dari kegiatan ini adalah dengan dimilikinya catatan pembukuan yang bersifat akuntabel, yang kemudian akan dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan dalam mengajukan pinjaman permodalan untuk mengemvangkan usaha mitra.

Faktor yang menjadi pendorong dalam kegiatan ini adalah antusiasme dari anggota KUB “SIDO MAKMUR”, untuk bersedia belajar dan mulai membuat catatan untuk setiap pengeluaran dan pemasukan yang mereka lakukan, sehingga dapat dijadikan sebagai materi tahap awal dalam melakukan pelatihan pembukuan bagi dimilikinya sebuah catatan pembukuan yang akuntabel. Faktor yang menjadi hambatan dalam kegiatan ini adalah karena kondisi pandemic COVID-19 yang masih berlangsung, telebih diberlakukannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, sehingga pelatihan tidak selalu dapat dilakukan secara luring melalui tatap muka, tapi hanya dapat dilakukan secara daring, sementara anggota mitra yang menguasai media meeting seperti aplikasi ZOOM Meetataupun Google Meet masih sangat terbatas, belum lagi ditambah dengan akses intrnet yang sulit atau tidak stabil di daerah mitra, sehingga menjadikan pelatihan tidak dapat berjalan secara optimal.

Kegiatan penyaluran proposal bantuan permodalan dilakukan guna mendistribusikan kepada pihak pihak yang berkaitan dengan usaha mitra sebagai sebuah usaha mikro, sehingga isntansi yang paling tepat untuk memasukkan proposal tersebut adalah pada gybantuan permodalan membutuhkan peran dari

pengabdian untuk menjadi perantara bagi mitra dalam menyalurkan proposal bantuan permodalan yang telah mereka buat. Tidak ada kendala yang cukup berarti bagi mitra maupun pengabdian dalam pelaksanaan program kegiatan ini, sehingga pengabdian sangat berharap proposal tersebut akan lolos didanai. Selain ke instansi pemerintah, proposal juga diajukan kepada sebuah koperasi yang dibentuk oleh komunitas masyarakat Pati yang ada di Yogyakarta yang disebut KOMPAYO dimana ketua pengabdian merupakan salah satu anggota koperasi tersebut.

Kegiatan pemasaran berbasis internet, atau yang lebih dikenal sebagai digital marketing dilakukan dalam mengikuti era perkembangan sistem pemasaran di saat ini, terlebih di tengah suasana pandemi dimana transaksi sebaiknya dilakukan secara *contactless* / tidak ada kontak langsung antara penjual dan pembeli. Pemanfaatan media internet sebagai sarana pemasaran menjadi suatu keharusan yang sangat mutlak dilakukan pada saat ini jika ingin usaha tetap eksis. Adanya perkembangan teknologi saat ini, perubahan strategi pemasaran mulai berubah ke arah yang lebih modern. Dahulu kala melakukan promosi melalui surat kabar, majalah, radio maupun televisi. Namun, kini pemasaran lebih berkembang menggunakan teknologi internet dan lebih dikenal dengan sebutan *digital marketing*. Menurut Purwana dkk (2017), digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Menurut Nadya (2016), digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). Menurut Sanjaya dan Tarigan (2016), digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, *adwords*, ataupun jejaring sosial.

Digital marketing merupakan aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Pemasaran digital adalah salah satu media pemasaran yang kini sedang banyak diminati oleh masyarakat dalam mendukung banyak kegiatan. Sasaran yang lebih luas dapat dijangkau oleh pemasaran digital hingga



merambah ke dunia internasional. Dimanapun berada kini pemasaran dapat dilakukan karena hampir disemua tempat terdapat jaringan internet dan setiap orang memiliki alat, yaitu *smartphone*.

Berikut merupakan manfaat *digital marketing* (Pangestika, 2018):

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, *digital marketing* dapat diukur secara *real-time* dan tepat.

2. Kemudahan evaluasi

Menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk dilihat, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

3. Jangkauan lebih luas

Jangkauan geografis dari *digital marketing* yang luas menyebarkan produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

Berikut ini keuntungan *digital marketing* bagi perusahaan (Markerter, 2017):

1. Dapat menghubungkan produsen dengan konsumen melalui internet.
2. Mendapatkan penghasilan penjualan lebih tinggi dikarenakan semakin sempit jarak dan waktu.
3. Biaya yang dikeluarkan jauh lebih hemat.
4. *Digital marketing* membuat penjual bisa memberikan pelayanan *real-time*.
5. Menghubungkan penjual dengan pelanggan melalui perangkat *mobile* dimanapun dan kapan saja.
6. Mampu memberikan kestabilan bagi *brand* di mata konsumen dari *brand* lain sebagai pesaing.

Pelatihan *digital marketing* diberikan kepada beberapa perwakilan anggota mitra diberikan pelatihan pemasaran berbasis internet, terutama anggota mitra yang memiliki perangkat *Handphone* yang mendukung untuk menginstal beberapa

aplikasi media peasaran online seperti Shopee, Ictagram dan juga *Facesbook*. Kendala pada pelaksanaan kegiatan ini adalah pada masih minimnya anggota yang memiliki perangkat *Handphone* yang kompatibel untuk hal terseut, dan juga kemdala pada sebageian beasr anggota mitra yang sudah tua sehingga kurang begitu mahir dalam megoperasikan media sosial sebagai srana pemasaran *online*. Perekrutan generasi muda yang melek teknologi informasi menjadi sangat penting untuk dilakukan, untuk itu beberapa generasi muda diajak bergabung dalam KUB "SIDO MAKMUR", dan diharapkan mereka menjadi garda terdepan dalam memasarkan hasil produksi mitra secara oline.

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan PbM yang bertujuan untuk memberkan solusi secara tuntas atas segala permasalahan yang dihadapi oleh mitra dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan luaran yang sesuai dengan yang ditargetkan . Kemandirian mitra di masa yang akan datang terkait kemapuna untuk memasarkan produk secara online menjadi kunci sukses dalam menghadapi tantangan perkembangan jaman

Saran

Diperlukan sinergisitas yang kuat antara mitra sebagai sebuah usaha mikro dengan pemeintah desa setempat dan juga instansi terkait terutama Disperindagkop Kabupaten GunungKidul, tidak hanya dalam bentuk pemberian bantuan saja tanpa disertai dengan adanya peningkatan kapasitas skill dan ketrampilan mitra dalam berinovasi dan juga dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi .

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini, sehingga tujuan dan juga target luaran dalam kegiatan Pengabdian bagi Masyarkat (PbM) ini dapat terlaksana dengan baik .



DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, S., Sudaryanto, Sajati H., Kusumaningrum A., Nugraheny D., Wintolo H, 2019, Pengembangan Kewirausahaan Bagi UP2K-PKK Kelurahan Prawirodirjan Gondomanan Yogyakarta Untuk Mendukung Pemasaran Produk Menggunakan Instagram, *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, Volume 2, Nomor 2.
- Chaffey, Dave. 2002. *E-Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Nadya. 2016. *Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis.
- Pangestika, Nadia. 2018. *Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling*.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM).
- Ryan, Damian & Jones, Calvin. 2009. *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page.
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mohamad Trio Febriyantoro M.T, dan Arisandi D., 2018, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*, *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1 No 2.
- Widjaja Y.R, Alamsyah D.P., Rohaeni H., Sukajie B, 2018, *Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang*, *Jurnal Abdimas BSI*, Vol. 1 No. 3 Hal. 465-476

“Implementasi Digital Marketing Guna Optimalisasi Pemasaran, Studi Kasus Pada KUB “Sido Makmur”

Harry Budiharjo Sulistyarso, Joko Pamungkas, Asih Sriwinarti, Wahyu Dwi Artaningtyas
