



LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

SKEMA PENDANAAN:

PENGABDIAN PADA MASYARAKAT TERPADU (PPMT)

PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI *MARKETING* DAN *BRANDING* UMKM INDAH JAYA DIGELAN 2

Bidang Prioritas Renstra pengabdian:

RIP-06: Industri, Transportasi, dan Teknologi Informasi

Topik PPMT:

06.15: Implementasi hasil riset lain terkait industri, transportasi, dan teknologi informasi

Pengusul :

- | | | | |
|----|-----------------------|------------------|-------------------------|
| 1. | Dimas Sasongko, M.Eng | NIDN 0602058502 | Teknik Informatika (S1) |
| 2. | Intan Rahma Putri W | NPM 16.0504.0025 | Teknik Informatika (S1) |
| 3. | Vivi Nur Alfiani | NPM 16.0504.0022 | Teknik Informatika (S1) |
| 4. | Sasqia Dyah Qiranti | NPM 16.0504.0016 | Teknik Informatika (S1) |
| 5. | Riski Sinta Sari | NPM 16.0504.0018 | Teknik Informatika (S1) |
| 6. | Pramania Elka Allafa | NPM 16.0504.0030 | Teknik Informatika (S1) |

Dokumen ini merupakan bukti kinerja pemenuhan Sistem Penjaminan Mutu PkM Universitas Muhammadiyah Magelang

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Standar hasil | <input type="checkbox"/> Standar pelaksana pengabdian |
| <input type="checkbox"/> Standar isi | <input type="checkbox"/> Standar sarana dan prasarana |
| <input checked="" type="checkbox"/> Standar proses | <input type="checkbox"/> Standar pengelolaan |
| <input type="checkbox"/> Standar penilaian | <input type="checkbox"/> Standar pembiayaan |

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
Tahun 2020

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

1.	a.	Judul PPMT	: Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> Sebagai Strategi <i>Marketing</i> Dan <i>Branding</i> UMKM Indah Jaya Digelan 2
	b.	Bidang Renstra	: Industri, Transportasi, dan Teknologi Informasi
	c.	Topik Renstra	: Implementasi hasil riset lain terkait industri, transportasi, dan teknologi informasi
2.	Ketua pelaksana		
	a.	Nama lengkap dan gelar	: Dimas Sasongko, S.Kom., M.Eng.
	b.	URL Sinta	: .
	c.	Jenis kelamin	: Laki-laki
	d.	Golongan/Pangkat/NIP/NIS	: Penata Muda Tk. 1 / IIIb
	e.	Jabatan fungsional	: Tenaga Pengajar
	f.	Fakultas/program studi	: Teknik Informatika S1
3.	Alamat ketua pelaksana		: Turi Rt.29 Rw.02, Guworejo, Karangmalang, Kabupaten Sragen
4.	Jumlah anggota pelaksana		: 5 orang
5.	Nama dan NPM Anggota Pelaksana		: a. Intan Rahma Putri W/16.0504.0025 b. Vivi Nur Alfiani/16.0504.0022 c. Sasqia Dyah Qiranti/16.0504.0016 d. Riski Sinta Sari/16.0504.0018 e. Pramania Elka Allafa/16.0504.0030
6.	Lokasi PPMT		: Industri Makaroni Indah Jaya, Digelan 2, Soropadan, Pringsurat, Temanggung
7.	Lama PPMT		: 3 bulan
8.	Biaya yang diperlukan		
	a.	Iuran Mahasiswa	: Rp. 3.372.500
JUMLAH			: Rp. 3.372.500

Mengetahui/menyetujui
Dekan Fakultas Teknik,

Magelang, 10 Juli 2020
Ketua Pelaksana,



Yun Arifatul Fatimah, S.T., M.T., Ph.D
NIK: 987408139

Dimas Sasongko, S.Kom., M.Eng.
NIDN. 0602058502



Mengesahkan

10 Juli 2020 P3M

E.R. S.Kp., M.Kes.

NIK: 937008062

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Analisis situasi.....	1
1.2. Luaran Kegiatan	2
1.3. Manfaat Kegiatan	2
BAB 2. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN	4
2.1. Jumlah dan Profil Masyarakat Sasaran.....	4
2.2. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Sasaran.....	4
2.3. Kondisi dan Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran	4
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	6
3.1. Lokasi Kegiatan	6
3.2. Metode Penyelesaian Masalah.....	6
3.3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan	6
BAB 4. HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	8
4.1. Pelatihan.....	8
4.2. Pendampingan.....	12
BAB 5. PENUTUP	13
5.1. Simpulan	13
5.2. Saran	13
DAFTAR PUSTAKA	14
Lampiran 1. Susunan organisasi dan pembagian tugas tim pelaksana	15
Lampiran 2. Surat Kesediaan Mitra	18
Lampiran 3. Peta Lokasi Wilayah dari Kampus UMMagelang.....	19
Lampiran 4. Publikasi Surat Kabar	20
Lampiran 5. Publikasi Artikel Ilmiah	20
Lampiran 6. Foto Kegiatan	21
Lampiran 7. Link Video Youtube.....	24

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis situasi

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Purwana dkk., 2017).

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan *feedback* dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat (Hendriadi dkk., 2019).

Dusun Digelan 2 terletak di Desa Soropadan, Kecamatan Pringsurat, Kabupaten Temanggung. Dusun ini terdiri dari sekitar 500 jiwa penduduk yang rata-rata yang bermatapencaharian sebagai pekerja pabrik. Beberapa diantaranya juga mendirikan usaha mandiri diantaranya adalah industri Indah Jaya yang terkenal dengan produk makaroninya.

Industri Indah Jaya menjual makaroni dengan rasa original dan pedas yang diberi nama Makaroni Bajak Laut. Penjualan industri Indah Jaya selama ini mengharuskan konsumen yang ingin memesan atau membeli produk untuk datang langsung ke lokasi atau memesan lewat *whatsapp* untuk melihat produk yang akan dibeli. Solusi dari masalah yang dihadapi oleh industri Indah Jaya adalah membuat akun sosial media atau *marketplace* untuk memudahkan dalam memesan dan melihat detail produk serta harga produk yang akan dipesan atau

dibeli. Akun sosial media dan *marketplace* ini juga mempermudah konsumen yang berada di luar daerah, agar konsumen tidak perlu repot untuk datang ke lokasi untuk membeli atau memesan produk yang ada pada industri Indah Jaya. Dengan adanya pelatihan tentang bagaimana memasarkan suatu produk lewat media sosial dan *marketplace* didapatkan juga ilmu tentang bagaimana kemasan dan ajakan yang menarik minat konsumen. Dengan adanya pelatihan ini pula, masyarakat dapat lebih mengenal kemajuan teknologi dan dapat menggunakannya dengan sebaik mungkin dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dengan adanya akun sosial media atau *marketplace* dapat mengedukasi masyarakat untuk lebih mengenal teknologi dalam dunia pemasaran. Dan adanya kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen.

1.2. Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan PPMT terdiri dari luaran yang meliputi:

- a. Laporan akhir
- b. Artikel ilmiah yang disubmit dalam **JURNAL PANGABDHI** (Lembaga Penelitian dan pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Trunojoyo Madura) Terakreditasi Sinta 5.
- c. Publikasi kegiatan di media massa cetak **Jawa Pos** terbit **9 Juni 2020**.
- d. Video kegiatan yang dipublikasi di Instagram, Facebook, dan Youtube.

1.3. Manfaat Kegiatan

- a. Potensi sosial dan ekonomi

Industri Indah Jaya dapat memanfaatkan sosial media dan *marketplace* untuk menjual hasil produksi. Sosial media dan *marketplace* akan memudahkan konsumen dalam melihat detail produk, melihat harga produk, dan melakukan pemesanan.

- b. Nilai tambah dari sisi IPTEKS

Nilai tambah dari sisi IPTEKS secara langsung dapat diterapkan dalam dunia pemasaran. Pihak industri Indah Jaya akan lebih menambah pengetahuan dalam bidang Teknologi Informasi (TI) khususnya pemahaman tentang sosial media dan *marketplace*.

c. Dampak manfaat

Mempromosikan produk tradisional, menambah devisa pihak industri, meningkatkan kemampuan teknologi pihak industri dalam hal pemasaran produk. Dengan memiliki sosial media dan *marketplace* diharapkan dapat meningkatkan *brand image* industri UMKM Indah Jaya sehingga hasil produk dapat dikenal luas.

d. Nilai tambah bagi UMMagelang

Dengan kegiatan PPMT di industri UMKM Indah Jaya tentunya menghasilkan nilai tambah bagi UMMagelang diantaranya:

- Bertambahnya keterampilan mahasiswa dan dosen
- Lebih dikenalnya UMMagelang di masyarakat luas
- PPMT sebagai salah satu pendukung program akreditasi kampus

BAB 2. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1. Jumlah dan Profil Masyarakat Sasaran

Industri UMKM Indah Jaya Digelan 2, merupakan salah satu industri rumahan yang terletak di Kecamatan Pringsurat, Kabupaten Temanggung, Provinsi Jawa Tengah. Dalam produksi Makaroni Bajak Laut, setiap bulan Industri Indah Jaya menghabiskan sekitar 2 ton makaroni mentah.

2.2. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Sasaran

Industri Indah Jaya Digelan 2 memiliki beberapa jenis camilan, misalnya, makaroni dan camilan ringan sejenis. Setiap jenis produk memiliki rasa yang berbeda. Makaroni dengan rasa original dan pedas. Kendala yang dihadapi pada Industri Indah Jaya ini adalah pemasaran yang masih mencakup wilayah Soropadan dan sekitarnya. Industri Indah Jaya masih menggunakan metode pemasaran tradisional dan melalui *Whatsapp*. Diharapkan dengan adanya pemasaran menggunakan *Digital Marketing* seperti memanfaatkan media sosial Instagram dan Facebook dan melalui *marketplace* Shopee dapat membantu memudahkan pemasaran dan pemesanan sehingga dapat lebih berkembang.

2.3. Kondisi dan Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

a. Aspek Fisik

Untuk kondisi tempat dan infrastruktur yang dipakai untuk industri Indah Jaya Digelan 2 ini sudah memadai. Dari segi tempat sudah cukup bersih dan layak untuk dijadikan tempat industri rumahan. Sehingga yang datang ke tempat produksi menjadi nyaman.

b. Aspek Sosial

Kondisi dan potensi yang ada pada industri Indah Jaya dusun Digelan 2 bila ditinjau dari segi aspek sosialnya dapat digambarkan dalam jumlah penduduk sekitar 550 orang dengan kondisi latar belakang sosial budaya yang berbeda.

c. Aspek Ekonomi

Bagi industri Indah Jaya dapat meningkatkan jumlah pemesanan dan pemasaran produk.

d. Aspek Lingkungan

Dusun Digelan 2 adalah dusun yang mayoritas penduduknya beragama islam. Angka kriminalitas sangat rendah dan masyarakat ramah terhadap tamu dari luar dusun maupun desa, sehingga menjadikan dusun Digelan 2 khususnya industri Indah Jaya menjadi tempat untuk para tengkulak mengambil pesanan.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN

3.1. Lokasi Kegiatan

Indah Jaya Digelan 2, Soropadan, Pringsurat, Temanggung, Jawa tengah 56272.

3.2. Metode Penyelesaian Masalah

Metode penyelesaian masalah dalam program PPMT dalam bidang Industri, Transportasi, dan Teknologi Informasi di industri Indah Jaya Digelan 2 dengan metode penyelesaian berupa:

a. Pelatihan

1. Pelatihan pengenalan *Packaging* dan *Branding*.

Pelatihan terkait pengemasan dan merk.

2. Pelatihan cara pengambilan gambar produk.

Pelatihan terkait cara pengambilan gambar untuk produk yang akan di pasarkan.

3. Pelatihan sosial media dan postingan produk

Pelatihan terkait sosial media, sosial media untuk sarana pemasaran sebuah produk, dan cara memposting dan memberi *caption* yang menarik.

4. Pelatihan *marketplace* dan postingan produk

Pelatihan terkait *marketplace*, *marketplace* untuk sarana pemasaran sebuah produk, dan cara memposting dan memberi *caption* yang menarik.

5. Pelatihan metode kirim barang dan terima orderan

Pelatihan terkait bagaimana menerima orderan serta metode pembayarannya, mengirim barang melalui jasa antar paket.

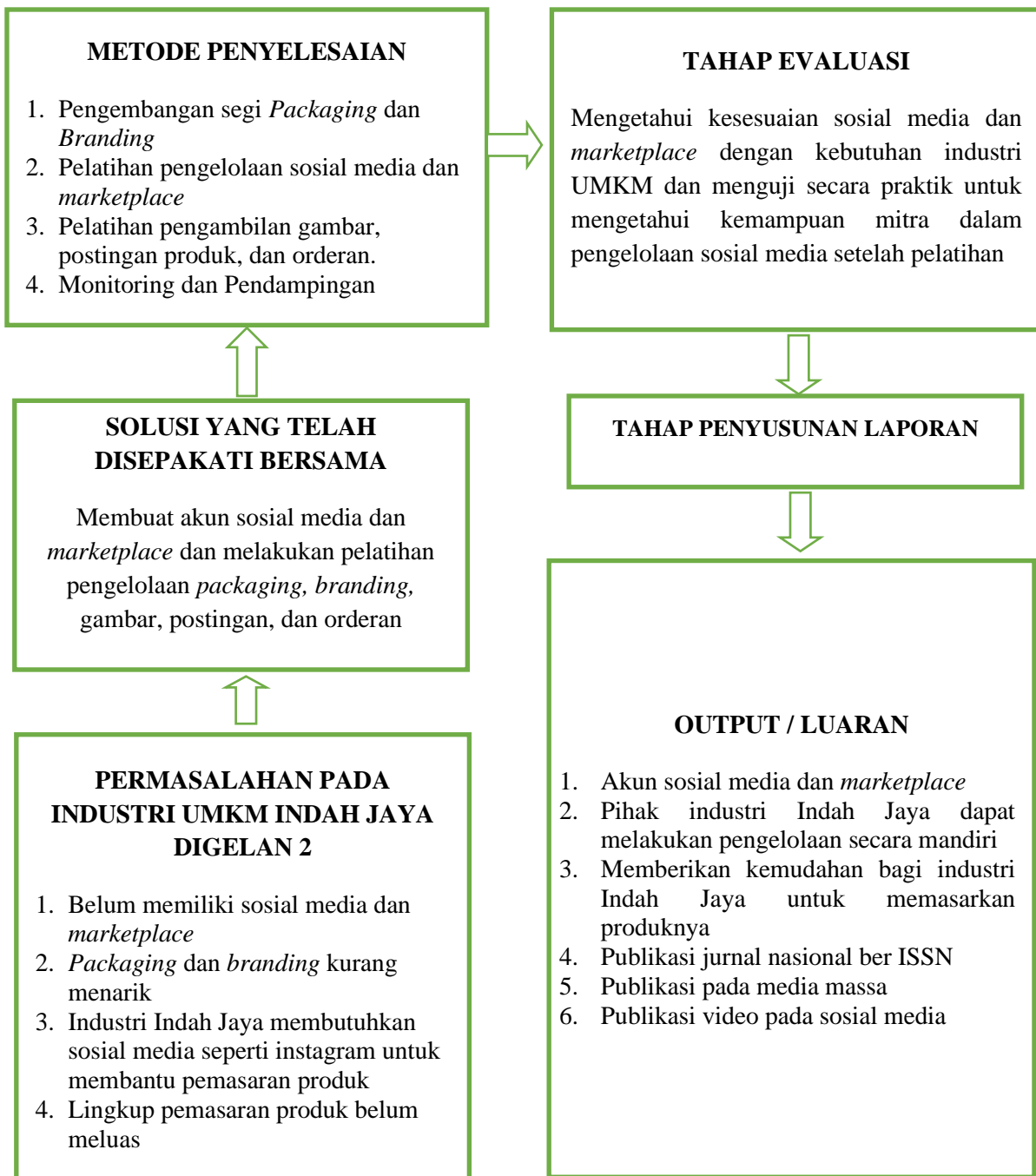
b. Pendampingan

Pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan baik dari segi pembuatan akun social media dan *marketplace*, postingan produk, *packaging* dan *branding*, serta menerima orderan dan mengirim barang. Pendampingan dilaksanakan selama 24 jam yang diwujudkan dalam 8 kali pendampingan.

3.3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pada pengabdian masyarakat yang dilaksanakan menggunakan metode transfer ilmu pengetahuan kepada mitra melalui pelatihan

dan pendampingan. Pendampingan dan pelatihan dilakukan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman dasar-dasar pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran hingga sampai mitra mampu melakukan pemanfaatan secara berkelanjutan. Berdasar pada analisis situasi, kondisi obyektif yang ada pada mitra, dan solusi yang disepakati bersama, maka pendekatan masalahnya disajikan dalam Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1. Flowchart Tahapan Kegiatan Pengabdian

BAB 4. HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

Kegiatan PPMT di Dusun Digelan II berlangsung sejak tanggal 30 Januari 2020 sampai dengan 21 April 2020. Beberapa program kerja yang dilakukan diantaranya perancangan *packaging*, *rebranding*, inovasi pada produk, selanjutnya *marketing*. Proses pemilihan prioritas permasalahan ini tentunya berangkat dari hasil wawancara secara mendalam bersama dengan mitra dan analisis terkait kemungkinan yang ada dan bisa dilaksanakan secara maksimal sesuai kebutuhan mitra. Berikut ini adalah serangkaian hasil dari kegiatan yang dicapai oleh kelompok PPMT Desa Digelan II:

4.1. Pelatihan

a. Pelatihan pengenalan packaging dan branding

Packaging yang menarik tentu akan meningkatkan minat pembeli, dengan menganalisa kebutuhan dan kesesuaian produk dicapailah re-packaging dengan anggaran biaya yang lebih hemat dan juga lebih efisien. Tak luput juga branding yang ingin diperbaharui oleh mitra, selanjutnya diadakan pendampingan dalam re-branding produk yang tentunya lebih menarik dari yang sebelumnya. Timeline dan dokumentasi kegiatan pelatihan pengenalan packaging dan branding seperti yang terlihat pada Tabel 4.1 dan Gambar 4.1.

Tabel 4.1 Timeline Kegiatan Pelatihan Pengenalan Packaging dan Branding

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Waktu
1.	Senin, 23-03-2020	Mendatangi lokasi mitra untuk diskusi tentang logo serta kemasan produk yang sedang digunakan serta memberi pelatihan tentang pengenalan packaging dan branding.	09.00 – 14.00 (5 jam)



Gambar 4.1 Diskusi Packaging dan Branding

b. Pelatihan cara pengambilan gambar produk

Mitra didampingi dalam pelatihan dalam pengambilan gambar produk. Hal ini tentu sangat diperlukan mengingat dalam dunia digital marketing tentu sebuah gambar dari suatu produk adalah hal yang vital, gambar yang sesuai kenyataan produk akan menambah nilai tersendiri. Timeline dan dokumentasi kegiatan pelatihan cara pengambilan gambar produk seperti yang terlihat pada Tabel 4.2 dan Gambar 4.2.

Tabel 4.2 Timeline Kegiatan Pelatihan Cara Pengambilan Gambar Produk

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Waktu
1.	Selasa, 21-04-2020	Pelatihan cara pengambilan gambar produk yang baik dan benar	13.00 – 15.00 (2 jam)



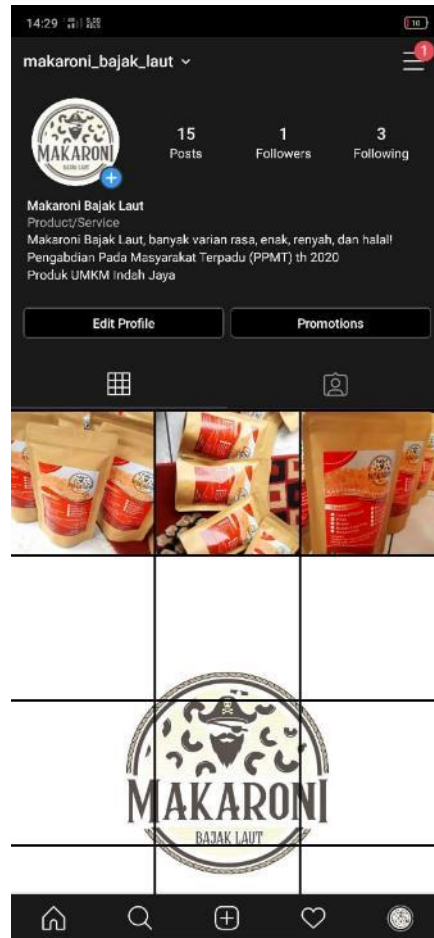
Gambar 4.2 Hasil Pelatihan Pengambilan Foto Produk

c. Pelatihan sosial media dan postingan produk.

Mitra diberi pengetahuan terkait sosial media yang tentu sangat diperlukan dalam digital marketing. Sosial media populer digunakan karena selain user friendly tentu mudah dalam penggunaannya. Selanjutnya mitra didampingi dalam pembuatan akun sosial media. Juga bagaimana cara memposting suatu produk dengan gambar yang diambil dengan metode yang baik, serta caption yang menarik untuk diposting di akun sosial media. Timeline dan dokumentasi kegiatan pelatihan social media dan posting produk seperti yang terlihat pada Tabel 4.3 dan Gambar 4.3.

Tabel 4.3 Timeline Kegiatan Pelatihan Sosial Media dan Posting Produk

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Waktu
1.	Senin, 13-04-2020	Pelatihan cara mengelola social media serta posting produk	09.00 – 12.00 (3 jam)



Gambar 4.3 Hasil Pelatihan Sosial Media dan Posting Produk

d. Pelatihan marketplace dan postingan produk

Mitra diberi pengetahuan tentang marketplace, dan ditentukan marketplace yang populer dan juga user friendly bagi mitra agar dalam memasarkan produknya bisa lebih mudah. Timeline kegiatan pelatihan marketplace seperti yang terlihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Timeline Kegiatan Pelatihan Marketplace dan Posting Produk

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Waktu
1.	Senin, 13-04-2020	Pelatihan cara mengelola marketplace serta posting produk	12.00 – 15.00 (3 jam)

e. Pelatihan metode kirim barang dan terima orderan

Selain menggunakan metode yang sudah dipakai oleh mitra, juga diperkenalkan metode baru dalam proses kirim barang dan terima orderan. Karena jika tetap menggunakan metode lama, tentu akan merepotkan mitra,

juga ketertarikan pembeli jika terdapat metode yang lebih mudah tentu menggunakan metode baru tersebut. Timeline kegiatan pelatihan metode kirim barang dan terima orderan seperti yang terlihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Timeline Kegiatan Pelatihan Metode Kirim Barang dan Terima Orderan

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan	Waktu
1.	Senin, 20-04-2020	Pelatihan metode kirim barang dan terima orderan	10.00 – 13.00 (3 jam)

4.2. Pendampingan

Pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan baik dari segi pembuatan akun social media dan marketplace, postingan produk, packaging dan branding, serta menerima orderan dan mengirim barang. Pendampingan dilaksanakan selama 24 jam yang diwujudkan dalam 8 kali pendampingan. Hasil dari pendampingan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat seperti yang terlihat pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Hasil Kegiatan Pendampingan Pengabdian Kepada Masyarakat

BAB 5. PENUTUP

5.1 Simpulan

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) merupakan salah satu program dari Universitas Muhammadiyah Magelang sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengabdikan di masyarakat. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan mahasiswa dapat berperan juga beradaptasi secara aktif di dalam masyarakat. Diuraikan pelaksanaan kegiatan PPMT 2020 yang dilaksanakan di Dusun Digelan 2, Soropadan, Pringsurat, Temanggung selama kurang lebih 3 bulan ini telah telaksana 4 program kerja yaitu perancangan packaging, rebranding, inovasi pada produk, dan marketing. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital ini menjadi harapan bagi UMKM untuk mengembangkan strategi pemasaran mereka. UMKM dapat menggunakan media sosial dan marketplace sebagai sarana digital marketing.

5.2 Saran

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala yang dihadapi contohnya adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya digital marketing, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial dan marketplace yang baik. Saran yang dapat disampaikan oleh kelompok Pengabdian kepada Masyarakat adalah pelatihan-pelatihan tersebut perlu lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman tentang digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengelola akun media sosial dan marketplace dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriadi, A. A., Padilah, T. N., & others. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika*, 4(2).
- 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)*, 1(1), 1–17.

Lampiran 1. Susunan organisasi dan pembagian tugas tim pelaksana

No	Nama/NIDN/NIM (termasuk mahasiswa)	Prodi asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu Per-minggu	Uraian Tugas
1	Dimas Sasongko /0602058502	Teknik Informatika (S1)	Informatika	25 Jam	<ul style="list-style-type: none"> - Pemetaan masalah mitra - Mengorganisasikan rencana pelaksanaan pengabdian - Perancangan pembuatan sosial media dan <i>marketplace</i> - Perancangan pelaksanaan pelatihan - Perancangan pembuatan modul pelatihan - Menyusun laporan akhir
2	Intan Rahma Putri W 16.0504.0025	Teknik Informatika (S1)	Informatika	25 Jam	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu pembuatan akun sosial media - Membantu pelatihan pemasaran - Membantu penulisan artikel ilmiah - Membantu menyusun laporan akhir
3	Vivi Nur Alfiani 16.0504.0022	Teknik Informatika (S1)	Informatika	25 Jam	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu persiapan

					<ul style="list-style-type: none"> pelatihan - Membantu pelatihan menambahkan produk di akun sosial media atau <i>marketplace</i> - Membantu penulisan berita media massa - Membantu menyusun laporan akhir
4	Sasqia Dyah Qiranti 16.0504.0016	Teknik Informatika (S1)	Informatika	25 Jam	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu pembuatan modul pelatihan - Membantu pelatihan <i>packaging</i> dan <i>branding</i> - Membantu membuat video pengabdian - Membantu menyusun laporan akhir
5	Riski Sinta Sari 16.0504.0018	Teknik Informatika (S1)	Informatika	25 Jam	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu pembuatan akun <i>marketplace</i> - Membantu pelatihan pengenalan <i>packaging</i> dan <i>branding</i> - Membantu membuat video pengabdian - Membantu

					menyusun laporan akhir
6	Pramania Elka Allafa 16.0504.0030	Teknik Informatika (S1)	Informatika	25 Jam	<ul style="list-style-type: none">- Membantu pembuatan modul pelatihan- Membantu pelatihan pengambilan gambar produk- Membantu membuat video pengabdian- Membantu menyusun laporan akhir

Lampiran 2. Surat Kesediaan Mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA MITRA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama : Mintarti
2. Jabatan : Pemilik
3. UMKM : Indah Jaya
4. Alamat : Dusun Digelan 2, Desa Soropadan, Kecamatan Pringsurat, Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah 56272.

Menyatakan bersedia untuk kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan Program Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT), guna implementasi dan pelatihan *Digital Marketing* industri makaroni di UMKM Indah Jaya, dengan :

1. Nama Ketua Pengusul : Dimas Sasongko, S.Kom., M.Eng.
2. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Magelang

Selanjutnya menyatakan bersedia untuk berpartisipasi dalam kegiatan PPMT tersebut. Bersama ini pula, kami menyatakan bahwa sebenarnya bahwa diantara Mitra dengan Pelaksana Kegiatan Program tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun.

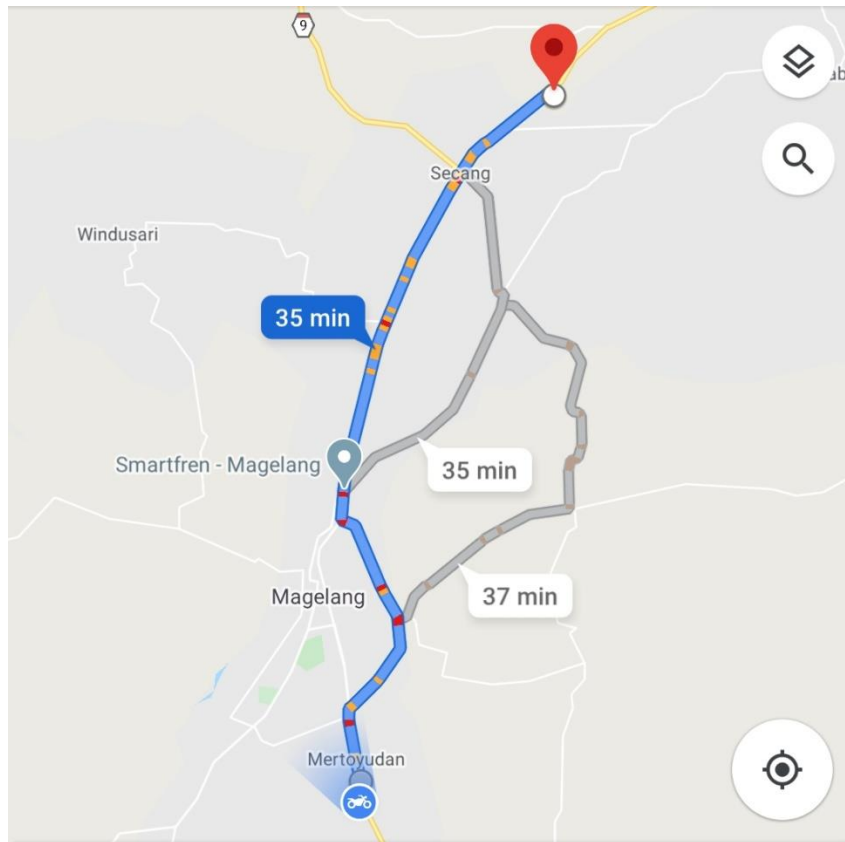
Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggungjawab tanpa ada unsur paksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Magelang, 26 Februari 2020



Mintarti

Lampiran 3. Peta Lokasi Wilayah dari Kampus UMMagelang



Lampiran 4. Publikasi Surat Kabar

Digital Marketing Bantu UMKM

MAGELANG, Radar Kedu-Dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang (UMMagelang) melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) di Dusun Digelan 2 Desa Soropadan Kecamatan Pringsurat Kabupaten Temanggung. Tim pengabdian dipimpin Dimas Sasongko SKom MEng selaku dosen pembimbing. Sementara anggota tim adalah Intan Rahma Putri, Riski Sintasari, Pramanja Elka Allafa, Sasqia Dyah Qiranti dan Vivi Nur Alfiani yang semuanya merupakan mahasiswa Program Studi S1 Teknik Informatika.

Dalam kegiatan ini tim pengabdian menerapkan pemanfaatan *Digital Marketing* untuk membantu UMKM macaroni goreng merek Bajak Laut milik Minarti. Pemanfaatan teknologi di era modern ini memberi dampak positif untuk membantu penjualan sebuah produk melalui *Digital Marketing*, apalagi dengan adanya pandemi covid19, promosi dan penjualan ke konsumen hanya bisa dilakukan secara *online*.

Dalam pendampingan tersebut tim pengabdian menggelar pelatihan digital marketing. Pelatihan itu diantaranya pembuatan desain logo, desain stand banner, cara memfoto dan mengedit produk agar menarik dan juga tata cara penggunaan di media sosial Instagram, Facebook, dan Shopee untuk mempromosikan produk. "Makaroni Bajak Laut belum dipromosikan melalui media sosial, sehingga dengan adanya program pengabdian berupa penerapan *Digital Marketing*, produk makaroni Bajak Laut dapat lebih dikenal orang banyak melalui media sosial dan dapat menjangkau konsumen lebih luas," kata Intan Rahma Putri. (ima/sct/ton)

PROMOSI PRODUK: Tim PPMT UMMagelang yang terdiri dari dosen dan mahasiswa menggelar pengabdian masyarakat di Dusun Digelan 2 Desa Soropadan Kecamatan Pringsurat Kabupaten Temanggung.



Lampiran 5. Publikasi Artikel Ilmiah

Home > User > Author > **Active Submissions**

Active Submissions

ACTIVE ARCHIVE

ID	MM-DD SUBMIT	SEC	AUTHORS	TITLE	STATUS
7809	07-06	ART	Sasongko	DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI MARKETING UMKM...	Awaiting assignment

1 - 1 of 1 Items

Lampiran 6. Foto Kegiatan

Menganalisa kemasan produk dan logo yang lama



Beberapa produk yang dikelola oleh mitra



Salah satu kemasan produk yang lama



Proses pencampuran bumbu inovasi rasa



Proses pengemasan produk



Hasil kemasan produk baru makaroni bajak laut indah jaya dagelan II



Lampiran 7. Link Video Youtube

<https://youtu.be/pm-BYKwq5io>

<https://youtu.be/zvNIxzn8vB8>