

## Implementasi Teknologi Pemasaran Digital dan Peningkatan Kualitas Produk Pengusaha Gula Aren di Desa Makasili

### Implementation of Digital Marketing Technology and Improving the Product Quality of Palm Sugar Entrepreneurs in Makasili Village

Tirsa Julianti Saruan<sup>1</sup>, Anggela A. Adam<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sains dan Teknologi, <sup>2</sup>Manajemen Bisnis dan Komunikasi

Universitas Sariputra Indonesia Tomohon

Jln. Perlombaan No. 399 Kel. Kakaskasen, Tomohon, Indonesia

[saruantirsa@unsrittomohon.ac.id](mailto:saruantirsa@unsrittomohon.ac.id); [anggelaadam89@unsrittomohon.ac.id](mailto:anggelaadam89@unsrittomohon.ac.id)

correspondence: [saruantirsa@unsrittomohon.ac.id](mailto:saruantirsa@unsrittomohon.ac.id)

Received: 28/03/2023

Revised: 15/08/2023

Accepted: 10/10/2023

DOI: <https://doi.org/10.25170/mitra.v7i2.4328>

Citation: Saruan, T.J. & Adam, A.A. (2023). Implementasi teknologi pemasaran digital dan peningkatan kualitas produk pengusaha gula aren di Desa Makasili. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 171-183. <https://doi.org/10.25170/mitra.v7i2.4328>

#### ABSTRACT

Digital marketing is an effective and efficient marketing strategy that attracts consumers to get to know the products and services offered. Makasili Village is a village where one of the livelihoods is palm sugar entrepreneurs. The community makes palm sugar a source of income, but the income from selling palm sugar is still mediocre. This service aims to increase knowledge of operating digital marketing and improve the quality of palm sugar products to increase partner income. Partners in the implementation of community service, namely two palm sugar entrepreneurs. The methods used are (1) outreach, (2) implementation of digital marketing technology, and product quality improvement training. Based on the analysis of increasing skills in improving product quality by as much as 90%. Furthermore, after being given training and assistance on the use of digital marketing, 95% thought digital marketing was beneficial. The provision of knowledge about business management was known to have increased by 100%. Then, after receiving training and assistance, sales of palm sugar experienced an increase in the amount of production, namely from 24kg to 47kg, converted in percent by 95.83%. They experienced an increase in income of 187.9%, with an initial selling price of 17,000 to 25,000. It was concluded that there had been an increase in income after receiving training supported by sales using digital marketing.

**Keywords:** digital marketing; palm sugar; product quality

#### ABSTRAK

Pemasaran digital merupakan strategi yang efektif dan efisien dalam memasarkan dan menarik konsumen untuk mengenal produk dan jasa yang ditawarkan. Desa Makasili merupakan desa yang salah satu mata pencarian masyarakatnya adalah pengusaha gula aren. Masyarakat menjadikan gula aren sebagai sumber penghasilan, tetapi pendapatan dari penjualan gula aren masih pas-pasan. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini untuk meningkatkan pengetahuan dalam mengoperasikan pemasaran digital dan meningkatkan kualitas produk gula aren untuk meningkatkan penghasilan mitra. Mitra kegiatan ini ialah dua pengusaha gula aren. Metode yang digunakan meliputi (1) sosialisasi dan (2) implementasi teknologi pemasaran digital dan pelatihan peningkatan kualitas produk. Berdasarkan analisis, keterampilan meningkatkan kualitas produk sebanyak 90%.

Selanjutnya, setelah diberikan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan pemasaran digital, 95% berpendapat sangat terbantuan dengan adanya pemasaran digital. Pemberian pengetahuan tentang manajemen usaha diketahui mengalami peningkatan pengetahuan 100%. Setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, penjualan gula aren mengalami peningkatan jumlah produksi, yaitu dari 24 kg menjadi 47 kg yang dikonversikan 95,83% dan mengalami peningkatan penghasilan sebesar 187,9% dengan harga awal jual Rp17.000,00 menjadi Rp25.000,00. Disimpulkan bahwa setelah mendapat pelatihan ditunjang dengan penjualan menggunakan pemasaran digital, telah terdapat peningkatan penghasilan.

**Kata kunci:** gula aren; kualitas produk; pemasaran digital

## PENDAHULUAN

Desa Makasili merupakan salah satu desa di Sulawesi Utara. Jumlah penduduk Desa Makasili sebanyak 240.250 berdasarkan data Dukcapil Minahasa Selatan Tahun 2022. Sebagian besar masyarakat Desa Makasili adalah petani. Desa Makasili merupakan desa yang membudidayakan pohon aren sejak dulu. Pohon aren banyak sekali tumbuh secara liar di perkebunan warga. Nira pohon aren dapat diolah menjadi minuman dan gula aren.

Gula aren merupakan produk rumahan yang sangat diminati karena bisa digunakan untuk membuat berbagai macam makanan dan minuman. Manis gula aren pun berbeda dengan gula pasir sehingga peminat gula aren sangat banyak. Gula aren merupakan produk yang langka karena pengusaha gula aren harus dari desa atau yang memiliki perkebunan pohon aren. Desa Makasili merupakan salah satu desa yang memiliki potensi pertumbuhan pohon aren yang baik. Sebagian besar warga yang mengolah nira menjadi gula aren juga berperan sebagai pengusaha gula aren, dan usaha ini menjadi sumber pendapatan mereka. Namun, pendapatan dari penjualan gula aren masih terbatas karena produk ini hanya dijual di desa setempat dengan harga relatif rendah; kualitas produk gula aren yang rendah juga memengaruhi harga jual gula aren di Desa Makasili karena gula aren tidak dikemas, tetapi langsung dijual.

Keadaan ekonomi pada era globalisasi saat ini membuat persaingan bisnis semakin tajam, baik domestik maupun global (Roida, 2018) karena daya saing merupakan hal penting bagi UMKM untuk dapat berkembang dan bertahan di tengah persaingan (Sari, 2022) sehingga sangat penting untuk memerhatikan kualitas produk. Kualitas produk gula aren sangat menentukan harga jual karena kualitas gula aren berkaitan dengan bahan baku gula aren dan kemasan gula aren. Dengan memperbaiki kualitas gula aren, harga gula aren juga bisa meningkat. Konsep kualitas tersebut melibatkan berbagai aspek, termasuk kualitas produk itu sendiri, jasa yang diberikan, kompetensi sumber daya manusia, proses yang digunakan, serta dampak terhadap lingkungan. Kualitas produk juga mencakup kemampuan produk dalam memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, harga dapat disesuaikan jika kualitas produk gula aren sudah baik dan sesuai dengan manfaat yang diberikan. Melihat kualitas gula aren di Desa Makasili sebenarnya sangat baik, tetapi belum dikemas sehingga menurunkan harga jual sehingga pendapatan dari penjualan gula aren masih pas-pasan karena dalam satu bulan hanya terjual sampai 24 kg dengan harga jual Rp17.000,00 per kilo. Dengan demikian, pendapatan per bulan dari penjualan gula aren hanya sekitar Rp408.000,00.

Daya jual gula aren di Desa Makasili saat ini masih kurang karena hanya dipasarkan di desa setempat. Desa Makasili merupakan desa yang kecil sehingga jumlah penjualan pun sangat kurang. Gula aren perlu dipasarkan di desa lainnya agar penjualan meningkat dan produksi gula aren pun bisa meningkat. Dihubungkan dengan kualitas produk gula aren yang ada masih biasa karena gula aren tidak dikemas sebelum dijual sehingga mengurangi harga jual gula aren. Penjualan pun hanya bergantung pada pembeli dari desa setempat.

Oleh karena itu, diperlukan terobosan baru untuk membantu pelaku usaha gula aren di Desa Makasili.

Pada era digital saat ini pemanfaatan teknologi informasi sudah merambah ke bidang pemasaran digital (*digital marketing*) bagi para pelaku usaha. Banyak keuntungan yang ditawarkan dengan memanfaatkan teknologi ini, pelaku wirausaha bisa memasarkan produknya dari rumah atau dari mana saja dan memungkinkan perluasan pemasaran hingga ke pasar global sehingga berpeluang menembus ekspor (Budihardjo, 2023). Salah satu media untuk pemasaran digital adalah media sosial (Hidayat dkk., 2020).

Kemajuan teknologi digital memiliki peran yang krusial dalam bidang pemasaran. Pemasaran digital mencakup berbagai kegiatan, seperti *branding* dan promosi merek yang dilakukan melalui berbagai media berbasis *web*, seperti *blog*, situs *web*, surel, iklan berbayar di mesin pencari, dan *platform* sosial media. Pemasaran digital tidak hanya terbatas pada strategi pemasaran internet, tetapi lebih dari itu (Sanjaya, 2019). Dalam menghadapi kemajuan digital yang pesat, terbuka peluang baru di bidang pemasaran yang memberikan cara baru untuk memasarkan produk dan jasa. Pemasaran digital merupakan strategi yang efektif dan efisien dalam proses pemasaran yang bertujuan menarik minat konsumen dan memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan. Secara sederhana, *e-commerce* merupakan kegiatan melakukan transaksi bisnis secara daring melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet (Jonathan dalam Solihin, 2021).

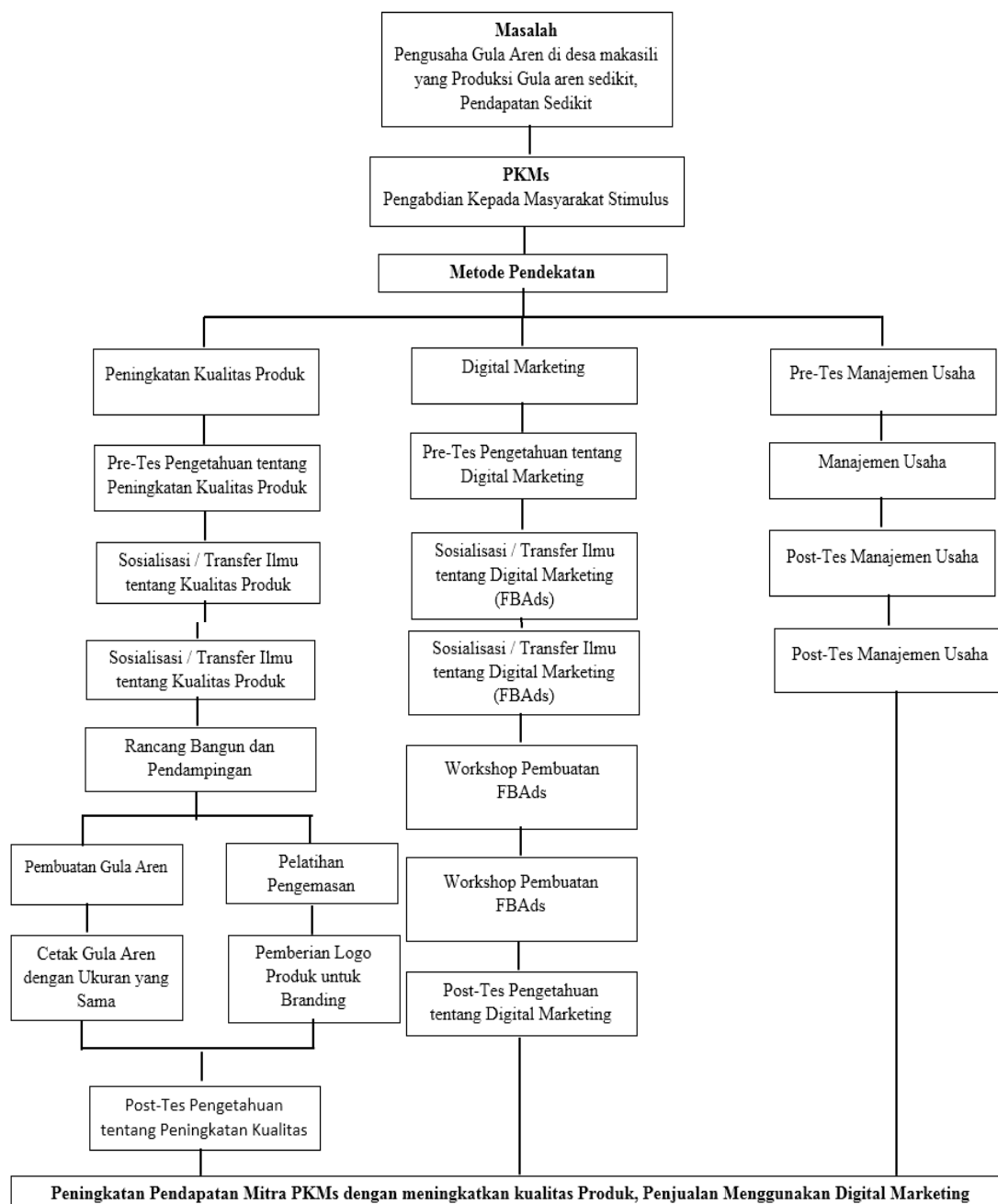
Kesempatan berusaha/berbisnis dalam bentuk kewirausahaan merupakan keniscayaan yang perlu dimiliki seseorang yang ingin menangkap peluang usaha (Sugihartha, 2021). Menurut Hasanah (2013), penjualan merujuk pada keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang meliputi perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, dan ide kepada pasar target dengan tujuan mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks Indonesia, transaksi jual beli daring telah dominan, baik dalam skala besar maupun pada industri rumahan, termasuk produk-produk yang menggunakan media internet sebagai saluran penjualan. Salah satu contohnya terjadi di Desa Makasili, yang mayoritas penduduknya adalah petani dan pengusaha rumahan, terutama dalam bidang pengolahan gula aren. Pohon aren merupakan tumbuhan alami yang tumbuh di kebun warga atau hutan di sekitar desa tersebut.

Produksi gula aren pun masih menggunakan alat dan bahan seadanya dalam proses pembuatannya. Armstrong, Gary, dan Kotler (2012) mendefinisikan kepuasan sebagai respons konsumen terhadap kinerja suatu produk atau jasa, yang mencakup sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan, harapan, dan keinginan. Terpenuhinya kebutuhan, harapan, dan keinginan merupakan tiga indikator yang dapat digunakan untuk menilai kepuasan konsumen. Dengan demikian, diharuskan sebelum dipasarkan di desa lain, harus diperhatikan kualitas produk untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen, yaitu gula aren harus sudah dikemas dan memiliki logo untuk menjadi salah satu media promosi agar gula aren yang dipasarkan akan lebih dikenal oleh banyak orang, dan konsumen pun akan merasa puas karena kualitas gula aren yang baik. Dengan peningkatan kualitas produk gula aren yang baik dan ditunjang dengan penggunaan pemasaran digital untuk membantu proses penjualan, gula aren menjadi solusi yang dapat membantu perekonomian pengusaha gula aren.

Untuk mewujudkan hal tersebut, akan dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat stimulus (PkMS) untuk mengimplementasi teknologi pemasaran digital dan memberikan pelatihan peningkatan kualitas produk demi meningkatkan penghasilan pengusaha gula aren di Desa Makasili, Kecamatan Kumelembuai, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya mitra, yaitu pengusaha gula aren.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan pada 23-24 Agustus 2022 di Desa Makasili, di rumah mitra yaitu Bapak N. Pangaila. Pendekatan yang diterapkan dalam pemberdayaan masyarakat mitra sasaran ialah metode rancang bangun dan pendampingan, pendidikan (mentransfer ilmu kepada mitra), pelatihan peningkatan kualitas produk, pelatihan pemanfaatan pemasaran digital, pelatihan manajemen usaha, dan evaluasi (Gambar 1).



Gambar 1. Diagram implementasi metode

Dari permasalahan yang telah dikemukakan, untuk mencapai tujuan yang diharapkan, metode yang akan diimplementasikan adalah sebagai berikut. *Pertama*, metode pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan mitra tentang peningkatan kualitas produk. Di sini

dilakukan langkah-langkah berikut:

1. memberikan tes awal untuk mengetahui pengetahuan mitra tentang kualitas produk;
2. memberikan sosialisasi / transfer ilmu tentang kualitas produk;
3. melakukan rancang bangun dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan gula aren dan pelatihan pengemasan.

Langkah-langkah pembuatan gula aren:

- a) menyediakan wadah yang lebih besar untuk meningkatkan jumlah produksi gula aren;
- b) menyediakan dirigen untuk meningkatkan jumlah nira yang akan diambil dari pohon aren sebagai bahan pokok gula aren;
- c) membuat tungku api untuk proses pembuatan gula aren agar menghemat bahan bakar, tenaga, dan waktu;
- d) memberikan pelatihan teknis pembuatan gula aren yang efisien sehingga proses produksi gula aren dapat dikonsumsi langsung oleh masyarakat dan pengolahan makanan atau minuman menggunakan gula aren;
- e) mencetak gula aren;
- f) mengukur berat gula aren agar memiliki berat yang sama.

Pelatihan pengemasan:

- a) mendesain dan mencetak logo;
  - b) menggunakan alat mengemas supaya gula aren bisa dijual dalam bentuk kemasan dan sudah memiliki logo;
  - c) menempelkan logo pada gula aren untuk menjadi *brand* usaha.
4. Memberikan tes akhir untuk mengetahui pengetahuan mitra tentang kualitas produk setelah diberikan transfer pengetahuan dan pelatihan.

*Kedua*, metode pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan mitra tentang peningkatan penjualan gula aren dengan memanfaatkan pemasaran digital. Tahapan metode ini adalah sebagai berikut:

1. memberikan tes awal untuk mengetahui pengetahuan mitra tentang pemasaran digital;
2. memberikan sosialisasi/transfer ilmu tentang pemasaran digital, yaitu *FBAds* (*Facebook ads*) sebagai alat pemasaran otomatis untuk menjangkau pasar penjualan yang besar;
3. memberikan pelatihan pembuatan *FBAds*;
4. memanfaatkan *smartphone* mitra untuk membuat *FBAds*;
5. memasarkan produk menggunakan *FBAds*;
6. memberikan tes akhir untuk mengetahui pengetahuan mitra tentang pemasaran digital (*FBAds*) setelah diberikan transfer pengetahuan dan pelatihan.

*Ketiga*, metode pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan mitra tentang manajemen usaha. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. memberikan tes awal untuk mengetahui pengetahuan mitra tentang manajemen pemasaran;
2. memberikan pelatihan manajemen usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam menerapkan manajemen di bidang organisasi, produksi, keuangan, administrasi, harga jual produk, konsumen, dan teknik pemasaran;
3. memberikan tes akhir untuk mengetahui pengetahuan mitra tentang manajemen usaha setelah diberikan transfer pengetahuan.

Kegiatan ini dirancang dan dilakukan dengan menggunakan metode pendidikan, pelatihan, produksi, pelatihan manajemen usaha, rancang bangun, dan pendampingan. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PkMS ini adalah sebagai berikut: (Tabel 1, Tabel 2, Tabel 3)

**Tabel 1**  
**Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PkMS tentang kualitas produk**

No	Aplikasi Kegiatan	Metode Pendekatan	Target	Partisipasi Mitra
1	<i>Pretest</i> tentang kualitas produk	Tes	Mitra PkMS	Aktif mengisi <i>pretest</i>
2	Sosialisasi kualitas produk	Ceramah	Mitra PkMS	Aktif menyimak materi
3	Pembuatan pengadaan alat penunjang (dirigen, wadah, belanga goreng)	Rancang bangun dan Pendampingan	-Dirigen untuk menampung nira -Wadah (belanga goreng) kapasitas produksi yang maksimal	Aktif mengikuti setiap kegiatan
4	Perancangan penempatan alat penunjang	Rancang bangun dan pendampingan	Pembuatan tungku api untuk menghemat bahan bakar, waktu, dan tenaga. Hal itu untuk efisiensi tempat.	Aktif mengikuti setiap kegiatan dan perancangan
5	Perancangan lokasi penempatan alat penunjang di lokasi mitra	Rancang bangun dan pendampingan	Tempat yang efisien untuk penempatan alat penunjang untuk memudahkan proses produksi	Aktif mengikuti setiap kegiatan dan perancangan lokasi alat penunjang di lokasi mitra
6	Teknis pembuatan gula aren yang efisien dan higienis	Pelatihan dan pendampingan	Mampu menghasilkan gula aren yang higienis bersih sehingga bisa langsung dikonsumsi.	Aktif mengikuti kegiatan
7	Teknis mengemas gula aren dan pemberian logo	Pelatihan dan pendampingan	Mampu menghasilkan gula aren yang telah dikemas dan diberikan logo	Aktif mengikuti kegiatan
8	Memberikan <i>post test</i> tentang kualitas produk	Tes	Mitra PkMS	Aktif mengisi <i>posttest</i>

**Tabel 2**  
**Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PkMS tentang pemasaran digital**

No	Aplikasi Kegiatan	Metode Pendekatan	Target	Partisipasi Mitra
1	Memberikan <i>pretest</i> tentang pemasaran digital	Tes	Mitra PkMS	Aktif mengisi <i>pretest</i>
2	Sosialisasi tentang kualitas produk	Ceramah	Mitra PkMS	Aktif menyimak materi
3	Pelatihan pemasaran memanfaatkan pemasaran digital, yaitu <i>FBAds</i> atau pesan bersponsor	Pelatihan dan pendampingan	Mampu menerapkan teknik pemasaran digital menggunakan <i>FBAds</i> atau iklan bersponsor	Aktif mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan pemasaran digital, yaitu <i>FB Ads</i> atau

				iklan bersponsor agar dapat meningkatkan hasil penjualan dengan skala pasar yang besar
4	Memberikan <i>posttest</i> tentang kualitas produk	Tes	Mitra PkMS	Aktif mengisi <i>posttest</i>

**Tabel 3**  
Partisipasi mitra dalam pelaksanaan PkMS tentang manajemen usaha

No	Aplikasi Kegiatan	Metode Pendekatan	Target	Partisipasi Mitra
1	Memberikan <i>pretest</i> tentang kualitas produk	Tes	Mitra PkMS	Aktif mengisi <i>pretest</i>
2	Pelatihan manajemen usaha	Pelatihan dan pendampingan	Mampu menerapkan manajemen usaha	Aktif mengikuti pelatihan manajemen usaha
3	Memberikan <i>posttest</i> tentang kualitas produk	Tes	Mitra PkMS	Aktif mengisi <i>posttest</i>

## HASIL DAN DISKUSI

### Peningkatan Kualitas Produk

Pelaksanaan pelatihan pembuatan gula aren dilakukan pada hari pertama. Setelah membuat gula aren, dilanjutkan dengan melakukan sortir dan menimbang gula aren agar mengetahui berat masing-masing gula aren. Kemudian, mitra harus mengangkat wadah (belanga goreng) untuk menambah kayu bakar (Gambar 2). Setelah dilakukan pelatihan, tidak perlu lagi mengangkat wadah belanga goreng untuk menambah kayu bakar (Gambar 3) karena sudah tertata dengan baik.



**Gambar 2.** Tempat pembuatan gula aren sebelum kegiatan PkMS



**Gambar 3.** Proses pembuatan gula aren saat pelaksanaan PkMS

Setelah pelaksanaan kegiatan pembuatan gula aren selesai, dilanjutkan dengan menyortir gula aren yang layak untuk dijual (Gambar 4). Gula aren yang layak dijual adalah gula yang tidak rusak atau masih utuh bentuknya, tidak ada lubang-lubang kecil atau mulus, dan tidak ada yang patah. Gula aren harus berwarna coklat tua. Setelah disortir, gula aren ditimbang untuk mengetahui berat masing-masing.



**Gambar 4.** Menyortir dan mengukur berat gula aren

Tahap selanjutnya setelah pembuatan gula aren, dilakukan pelatihan pengemasan gula aren. Gula aren awalnya dijual tanpa dikemas (Gambar 5a), dan pada pelaksanaan pelatihan peningkatan kualitas produk, gula aren dikemas dengan baik menggunakan plastik, dan memberikan logo atau *brand* masing-masing pemilik usaha untuk meningkatkan kualitas produk agar nilai jual menjadi lebih naik (Gambar 5b). Setelah dilakukan pelatihan, gula aren sudah dikemas dan diberikan logo atau merek karena penting bagi mitra untuk menciptakan merek yang dapat menjadi nilai tambah suatu produk (Purwaningsi, 2019) dan dipastikan gula aren bersih dan higienis.



**Gambar 5.** Gula aren sebelum (a) dan setelah (b) dikemas



Hasil evaluasi diperoleh dari pemberian tes sebelum pelatihan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra. Selanjutnya, diberikan *treatment* berupa pelatihan peningkatan kualitas produk (Gambar 6). Pada tahap akhir diberikan tes kembali untuk mengetahui hasil pemahaman mitra. Berdasarkan hasil yang didapat dari pelatihan ini, diketahui terjadi peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan penghasilan mitra.



Gambar 6. Pemberian pengetahuan tentang kualitas produk

### Analisis dan Hasil Peningkatan Kualitas Produk

Sebelum diberikan pelatihan, diberikan kuesioner untuk mengetahui tingkat pengetahuan mitra tentang manfaat dari peningkatan kualitas produk. Tabel 4 menjelaskan pendapat pengusaha gula aren mengenai manfaat peningkatan kualitas produk gula aren sebelum dipaparkan manfaat peningkatan kualitas produk. Peserta (30%) mengakui sangat bermanfaat dengan adanya peningkatan kualitas produk, sedangkan sisanya (70%) menyatakan tidak bermanfaat karena bagi mitra, gula aren yang mereka jual saat ini sudah baik tanpa perlu meningkatkan kualitas produk, yaitu gula aren yang hanya dijual dengan tidak dipak dan tidak memiliki logo atau identitas penjual.

**Tabel 4**  
**Pretest pelatihan peningkatan kualitas produk**

Terbantu dengan Peningkatan Kualitas Produk	Persentase
Ya	30
Tidak	70

Sebelum diberikan pelatihan pemasaran digital, mitra diberikan kuesioner untuk mengetahui tingkat pengetahuan mitra tentang manfaat pemasaran digital. Hasil kuesioner yang dijawab oleh mitra tergambar pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Pretest Pelatihan Pemasaran Digital**

Memahami Pemasaran Digital	Persentase
Ya	30
Tidak	70

Tabel 5 menjelaskan pendapat mitra tentang penggunaan pemasaran digital (*FBAds*). Ada 30% peserta yang berpendapat baik tentang manfaat *FBAds* dan 70% merasa tidak bermanfaat karena tidak mengetahui cara dan manfaat penggunaan *FBAds*. Sebelum diberikan *treatment*, sistem penjualan mereka masih konvensional, hanya dijual langsung pada masyarakat setempat dengan kondisi gula aren tidak dikemas dan tanpa bantuan

promosi. Setelah dilakukan *pretest* untuk mengukur tingkat pengetahuan dan pemahaman masing-masing mitra, selanjutnya diberikan *treatment* pelatihan peningkatan kualitas produk dengan memberikan pemahaman materi agar mitra memiliki persepsi yang sama. Tujuannya agar gula aren bisa memiliki nilai tambah karena sudah dipak dan diberikan logo masing-masing mitra sebagai tanda pengenalan sekaligus media promosi.

Setelah pelatihan dengan mendampingi mitra dan penyortiran gula aren yang layak jual, dilakukan *packing* gula aren dan logo. Tahap berikutnya untuk melihat tingkat pemahaman mitra, dilakukan tes kembali tentang pengetahuan mitra setelah diberikan *treatment* yang berkaitan dengan peningkatan kualitas produk (Tabel 6).

**Tabel 6**  
**Hasil kuesioner pascapelatihan 1 (peningkatan kualitas produk)**

Terbantu dengan Peningkatan kualitas Produk	Persentase
Ya	0
Tidak	100

Sesudah pelatihan dan pengujian kembali peningkatan kualitas produk, 100% mitra menjawab “ya” terbantu. Hasil tersebut berbeda dari hasil kuesioner sebelum pelatihan; maka, dapat dinyatakan bahwa ada peningkatan signifikan dari *pretest* ke *post-test*. Dengan demikian, manfaat peningkatan kualitas produk dari beberapa aspek mitra sudah dipahami mitra.

### Pelatihan Pemanfaatan Pemasaran Digital

Pelaksanaan pelatihan pemanfaatan pemasaran digital dengan memanfaatkan *FBA*s kepada mitra sasaran dilakukan dengan memberikan transfer ilmu terlebih dahulu tentang manfaat pemasaran digital di era teknologi saat ini (Gambar 7). Setelah itu, mitra dengan menggunakan *smartphone* masing-masing diberikan pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan *FBA*s. *FBA*s merupakan fitur yang ditawarkan oleh *Facebook* untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu *fan page* yang sebelumnya sudah dibuat oleh pengguna *Facebook* dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan (Karim dkk., 2022). Mitra dengan memanfaatkan akun *Facebook* masing-masing diarahkan untuk membuat halaman penjualan yang berisi gula aren. Setelah membuat postingan penjualan, selanjutnya menggunakan fitur iklan yang ada di *Facebook* untuk mempromosikan iklan.



**Gambar 7. Pelatihan pemasaran digital**

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan pemanfaatan pemasaran digital, dilakukan analisis hasil pelatihan.

### **Analisis Hasil Setelah Pelatihan Pemasaran Digital**

Pelatihan penggunaan *FBAds* dan pemanfaatannya dirasakan penting bagi mitra sebab diakui bahwa zaman telah berganti ke media sosial, seperti *Facebook*. Hal itulah yang menyebabkan banyak orang menyukai melakukan jual beli di *Facebook* daripada mendatangi langsung ke toko. *Facebook*, khususnya *FBAds*, merupakan fitur khusus untuk pemasaran. Setelah pelatihan dan pendampingan langsung tentang penggunaan *FBAds*, kembali dibagikan kuesioner untuk mengukur tingkat pengetahuan mitra (Tabel 7).

**Tabel 7**

**Posttest pelatihan pemasaran digital**

Terbantu dengan Peningkatan Kualitas Produk	Persentase
Ya	95%
Tidak	5%

Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan pemasaran digital (*FBAds*) dan dilakukan pengujian kembali menggunakan kuesioner tentang pemasaran digital, didapati hasil jawaban “ya” sebanyak 95% dan “tidak” 5% dan dapat dikatakan ada peningkatan yang signifikan dari *pretest* sebelumnya. Disimpulkan mitra sudah sangat memahami manfaat dan keuntungan penggunaan aplikasi ini. Jika diterapkan dalam usaha gula aren akan sangat berpengaruh pada penghasilan pengusaha gula aren sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pengusaha gula aren.

### **Analisis Hasil Peningkatan Penghasilan**

Analisis hasil ini diperoleh dari kegiatan pemberian pengetahuan tentang manajemen usaha yang di dalamnya juga memberikan pengetahuan tentang manajemen keuangan didukung dengan kualitas produk yang telah meningkat dan penjualan dengan memanfaatkan *FBAds*. Dari hasil yang diperoleh, diketahui terdapat peningkatan penghasilan dari pengusaha gula aren.

**Tabel 8**

**Laporan penjualan**

Keterangan	Banyak Produksi (kg)	Harga Jual (Rp)	Harga (Rp)	Peningkatan Produksi (%)	Peningkatan Penjualan (%)
Sebelum pelatihan & pendampingan	24	17.000	408.000		
Sesudah pelatihan & pendampingan	47	25.000	1.175.000	95,83	187,9

Dari hasil laporan penjualan (Tabel 8) dapat dilihat perbedaan banyaknya produksi, harga jual, dan besarnya peningkatan produksi gula aren. Laporan penjualan dibuat setelah semua pelatihan pada kegiatan PkMS selesai. Setelah dilakukan analisis, ada peningkatan jumlah produksi dari 24 kg menjadi 47 kg sehingga peningkatannya sebesar 95,83% dan penghasilan mengalami peningkatan sebesar 187,9% sebab harga jual semula Rp17.000,00 menjadi Rp25.000,00. Disimpulkan bahwa terdapat peningkatan penghasilan dan peningkatan produksi gula aren setelah diberikan pelatihan dan pendampingan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Pengusaha gula aren sebagai mitra telah mendapatkan pelatihan peningkatan kualitas produk gula aren dengan hasil bahwa 90% mitra merasa terbantu. Dari hasil tersebut dapat ditarik simpulan bahwa mitra mengalami peningkatan pengetahuan yang signifikan. Adapun pemanfaatan pemasaran digital, setelah diberikan pelatihan dan pendampingan membuat *FBAds* dan memasarkan gula aren dengan target penjualan lebih ke luar, dilakukan analisis dengan hasil bahwa mitra merasa terbantu menggunakan pemasaran digital karena menunjang proses penjualan gula aren sebanyak 95%. Disimpulkan bahwa mitra sudah sangat memahami manfaat dan keuntungan penggunaan *FBAds*, juga pemasaran digital membantu meningkatkan penjualan gula aren.

Dari pemberian pengetahuan tentang manajemen usaha dan pengetahuan tentang manajemen keuangan kepada mitra, diketahui ada peningkatan pengetahuan 100%. Begitu pula, setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, jumlah produksi meningkat dari 24 kg menjadi 47 kg atau 95,83% dan penghasilan pengusaha gula aren mengalami peningkatan sebesar 187,9% dari harga awal jual Rp17.000,00 menjadi Rp25.000,00. sehingga disimpulkan terdapat peningkatan penghasilan setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan.

Pengusaha gula aren di Desa Makasili harus memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal. Namun, perlu pendampingan dalam menggunakan teknologi, yaitu *FBAds*, untuk kegiatan penjualan. Selain itu, diharapkan mitra terus menerapkan pelatihan yang telah diberikan dalam proses penjualan gula aren.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada (a) Kementerian Riset dan Teknologi atas hibah kompetitif PkMS 2022; (b) LPPM Universitas Sariputra Indonesia Tomohon; (c) Pemerintah Desa Makasili; (d) pengusaha gula aren selaku mitra.

## DAFTAR REFERENSI

- Amstrong, G. & Philip, K. (2012). *Dasar-dasar pemasaran. Jilid I*. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo.
- Budirahardjo, S. dkk. (2023) PKM Strategi digital marketing dalam pemberdayaan masyarakat untuk menumbuhkembangkan Usaha Ekonomi Kreatid di RT.08 RW.X Kel. Kembangarum, Kota Semarang. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 9-16. <https://doi.org/10.30873/jppm.v5i1.3678>
- Hasanah, U. (2013). *Sistem informasi penjualan on-line pada toko kreatif suncom pacitan*, *IJNS-Indonesian Journal on Networking and Security*,2(4), 1-6. <http://dx.doi.org/10.55181/ijns.v2i4>
- Hidayat, dkk. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai digital marketing UMKM di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku*, 3(3), 119-124. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Karim A, Fadlina, Ginting G, (2022) Pemanfaatan digital marketing dengan Ffacebook Aads bagi pelaku UMKM di Babuhanbatu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang*,2 (19), 12-16. <https://doi.org/10.58369/jpmsg.v2i1.52>
- Roida, L. (2018) Meningkatkan kualitas produk sebagai strategi fundamental dalam bersaing. *Scientific Journal of Reflection*, 1(1), 91-100. <https://doi.org/10.37481/sjr.v1i1.106>

- Sanjaya, R. & Josua, T. (2009). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Sari D. A. dkk. (2022) *Pengabdian pendampingan manajemen usaha UMKM sambel pecel Bu Heru untuk meningkatkan daya saing. Adi Widya (Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6(2), 82-98. <https://doi.org/10.33061/awpm.v6i2.8135>*
- Solihin D. dkk, (2021) *Pelatihan pemasaran online berbasis digital untuk meningkatkan penjualan bisnis online pada UMKM di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. Dedikasi PKM (Pengabdian kKepada Masyarakat), 2(3), 307-311. <http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>*
- Sugiharto, Wasesa, T. (2021). *PkM sebagai usaha peningkatan kualitas produk dan inovasi manajemen pemasaran bagi kelompok pengrajin krupuk rambak di Desa Klepek Kecamatan Sokosewukabupaten Bojonegoro. JPKMI (Jurnal Pengabdian kKepada Masyarakat Indonesia), 1(3), 56-65. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v1i3.122>*