

Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penjualan Minyak Sereh

Tri Ginanjar Laksana ^{1,*}, Ariel Maulana Wibowo ¹, Imam Aji Pranoto ¹, Nadjib Kurnia Budiawan ¹, Alfian Dwi Nugroho ¹, Pagi Muhamad ², Azka Fauzan Firaus ³, Muhammad Rofi Ariansyah ³, Ahmad Nada Kusnendar ⁴, Nuri Annisa ⁵, Enny Istanti ⁶, Julyanto Ekantoro ⁷, Nur Maulana ⁶, Ulis Nansa Anwar ⁶, Devina Arimbi Dwimita Putri ⁶, Fatur Yanuardi Leksono ⁶, Aditya Maulana Syahputra ⁷, Ailsa Agripina ⁷, Ginaris Putri Ilhami ⁶, Silvi Nur Baitti ⁵, Sintia Rahayu ⁵, Dwi Aulya Yunitasari ², Alfajri Ramadhan ², Hindun Nurun Ala ², Maulana Akbar Fadhillah ²

¹ Fakultas Ilmu Komputer; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: tri.ginanjar.laksana@dsn.ubharajaya.ac.id, 202010225188@mhs.ubharajaya.ac.id, imam.aji.pranoto19@mhs.ubharajaya.ac.id, 202010225150@mhs.ubharajaya.ac.id, alfian.dwi.nugroho19@mhs.ubharajaya.ac.id

² Fakultas Ilmu Komunikasi; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: pagi.muhamad@dsn.ubharajaya.ac.id, 202210415058@mhs.ubharajaya.ac.id, 202210415153@mhs.ubharajaya.ac.id, 202110415035@ubharajaya.ac.id, 202110415001@mhs.ubharajaya.ac.id

³ Fakultas Teknik; Universitas Langlangbuana; e-mail: azka.fauzan.f@unla.ac.id, m.rofi.ariansyah@unla.ac.id

⁴ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Langlangbuana; e-mail: abahnada@gmail.com

⁵ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan; Universitas Langlangbuana; e-mail: nuriannisaupi@gmail.com, silvinurbaiti@gmail.com, sintiarr06@gmail.com

⁶ Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Bhayangkara Surabaya; e-mail: ennyistanti@ubhara.ac.id, maulanaartos07@gmail.com, r.ulisnansaanwar@gmail.com, putriarimbi422@gmail.com, faktur.yanuardi42@gmail.com, ginarisputri066@gmail.com

⁷ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Bhayangkara Surabaya; e-mail: julyanto@ubhara.ac.id, adityashadow0852@gmail.com, ailsaagripina81@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: tri.ginanjar.laksana@dsn.ubharajaya.ac.id

Submitted: 12/10/2023; Revised: 01/11/2023; Accepted: 20/11/2023; Published: 05/12/2023

Abstract

Digital Social Media Marketing (DSMM) or as it is known today, how to utilize social media networks in the form of digital marketing that uses social media platforms and social networking websites with the aim of increasing and gaining marketing and promoting an organization's products and services through paid or unpaid means. The use of social media as a marketing tool (Digital Marketing) has a big influence in increasing sales turnover and promotions. The aim of implementing this community service is how to increase sales of lemongrass oil products that have been made and are currently being marketed by utilizing digital marketing strategies. The current marketing and promotion of lemongrass oil products carried out by the community, especially PKK women, Sekarwangi Village, Cibadak District, Sukabumi Regency, is currently still conventional. Policy makers, society and academics should be able to overcome these problems. Many of the citronella oil products processed by PKK women have not been sold, resulting in citronella oil products piling up and experiencing losses. The parties involved in empowerment must be able to provide power and encouragement to the community to improve marketing strategy skills so as to create community creativity in marketing and product promotion to increase sales Sereh Oil.

Keywords: Digital, Empowerment, Marketing, Product, Strategy

Available Online at <http://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/Jabdimas>

Abstrak

Digital Social Media Marketing (DSMM) atau yang dikenal saat ini, bagaimana memanfaatkan jaringan media sosial berupa pemasaran digital yang menggunakan platform media sosial dan website jejaring sosial dengan tujuan untuk meningkatkan dan memperoleh pemasaran serta promosi produk dan jasa suatu organisasi. melalui cara berbayar atau tidak berbayar. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran (Digital Marketing) mempunyai pengaruh yang besar dalam meningkatkan omzet penjualan dan promosi. Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana meningkatkan penjualan produk minyak serai yang telah dibuat dan sedang dipasarkan dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital. Pemasaran dan promosi produk minyak serai yang dilakukan oleh masyarakat khususnya ibu-ibu PKK Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi saat ini masih bersifat konvensional. Para pengambil kebijakan, masyarakat dan akademisi harus mampu mengatasi permasalahan tersebut. Produk minyak serai wangi olahan ibu-ibu PKK banyak yang belum terjual sehingga mengakibatkan produk minyak serai menumpuk dan mengalami kerugian. Pihak-pihak yang terlibat dalam pemberdayaan harus mampu memberikan daya dan dorongan kepada masyarakat untuk meningkatkan keterampilan strategi pemasaran sehingga tercipta kreativitas masyarakat dalam pemasaran dan promosi produk untuk meningkatkan penjualan minyak serai.

Kata kunci: Digital, Pemberdayaan, Pemasaran, Produk, Strategi

1. Pendahuluan

Program pengabdian masyarakat selama 5 hari (Senin, 9 – 13 Oktober Tahun 2023), di Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi yang dilakukan merupakan upaya dalam meningkatkan ekonomi dan partisipasi masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dan menyelesaikan permasalahan yang dialami masyarakat, serta dilakukan berdasarkan kearifan dan potensi lokal dalam upaya peningkatan keterampilan melalui pelatihan strategi pemasaran digital dalam peningkatan penjualan produk olahan ibu - ibu PKK Desa Sekar Wangi untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan produk minyak serai. Internet marketing yaitu usaha perusahaan dalam menjalin hubungan dengan konsumen melalui media internet untuk mempromosikan barang dan jasanya (Wijayanti & Nur, 2023). Digital Marketing merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. Media yang digunakan merupakan situs umum yang jaringan komputernya sangat besar dengan tipe berbeda di seluruh Dunia yang terhubung dalam satu wadah. Strategi internet marketing yang dibangun sebagai strategi pemasaran (Anggelia & Sulaeman, 2023).

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan (Candra et al., 2021). Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini (Anggelia & Sulaeman, 2023). Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet marketer, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang

mencari barang tertentu. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia (Putri et al., 2023).

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri (Minggu et al., 2023). Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi (Hermita et al., 2022). Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi (Budiwitjacksono et al., 2022).

Kegiatan akan dilaksanakan sesuai dengan jadwal dan timeline pelaksanaan dalam pemberdayaan masyarakat terutama ibu - ibu PKK dalam pemanfaatan teknologi informasi dan kegiatan sosialisasi penggunaan alat bantu dalam meningkatkan pemasaran produk olahan yang selama ini belum optimal dalam proses penjualannya. Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui eksistensi pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat kemudian menjadi bingkai pengembangan IPTEK dikemas dalam kegiatan KKN.

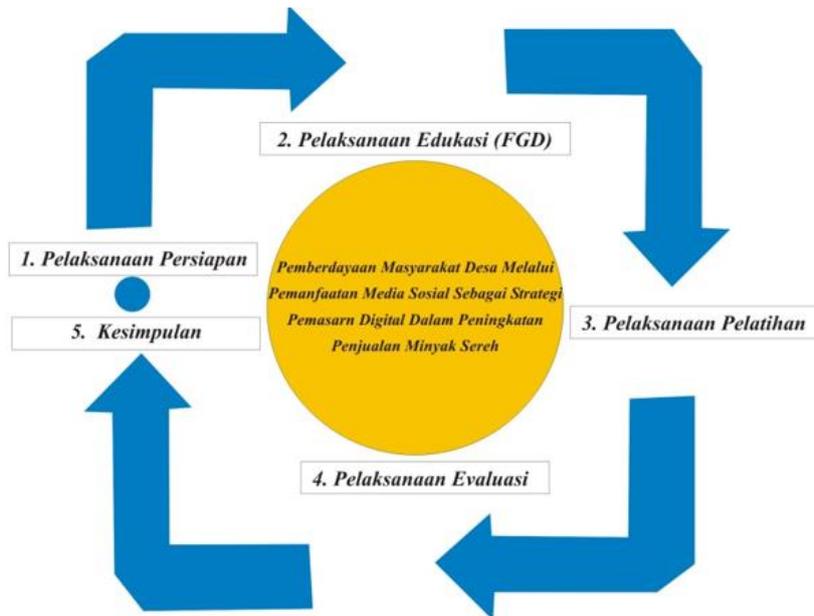
Pengabdian masyarakat adalah suatu bentuk impementasi dari dosen dan mahasiswa di lingkungan masyarakat sebagai mitra dalam menerapkan keilmuan yang sudah di peroleh selama di kampus, Meningkatkan pengetahuan mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat, secara langsung mengidentifikasi dan menangani permasalahan masyarakat serta upaya meningkatkan isi dan bobot pendidikan bagi mahasiswa serta untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih besar bagi pendidikan tinggi (District, 2023). Bagi perguruan tinggi penyelenggaraan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan maksud meningkatkan relevansi pendidikan tinggi dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat akan IPTEK dan Seni untuk melaksanakan pembangunan serta meningkatkan persepsi mahasiswa tentang relevansi antara materi kurikulum di kampus dengan realita pembangunan dalam masyarakat (Tri Ginanjar Laksana, Dian Nurdiansyah, Novanda Alim, 2022).

Dalam meningkatkan pemasaran itu sendiri harus membuat produk dibungkus dengan menarik dan dapat diketahui informasinya dengan berbagai cara, salah satunya melalui iklan di sosial media, sehingga pelanggan tertarik dengan melihat iklan produk itu sendiri (*View of Ecopreneurship Berbasis Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Ibu PKK Desa Gunung Pasir Jaya.Pdf*, n.d.). Teori desain kemasan bahwa desain kemasan secara ideal dibuat dengan mempertimbangkan produk apa ada dalam kemasan dan konsumen yang dituju. Pada label kemasan sendiri bertujuan untuk memperjelas identitas visual produk agar produk mudah dan cepat dikenali. Dengan adanya Iklan yang dikemas dengan lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan dalam suatu produk, hal itu dikarenakan lima detik pandangan pertama sangat menentukan pilihan para konsumen, sehingga penampilan sangatlah penting artinya bagi konsumen di pasaran.

Pemberdayaan masyarakat yang telah dilaksanakan, dalam upaya menggali dan meningkatkan potensi yang dibutuhkan oleh komunitas, tentang pentingnya pengetahuan terkait pemanfaatan teknologi informasi, dan menentukan strategi keberlangsungan penjualan produk minyak sereh di Desa Sekarwangi, selain itu diharapkan terciptanya peningkatan ekonomi masyarakat melalui optimalisasi peran masyarakat dan mengembangkan cara pemasaran produk baru yang kreatif dan inovatif serta berkarakter Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi.

2. Metode Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, melalui Pendekatan dalam deskriptif kualitatif, dimana pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk menjelaskan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena dengan melihat objeknya yaitu proses pemasaran produk minyak sereh, kemudian menggambarkan kondisi saat ini, terkait pemrosesan pengelolaan dan penjualan yang dilakukan oleh Ibu – Ibu PKK Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak, Kabupaten Sukabumi, dimana pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 5 Hari (9 – 13 Oktober 2023), adapun tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat, sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

2.1. Pelaksanaan Persiapan

Pelaksanaan persiapan dilakukan dengan membuat penyusunan materi yang di tuangkan kedalam microsoft power point dengan tema materi pemanfaatan sosial media dalam digital marketing sebagai bahan yang akan disampaikan kepada pelaku UMKM khususnya Ibu – ibu PKK yang berjualan minyak sereh, selanjutnya melakukan koordinasi dan konfirmasi dengan mengunjungi pihak desa sekarwangi dan para ibu – ibu PKK, kemudian dilakukan penyusunan dengan menyusun jadwal pelaksanaan dimana diagendakan pelaksanaan

kegiatan pelatihan, agar kegiatan pelatihan sesuai dengan timeline yang telah disepakati bersama.

2.2. Pelaksanaan Edukasi (FGD)

Memberikan wawasan edukasi kepada Ibu – ibu PKK dalam Forum Group Diskusi yang bertempat di rumah penyulingan minyak sereh Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi, merupakan program edukasi berupa sosialisasi/workshop pelatihan digital marketing yang mana bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya ibu – ibu PKK Desa Sekarwangi terkait pentingnya promosi dan pemasaran produk. Selain itu juga meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam dunia bisnis di era revolusi industri 4.0. peserta pengabdian ini adalah pelaku UMKM. Metode pelaksanaan berupa penyuluhan, presentasi pre dan post-test. Bahan dan alat yang digunakan: ATK, LCD, materi dan produk Minyak Sereh.

2.3. Pelaksanaan Pelatihan

Adapun Proses workshop pelaksanaan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan skill masyarakat dalam membuat iklan promosi untuk memasarkan produk minyak sereh dengan memanfaatkan sosial media digital marketing secara langsung. Proses pelatihan dilengkapi penayangan video pembuatan iklan produk untuk di promosikan sebagai sarana penunjang agar lebih memahami prosesnya. Peserta adalah pelaku UMKM dan Ibu-ibu PKK yang dianggap mampu untuk menerima intervertasi berupa materi dan tahapan-tahapan pelatihan. Metode yang digunakan meliputi presentasi, diskusi dan tanya jawab, praktek.

2.4. Pelaksanaan Evaluasi

Proses pengukuran hasil pengabdian masyarakat dilakukan dalam upaya mengetahui mendeskripsikan capaian pelatihan tingkat pengetahuan mitra dimana pelaksanaan dilakukan selama 5 hari (9 – 13 Oktober 2023). Proses evaluasi dilakukan dengan cara memberikan soal pretest dan postes dari 3 materi, yaitu Pemanfaatan ICT Facebook, ICT Instagram dan ICT Whatsapp Bisnis. Berikut evaluasi tingkat pengetahuan mitra dengan melakukan *pre test* dan *post test*.

Pre test dilakukan dengan dibagikannya soal sebelum pelaksanaan pelatihan, setelah jawaban pretest terkumpul dilanjutkan kegiatan pelatihan dan sebagai evaluasi kegiatan dilakukan *post test*.

Rumus : Skor Pengetahuan = Banyak soal benar x Banyak Partisipasi menjawab benar

Sebelum menentukan tingkat pengetahuan maka, terlebih dahulu dilakukan

$$\% \text{ Skor Pengetahuan} = \frac{\text{Skor Pengetahuan}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Skor Maksimum

Setelah melakukan perhitungan dari data yang diperoleh selanjutnya menentukan hasil interpretasi, diantaranya tingkat pengetahuan kurang dengan nilai prosentase < 56%, tingkat pengetahuan cukup nilai prosentase 56% - 75% dan tingkat pengetahuan baik di rentang prosentase 76% - 100% (Nursalam, 2016).

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan selama 5 hari (9 – 13 Oktober 2023), bertempat di rumah penyulingan minyak sereh, Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi, dimana di ikuti 20 peserta dari UMKM khususnya Ibu – Ibu PKK. Sebelum pelaksanaan kegiatan workshop pelatihan pemanfaatan sosial media sebagai digital marketing untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan minyak sereh, tim pengabdian masyarakat Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan Tim UNLA dan Ubhara Surya melakukan kunjungan dan koordinasi dengan pendekatan survey, observasi dan wawancara guna menentukan akar masalah yang mitra atau masyarakat hadapi. Oleh sebab itu Anggota PKK dan pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam digital marketing untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan minyak sereh. Berikut beberapa uraian pelaksanaan pengabdian :

3.1. Pelaksanaan Persiapan

Persiapan dilakukan oleh Tim Ubhara Jaya, UNLA dan Ubhara Surya dengan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan pengabdian, mulai dari pembukaan dan perizinan untuk melaksanakan program pelatihan di lingkungan Desa Sekarwangi, menyiapkan materi, akomodasi, bahan alat serta sarana prasana yang dibutuhkan saat pengabdian atau pelatihan.



Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Gambar 2. Persiapan Pembukaan dan Perizinan Pengabdian Masyarakat

3.2. Pelaksanaan Edukasi (FGD)

Program edukasi ini berupa pentingnya branding dan digital marketing (Pemasaran, promosi untuk meningkatkan Penjualan Minyak Sereh) dalam bisnis di era revolusi 4.0 dan pelatihan digital marketing. Pembukaan pelatihan digital marketing disajikan pada gambar 3.



Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Gambar 3. Kegiatan Pembukaan Pelatihan *Digital Marketing*

Dokumentasi kegiatan pelatihan *digital marketing strategy* dimana tim pelaksana berinteraksi secara langsung dengan mitra disajikan pada gambar 4.

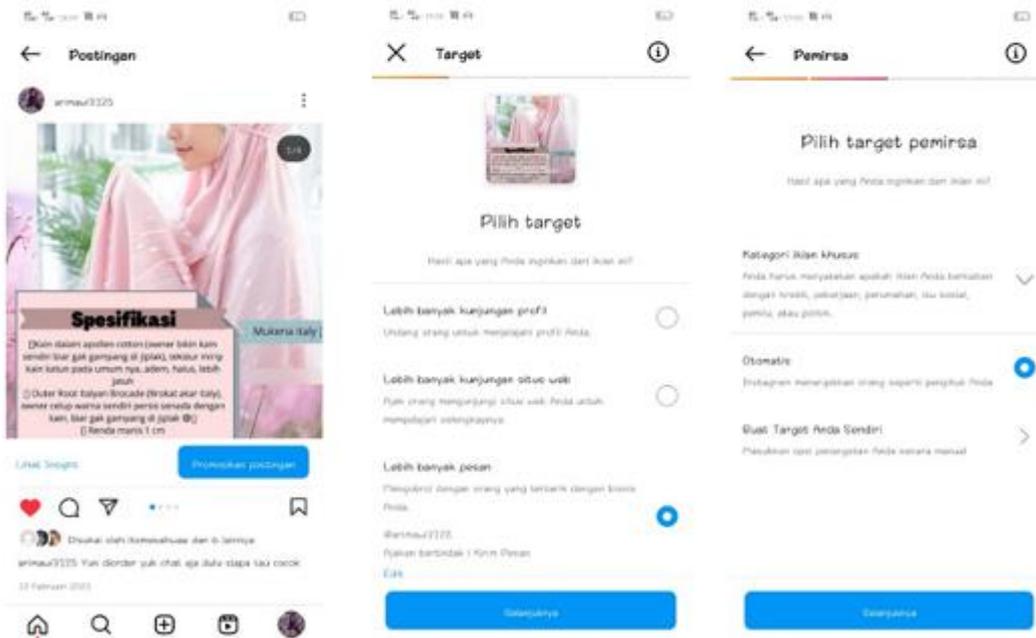


Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

3.3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan berupa praktek cara membuat iklan promosi untuk memasarkan produk minyak serih di platform sosial media. Berikut adalah kegiatan dalam proses pelatihan pembuatan promosi di media Instagram (Gambar 5).



Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Gambar 5. Pembuatan Promosi di Media Sosial Instagram

Pelatihan terkait pembuatan media promosi melalui sosial media Facebook dan Web Whatsapp, hasil tahapan disajikan gambar 6.



Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Gambar 6. Pembuatan Media Promosi Facebook dan Whatsapp

3.4. Pelaksanaan Evaluasi

Dalam mengevaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini, dimulai dengan pengisian pretest untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan awal Ibu-ibu PKK dan Pelaku UMKM terkait promosi dalam membranding produk minyak sereh dengan memanfaatkan sosial media digital marketing strategy dalam memasarkan produk. Kemudian di akhir kegiatan ini adalah pengisian *post test*. Tabel 1 menyajikan hasil *pre* dan *post-test* dalam rangka mengukur tingkat pengetahuan atau pemahaman masyarakat mengenai *digital marketing strategy* dalam pemasaran produk.

Tabel 1. Hasil *Pretest* dan *Posttest*

No	Pertanyaan	Pretest		Pertanyaan	Posttest	
		Jawaban Benar	Jawaban Salah		Jawaban Benar	Jawaban Salah
1	Dibawah ini adalah salah satu media sosial untuk membantu menjual produk secara less contact, kecuali	2	16	Apa yang harus dilakukan untuk membuat user account Instagram?	15	4
2	Siapakah yang membuat Instagram pertama kali ...	5	14	Dalam membantu masyarakat memudahkan koneksi ke internet biasanya menggunakan	12	7
3	Apa yang menjadi fokus utama aplikasi instagram sejak awal ...	2	17	Dibawah ini adalah salah satu media sosial untuk membantu menjual produk secara less contact, kecuali	14	5
4	Kapan Instagram dibeli oleh Meta	3	16	Kemampuan dan karakteristik internet memungkinkan terjadinya proses penjualan less contact disebut juga.....	15	4
5	Apa yang harus dilakukan untuk membuat user account Instagram?	5	14	Apa yang menjadi fokus utama aplikasi Instagram sejak awal...	13	6
6	Media social yang paling menempati rangking ke 1 di dunia, yang banyak digunakan, saat ini yaitu ...	1	18	Siapakah Nama Yang Memberikan Sebuah Materi Mengenai Instagram diselenggarakan hari ini.....	12	7
7	Berikut 4 konten yang dapat digunakan untuk pemasaran secara online melalui media social, kecuali ...	7	12	Apa yang dimaksud dengan user account Instagram?...	10	9
8	Siapakah nama ketua pelaksana Pengabdian masyarakat yang diselenggarakan hari ini...	14	5	Media social yang paling menempati rangking ke 1 di dunia, yang banyak digunakan, saat ini yaitu ...	17	2
9	Apa yang menjadi tahapan pembuatan iklan di Instagram?.....	6	12	Berikut 4 konten yang dapat digunakan untuk pemasaran secara online melalui media social, kecuali ...	18	1
10	Apa yang menjadi inspirasi nama Instagram?.....	9	11	Siapakah nama ketua pelaksana Pengabdian masyarakat yang diselenggarakan hari ini...	16	3
11	Apa yang dimaksud dengan pemasaran digital?	10	9	Apa yang dimaksud dengan pemasaran digital?	17	2
12	Media sosial seperti Facebook dapat digunakan untuk:	10	9	Apa peran utama media sosial seperti Facebook dalam pemasaran digital?	18	1
13	Apa yang dimaksud dengan "Ibu PKK" dalam konteks ini?	10	9	Mengapa penting untuk terus memperbarui strategi pemasaran digital Anda?	13	6
14	Siapakah nama ketua pelaksana Pengabdian masyarakat yang diselenggarakan hari ini...	12	7	Apa yang dimaksud dengan "target" dalam iklan Facebook?	18	1
15	Apa yang dimaksud dengan strategi pemasaran digital?	9	10	Apa yang dapat Anda lakukan untuk terus mengembangkan keterampilan dalam pemasaran digital?	17	2
16	Apa yang dimaksud dengan ROI (Return on Investment) dalam pemasaran digital?	1	18	Apa yang harus Anda lakukan jika Anda menerima komentar negatif atau keluhan	18	1

No	Pertanyaan	Pretest		Pertanyaan	Postest	
		Jawaban Benar	Jawaban Salah		Jawaban Benar	Jawaban Salah
				pelanggan di media sosial Anda?		
17	Media sosial seperti Facebook adalah contoh dari:	2	17	Mengapa penting untuk memiliki kebijakan privasi yang jelas dalam pemasaran digital?	17	2
18	Mengapa pemasaran digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk olahan Ibu PKK?	1	18	Apa yang perlu Anda lakukan untuk menghindari konten yang menjiplak hak cipta orang lain dalam strategi pemasaran digital?	18	1
19	Apa salah satu keuntungan utama dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran tradisional?	12	7	Mengapa penting untuk menjaga kualitas konten dalam pemasaran digital?	18	1
20	Bagaimana Anda dapat mengukur efektivitas kampanye pemasaran di Facebook?	1	18	Apa yang menjadi pesan utama yang ingin Anda sampaikan kepada audiens setelah menyelesaikan pelatihan ini?	16	3
21	Dibawah ini adalah salah satu media sosial untuk membantu menjual produk secara less contact, kecuali	3	17	Siapa Pendiri WhatssApp Busines?	13	6
22	Kemampuan dan karakteristik internet memungkinkan terjadinya proses penjualan less contact disebut juga.....	6	13	Dalam membantu masyarakat memudahkan koneksi ke internet biasanya menggunakan	17	2
23	Undang – undang yang mengatur informasi dan transaksi elektronik (penjualan online), adalah undang undang nomor...	1	18	Dibawah ini adalah salah satu media sosial untuk membantu menjual produk secara less contact, kecuali	16	3
24	Internet kepanjangan dari	2	17	Pada Tahun Berapakah WhatsApp Busines di dirikan?	15	4
25	Dalam membantu masyarakat memudahkan koneksi ke internet biasanya menggunakan	2	17	Undang – undang yang mengatur informasi dan transaksi elektronik (penjualan online), adalah undang undang nomor...	17	2
26	Media social yang paling menempati rangking ke 1 di dunia, yang banyak digunakan, saat ini yaitu ...	3	16	Undang – undang yang mengatur informasi dan transaksi elektronik (penjualan online), adalah undang undang nomor...	18	1
27	Berikut 4 konten yang dapat digunakan untuk pemasaran secara online melalui media social, kecuali ...	4	15	Salah Satu Kelebihan Dari WhatssApp Busines ialah?	16	3
28	Siapakah nama ketua pelaksana Pengabdian masyarakat yang diselenggarakan hari ini...	2	17	Media social yang paling menempati rangking ke 1 di dunia, yang banyak digunakan, saat ini yaitu ...	17	2
29	Perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan ditambah menerapkan protokol kesehatan guna	4	15	Cara Akun Kita Agar Aman Pada Saat Menggunakan WhatssApp Busines, Ada berapakah Langkah Untuk verifikasi ...	18	1

No	Pertanyaan	Pretest		Pertanyaan	Postest	
		Jawaban Benar	Jawaban Salah		Jawaban Benar	Jawaban Salah
	mencegah penularan Covid-19, hal tersebut adalah perubahan perilaku di masa pandemi, kunci untuk, kecuali.....					
30	Siapakah Nama Yang Memberikan Sebuah Materi Mengenai WhatsApp Bisnis diselenggarakan hari ini...	2	17	Awal Munculnya ide membuat WhatsApp Bisnis dan kum sedang melakukan?	16	3
	Skor	151	419	Skor	475	95
	Skor Maximal (Jumlah Soal x Jumlah Peserta) = 30 x 19			570		

Sumber: Hasil Pelaksanaan (2023)

Berdasarkan tabel 1. Dapat di simpulkan bahwa hasil data yang didapatkan di atas, skor pretest sebanyak 151 dan skor posttest sebanyak 475. Sedangkan jika dilihat dalam bentuk persen, skor pretest sebesar 26,4% dan skor posttest sebesar 83,3%. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengetahuan mengenai digital marketing pemasaran produk minyak sereh masyarakat Desa Sekarwangi itu kurang, yang dapat dilihat dari hasil pretest yang kurang baik, sedangkan setelah mengikuti pelatihan digital marketing, pengetahuan masyarakat meningkat sebanyak 56,8 % yang dapat dikatakan cukup baik.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat selama 5 (lima) hari (9 – 13 Oktober 2023), dimulai dari identifikasi awal diketahui bahwa kebutuhan akan peningkatan pemasaran produk minyak sereh membutuhkan pemanfaatan sosial media (Digital Marketing). Diketahui bahwa masih banyak produk yang di promosikan dan dijual secara offline tanpa bantuan teknologi. Dengan demikian, upaya yang dilakukan adalah dengan pendidikan kewirasusahaan dalam berbisnis online dan pelatihan penggunaan teknologi dalam pemasaran produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat menyambut positif kegiatan ini, yang memberikan manfaat dan inspirasi, sehingga mereka memiliki rencana tindak lanjut untuk mempromosikan dan menjual minyak sereh secara online. Masyarakat mengharapkan kedepannya ada keberlanjutan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi yang saat ini, merupakan masa pemulihan ekonomi masyarakat setelah pandemi Covid-19 Tahun 2022.

Ucapan Terima Kasih

Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada LPPMP Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai pihak yang telah memberikan bantuan dana dalam bentuk hibah Pengabdian Masyarakat untuk pelaksanaan kegiatan ini, dan juga kami ucapkan terimakasih atas kerjasamanya kepada Kepala Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi, serta masyarakat dan jajarannya yang telah berpartisipasi sebagai pihak mitra

dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, sehingga program Pengabdian Masyarakat ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Anggelia, N., & Sulaeman, P. (2023). *Pengaruh Digital Marketing dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hyde Beauty Skincare di Kabupaten Karawang*. 3, 8271–8279.
- Budiwitjacksono, G. S., Rachmawan, A. S., & ... (2022). Pengembangan Pemasaran Online Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Umkm Di Kelurahan Bongkaran. *PATIKALA: Jurnal ...*, 1(4), 332–341.
- Candra, A. I., Gunarto, A., & Candra, A. I. (2021). Digital Marketing Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat, Volume 5 N, 2–7*.
- District, B. (2023). *Pelabelan dan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Briket Tongkol Jagung di Desa Tegaloreja Kecamatan Banjarharjo*. 1(1), 37–44.
- Hermita, N., Yogi Riyantama Isjoni, M., Hainul Putra, Z., Alpusari, M., Alexander Alim, J., Agung Assyafi, P., Muhamad Islami, H., Rivaldo, N., Yuliana Anita, N., Suriyani, N., Afra Rulya, G., Sophie Anggini, M., Latifa, T., & Sulistyaningsih, A. (2022). Strategi pemasaran digital sebagai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Air Dingin Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat*, 4, 2021–2032.
- Minggu, A. M., Manu, C. D., Christiani, Y. N., Kristen, U., & Wacana, A. (2023). *Pendampingan Pembukuan Sederhana dan Inovasi Produk Pangan Lokal bagi Ibu-Ibu di Desa Oinlasi*. 8(1), 18–25.
- Putri, N. V, Listyani, I., & Rahmawati, Z. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lembaga Global English Pare. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2).
- Tri Ginanjar Laksana, Dian Nurdiansyah, Novanda Alim, D. (2022). Peningkatan Pemasaran Produk Less Contact di Desa Wisata Adiluhur Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal of the Japan Welding Society*, 91(5), 328–341. <https://doi.org/10.2207/jjws.91.328>
- View of Ecopreneurship Berbasis Digital Marketing untuk Meningkatkan Pendapatan Ibu PKK Desa Gunung Pasir Jaya.pdf*. (n.d.).
- Wijayanti, A. R., & Nur, D. I. (2023). *Penerapan Branding Dan Digital Marketing Guna Pengembangan Umkm Kelurahan Klampok Kota Blitar*. 02(01), 10–17.