



## LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

### SKEMA PENDANAAN: PENGABDIAN PADA MASYARAKAT TERPADU (PPMT) PEMANFAATAN MEDIA INTERNET SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK CRISPY NILA DI DUSUN SOROGENEN, DESA MENAYU

Bidang Prioritas Renstra pengabdian:  
RENSTRA-06: Industri, Transportasi, dan Teknologi Informasi

Topik PPMT:  
06.11: Implementasi Sistem TIK Pendukung *E-government*, *E-health*, dan *e-Bussines*

Pengusul :

1. Faqiatul Mariya W.,S.E.,M.SiNIDN 0602029004 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Afifah Setyaningrum NPM 17.0101.0113 Manajemen S1
3. Ambar Widi Jayanti NPM 17.0102.0079 Akuntansi S1
4. Loga Ayu Tri Milinium NPM 17.0101.0114 Manajemen S1
5. Romi Yunma Akbar NPM 17.0504.0101 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
<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 LAPORAN AKHIR

1. a. Judul PPMT : Pemanfaatan Media Internet sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Produk Crispy Nila di Dusun Sorogenen, Desa Menayu
- b. Bidang Renstra : Industri, Transportasi, dan Teknologi Informasi Implementasi sistem TIK pendukung *e-government, e-health, dan e bussines*
- c. Topik Renstra : *government, e-health, dan e bussines*
2. Ketua pelaksana
- a. Nama lengkap dan gelar : Faqiatul Mariya Waharini, S.E.,M.Si
- b. URL Sinta : <http://sinta.ristekbrin.go.id/authors/detail?id=6614657&view=overview>
- c. Jenis kelamin : Perempuan
- d. Golongan/Pangkat/NIP/NIS : IIIb / Penata Muda Tk. I
- e. Jabatan fungsional : Asisten Ahli
- f. Fakultas/program studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Alamat ketua pelaksana : Dusun Janan RT 01/RW 04, Borobudur, Magelang
4. Jumlah anggota pelaksana : 4 (empat) orang
5. Lokasi pengabdian : Dusun Sorogenen, Desa Menayu, Kecamatan Muntilan
6. Kerjasama dengan institusi lain
- a. Nama institusi :
- b. Alamat :
- c. Telp/fak/e-mail :
7. Lama pengabdian : 150 jam
8. Biaya yang diperlukan
- a. LP3M Unimma : Rp. 0
- b. Mandiri : Rp. 3.525.000,00
- JUMLAH : **Rp. 3.525.000,00**

Mengetahui/menyetujui  
Kepala Dekan/Kaprodi  
  
Dr. Wawan Sadtyo Nugroho, S.E., M.  
NIK. 108306059

Magelang, 17 September 2020  
Ketua Pelaksana

  
Faqiatul Mariya Waharini, S.E., M.Si  
NIDN. 0602029004

Mengesahkan  
Ketua LPPM  
  
Dr. Muji Setyo, ST., MT.  
NIK. 108306043

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Analisis Situasi.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Luaran Kegiatan .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Manfaat Kegiatan.....</b>	<b>3</b>
<b>BAB 2. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Profil Masyarakat Sasaran.....</b>	<b>4</b>
<b>2.2. Kondisi dan Potensi Wilayah .....</b>	<b>4</b>
<b>BAB 3. METODE PELAKSANAAN .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1. Lokasi Kegiatan.....</b>	<b>5</b>
<b>3.2. Metode Penyelesaian Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>3.3.Tahapan Pelaksanaan Kegiatan .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB 4.HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN .....</b>	<b>8</b>
<b>4.1 Hasil Dan Pembahasan .....</b>	<b>8</b>
<b>4.2 Tindak Lanjut.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB 5. PENUTUP .....</b>	<b>12</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>12</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>12</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>14</b>

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Saat ini internet telah merevolusi praktik pemasaran, menghubungkan pelanggan potensial ke bisnis dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan. Saat ini, dengan audiens online menghabiskan lebih banyak waktu menggunakan situs perbandingan harga, mesin telusur, dan jejaring sosial. Kini internet dapat memberikan manfaat tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan web secara maksimal untuk memenuhi tujuan pemasaran mereka. (Chaffey, Ellis-Chadwick, Mayer, & Johnston, 2009)

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi finansial, pemasaran *online* sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Realita di lapangan menunjukkan bahwa, kebanyakan UMKM di Indonesia, memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar. (Setiawati & Widyartati, 2017)

Di beberapa negara lain, sudah banyak orang yang melakukan pemasaran *online* atau pemasaran dengan menggunakan internet (*internet marketing*). Pemasaran *online* di luar negeri didukung oleh fasilitas yang memadai, seperti akses internet cepat dengan jaringan ADSL, Ebank (bank yang tidak mempunyai cabang offline), dan jasa kurir (pengiriman barang) yang terintegrasi dengan penerimaan paket di *convenience store*. (Anggraeni, 2008)

Dusun Sorogenen merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Menayu, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang. Letak Dusun Sorogenen secara geografis dari Kota Magelang berjarak kurang lebih 18 kilometer. Mayoritas penduduk di Dusun Sorogenen Desa Menayu Kecamatan Muntilan bermata pencaharian sebagai Pembudidaya Ikan Air Tawar. UMKM Crispy Nila berbahan dasar ikan nila diperoleh sendiri dari hasil pembibitan pemilik. Jadi, pemilik tidak memasok ikan dari produsen lain. Sistem yang diterapkan UMKM Crispy Nila mengenai stock barangnya yaitu

sistem *ready stock* hanya beberapa saja, akan tetapi juga menerapkan sistem *pre order* yaitu produsen memasarkan produknya terlebih dahulu kepada konsumen kemudian jika memiliki pesanan pemilik mulai memproduksi sesuai dengan jumlah pesannya. Sampai saat ini Crispy Nila sudah memiliki cukup banyak konsumen dan rata-rata setiap harinya UMKM Crispy Nila memproduksi pesanan dengan jumlah 5-10 kg yang digarap oleh 20 karyawan. Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Crispy Nila sudah cukup baik yaitu dengan melalui postingan di media sosial (*instagram, facebook, whatsapp group*), akan tetapi dalam media sosial *instagram* belum tertata dan masih terbilang baru dalam penggunaannya. Kami akan mengajarkan beberapa karyawan dalam hal penggunaan media sosial untuk memasarkan produk Crispy Nila.

Setelah melakukan observasi pada UMKM Crispy Nila, terdapat permasalahan pada strategi pemasaran. Berdasarkan permasalahan yang ada kami mempunyai solusi untuk mengatasi masalah terkait yaitu, *Digital Marketing*. Kami akan memperbaiki pemasaran melalui media sosial *instagram* dan menambahkan situs *blog* untuk memudahkan konsumen dalam memahami produk UMKM Crispy Nila.

## 1.2 Luaran Kegiatan

1. Luaran kegiatan PPMT terdiri dari luaran wajib yang meliputi :
  - a. Laporan akhir,
  - b. Artikel ilmiah yang dipublikasikan di jurnal pengabdian masyarakat,
  - c. Publikasi kegiatan PPMT di Dusun Sorogenen dipublikasikan di media online [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com).
  - d. Video kegiatan yang dipublikasikan di media social [www.youtube.com](http://www.youtube.com).
2. Luaran tambahan yang meliputi :Jasa, metode, model, sistem, produk/barang

Mitra yang awalnya hanya memasarkan produknya secara *offline* dengan sistem penawaran dari pintu ke pintu, dan secara *online* yang hanya melalui *whatsappgroup*, kini sudah lebih jauh dalam memasarkannya yaitu melalui *whatsapp bussiness, instagram, dan facebook*. Produk UMKM pun sudah mempunyai blog/web tersendiri untuk lebih memudahkan pelanggan dalam mengenali produk-produk yang disajikan oleh UMKM. Produk dari UMKM memiliki tampilan yang berbeda dari yang sebelumnya, yang membedakan yaitu desain stiker produk yang awalnya masih sederhana kini sudah menjadi lebih baik. Desain ini kami rubah sesuai keinginan mitra, karena tampilan luar sangat mempengaruhi minat pelanggan untuk membelinya.

### 1.3 Manfaat Kegiatan

1. Potensi sosial dan ekonomi

Membantu mitra dalam mengenalkan teknologi informasi untuk memasarkan produk secara *online* atau melalui media massa yang diharapkan akan dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh laba yang meningkat pula.

2. Nilai tambah dari sisi IPTEKS

Membantu mitra dalam memahami program yang kami berikan berkaitan dengan *digital marketing* yang dapat membantu pelaku UKM dan pelaku bisnis lainnya dalam memasarkan produknya secara *online* seperti, pembuatan *WhatsApp Bussines*, memanfaatkan media massa untuk mengenalkan produknya secara maksimal, dan pengetahuan serta pemahaman pengemasan produk yang lebih menarik.

3. Dampak manfaat

Membantu memberikan saran implementasi ilmu, kemampuan, dan keahlian, dari hasil studi yang telah ditempuh di bangku perkuliahan. Selain itu, kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu ini membantu mengatasi permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat, seperti mengenalkan internet secara maksimal dan lebih luas, membantu pelaku bisnis UKM dan bisnis lainnya dalam mengenalkan internet berbasis *e-learning* atau *e-bussines* yang semula belum dilakukan oleh pelaku bisnis.

4. Nilai tambah bagi Unimma

Melalui PPMT ini diperoleh umpan balik sebagai pemahaman materi kuliah yang diperoleh mahasiswa, penyempurnaan kurikulum, sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat, dan juga diharapkan dapat memperluas kerjasama dengan daerah setempat.

## BAB 2. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

### 2.1. Profil Masyarakat Sasaran

UMKM Mina Barokah yang mempunyai produk Crispy Nila merupakan salah satu usaha berkelompok yang berada di Dusun Sorogenen Desa Menayu Kecamatan Muntilan dengan jumlah anggota kelompok 20 orang. UMKM ini baru saja berdiri beberapa bulan lalu, maka dari itu masih terdapat beberapa kekurangan yang ada pada UMKM tersebut, salah satunya adalah strategi pemasaran. Awal terbentuknya usaha ini dikarenakan terdapat tempat wisata yang bernama Mina Wisata (Wisata Ikan). Oleh karena itu timbul ide untuk membuat makanan atau camilan yang berbeda dari tempat wisata lainnya yaitu camilan yang terbuat dari ikan nila. Masyarakat di Dusun Sorogenen mayoritas bermata pencarian sebagai pembudidaya ikan tawar. Pendapatan rata-rata masyarakat di Dusun Sorogenen per bulan sebanyak Rp 2.000.000,00 sampai Rp 3.000.000,00.

### 2.2. Kondisi dan Potensi Wilayah

#### e. Aspek Umum

UMKM Crispy Nila mempunyai anggota sebanyak 20 orang. Pembuatan Crispy Nila hampir dilakukan setiap hari dikarenakan jika ada pemesanan dengan jumlah yang besar tidak akan kekurangan persediaan.

#### f. Aspek Fisik

UMKM Crispy Nila belum mempunyai tempat produksi tersendiri, dan saat ini masih memanfaatkan tempat yang berada di Mina Wisata, Kampoeng Ulam.

Gambar 2.1.



Gambar diatas merupakan tempat wisata yang didalamnya dapat digunakan sebagai tempat pemancingan dan rumah makan, serta tempat produksi Crispy Nila.

Gambar 2.2



Gambar diatas merupakan foto produk Crispy Nila yang sudah dikemas, di *branding* dan sudah siap untuk dipasarkan.

g. Aspek Sosial

UMKM Crispy Nila berlokasi di Mina Wisata yang di dalamnya juga terdapat Kampoeng Ulam. Hingga saat ini keberadaan Mina Wisata masih diterima oleh masyarakat setempat.

h. Aspek ekonomi

Untuk anggota yang datang mengolah ikan nila untuk dijadikan crispy nila mendapat upah sesuai dengan berapa kilo ikan nila yang di bersihkan sebelum akhirnya diolah menjadi Crispy Nila.

i. Aspek Lingkungan

UMKM Crispy Nila terletak di Dusun Sorogenen, Desa Menayu, Kecamatan Muntilan yang masyarakatnya mayoritas berpenghasilan sebagai pembudidaya ikan air tawar. Sejauh ini proses produksi crispy nila tidak menghasilkan limbah yang dapat merugikan masyarakat setempat.

### **BAB 3. METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1. Lokasi Kegiatan**

Mitra Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) kali ini merupakan kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berkonsentrasi di bidang keripik ikan nila. Lokasi kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) ini terletak di Dusun Sorogenen, Desa Menayu, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang. Jarak Dusun Sorogenen dari kampus 1 Universitas Muhammadiyah Magelang kurang lebih adalah 19 KM dengan jarak tempuh sekitar 45 menit. Dusun ini terletak di tengah dusun dengan lingkungan yang mayoritas masyarakatnya bermatapencaharian sebagai pembibit ikan, untuk itu tidak heran jika di tempat kegiatan ini terdapat banyak kolam-kolam ikan. Berikut denah tempat kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) jika ditempuh dari Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Magelang.





### 3.2. Metode Penyelesaian Masalah

Program PPMT untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM Crispy Nila di Dusun Sorogenen Desa Menayu dengan metode penyelesaian berupa:

a. Sosialisai

1) Sosialisasi pengenalan internet

Sosialisasi ini dilakukan selama 3 jam yang diwujudkan dalam 1 pertemuan, dengan tujuan untuk lebih mengenalkan internet secara mendalam.

b. Pelatihan

1) Pelatihan internet berbasis *e-bussines*

Pelatihan ini dilakukan selama 2 jam yang diwujudkan dalam 1 pertemuan, dengan tujuan untuk mengenalkan teknologi informasi atau media massa yang dapat membantu mempermudah proses jual beli tanpa bertemu secara langsung.

2) Pelatihan *digital marketing*

Pelatihan ini dilakukan selama 6 jam yang diwujudkan dalam 2 pertemuan, dengan tujuan untuk memasarkan produk secara *online* yang dimiliki oleh pelaku bisnis UKM maupun pelaku bisnis lainnya.

3) Pelatihan pembuatan *WhatsApp Bussines*

Pelatihan ini dilakukan selama 6 jam yang diwujudkan dalam 2 pertemuan, dengan tujuan untuk mengenalkan produk-produk yang dimiliki oleh pelaku bisnis UKM maupun pelaku bisnis lainnya kepada masyarakat luas melalui blog.

4) Pelatihan pengemasan produk

Pelatihan ini dilakukan selama 4 jam yang diwujudkan dalam 1 pertemuan, dengan tujuan untuk membantu mengemas produk-produk yang dimiliki oleh pelaku bisnis UKM maupun pelaku bisnis lainnya dengan pengemasan yang lebih menarik.

c. Praktek

Praktek dilakukan untuk mengetahui kemampuan masyarakat dalam menerima pelatihan yang kami berikan, praktek dilaksanakan selama 20 jam yang diwujudkan dalam 7 kali pertemuan.

d. Pendampingan

Pendampingan dilakukan dalam mempersiapkan produk-produk yang akan dikemas menjadi lebih menarik dan dipasarkan atau yang akan dikenalkan ke masyarakat luas melalui sistem *online*, pendampingan dilaksanakan selama 20 jam yang diwujudkan dalam 7 kali pendampingan.

### 3.3.Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Indikator	Waktu
Persiapan Pengabdian	Melakukan observasi ke tempat lokasi mitra, mengurus perizinan tempat PPMT dan menyusun proposal	Untuk melihat kondisi lokasi mitra dan mencari masalah apa yang mungkin bisa dibantu penyelesaiannya.	30 jam
Sosialisasi	Memberikan penjelasan tentang internet sebagai media pemasaran secara mendalam, mengenalkan metode yang dapat digunakan dalam <i>digital marketing</i> .	Dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang internet sebagai media pemasaran, dan metode yang dapat digunakan dalam <i>digital marketing</i> .	3 jam
Pelatihan	1. Pelatihan internet berbasis <i>e-bussines</i> .	1. Mampu mengenal internet berbasis <i>e-bussines</i> .	2 jam
	2. Pelatihan metode yang dapat digunakan dalam <i>digital marketing</i> .	2. Mampu mengenal metode yang dapat digunakan dalam <i>digital marketing</i> .	6 jam

	3. Pelatihan pembuatan <i>WhatsApp Bussines</i> .	3. Memahami penggunaan <i>WhatsApp Bussines</i> .	6 jam
	4. Pelatihan pengemasan produk	4. Mampu membuat model pemasaran produk sendiri seperti logo, pamflet, banner dan lain-lain.	4 jam
	5. Pembuatan crispy nila	5. Pembuatan keripik ikan nila.	4 jam
Praktek	Pembuatan <i>media massa</i> pendukung pemasaran produk.	Pembuatan akun media social dapat berjalan dengan baik.	20 jam
Pendampingan	Menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk melakukan praktek pengenalan <i>digital marketing</i> dan pengemasan produk.	Praktek pengenalan internet berbasis <i>e-bussines</i> , pengenalan metode yang dapat digunakan dalam <i>digital marketin</i> , pembuatan <i>WhatsApp Bussines</i> , dan pengemasan produk dapat berjalan dengan baik.	20 jam
Pelaporan	Membuat laporan akhir PPMT, artikel ilmiah, video dan editing serta publikasi	Bukti pelaporan telah terselesaikannya PPMT.	60 jam

## BAB 4. HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

### 4.1 Hasil Dan Pembahasan

Hasil capaian dari tim PPMT UNIMMA yang melakukan pengabdian di UMKM Mina Barokah Dusun Sorogenen, Desa Menayu adalah sebagai berikut :

#### 4.1.1 Sosialisasi Digital Marketing

Pada UMKM Mina Barokah para karyawan di UMKM tersebut belum mengetahui dan belum bisa mengoperasikan aplikasi pada gadget untuk memasarkan produk yang mereka miliki. Sehingga pemasaran produk dari Crispy Nila tersebut masih dipasarkan secara manual dengan promosi secara langsung bertemu dengan konsumen. Digital marketing pada saat ini sangat menguntungkan bagi orang-orang yang mempunyai usaha kecil maupun usaha yang sudah besar. Dengan adanya

sosialisasi Digital Marketing yang baik nantinya akan menghasilkan beberapa manfaat yaitu :

- Dapat memasarkan produk dengan mudah hanya menggunakan *gadget*.
- Produk bisa lebih dikenal masyarakat secara meluas bukan hanya di lingkungan sekitar.
- Memudahkan konsumen yang berada diluar daerah untuk membeli produk tersebut.

Sosialisasi Digital Marketing dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober 2020 yang diikuti oleh seluruh anggota PPMT, sebagian anggota UMKM Mina Barokah, Dosen Pembimbing PPMT, dan Kepala Desa Menayu.



#### 4.1.2 Pelatihan Digital Marketing

Digital Marketing dapat membantu promosi penjualan produk dari UMKM Mina Barokah yaitu Crispy Nila. Dalam pelatihan tersebut kami anggota PPMT mengajarkan kepada ibu-ibu anggota UMKM untuk mengoperasikan WhatsApp

Bisnis, Instagram, dan Facebook. Dengan WhatsApp Bisnis maka nantinya jika ada konsumen yang melakukan order melalui kontak WhatsApp tersebut memudahkan para ibu-ibu anggota UMKM untuk membalas dan juga merekap data orderan dari konsumen.

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 20 dan 24 Oktober 2020 yang dikerjakan oleh seluruh anggota PPMT di UMKM Mina Barokah Dusun Sorogenen.



#### 4.1.3 Praktek Pembuatan Produk dan Pengemasan Produk

Dalam proses produksi kami terjun langsung dari awal proses produksi hingga akhir produksi packing dan juga penempelan logo dari crispy nila tersebut. Kami melakukan pemasaran menggunakan Whatsapp dengan cara share story whatsapp.

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 11 dan 25 Oktober 2020.



#### 4.1.4 Pembuatan Desain Logo Crispy Nila

Logo Crispy Nila sebelumnya sudah ada dan sudah dicetak, akan tetapi desain yang sudah dibuat terlalu simpel dan daya tarik untuk anak-anak masih sangat kurang. Maka dari itu kami membuatkan logo baru untuk produk Crispy Nila yang lebih menarik dengan menambahkan gambar ikan yang berupa kartun dengan tujuan agar diminati oleh kalangan anak-anak juga karena ikan tersebut sangat bergizi dan mempunyai manfaat untuk perkembangan anak.

Pembuatan desain ini dilakukan pada tanggal 30 Oktober 2020



## 4.2 Tindak Lanjut

UMKM Crispy Nila hampir semua anggotanya ibu-ibu yang sudah lanjut usia atau memiliki keluarga sendiri, jadi dalam menjelaskan proses *digital marketing* harus dengan ekstra hati-hati karena mengingat usia yang sudah tidak muda lagi. Saran kami untuk UMKM Nila Crispy harus mempunyai beberapa anggota yang lebih mengetahui tentang teknologi informasi saat ini, agar memudahkan dalam proses *digital marketing*.

## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

UMKM Crispy Nila dalam pemasarannya masih menggunakan sistem *offline*, yaitu melalui pintu ke pintu dan omongan satu ke omongan lain. Pemasaran melalui sistem *online* juga sudah diterapkan akan tetapi hanya melalui pemasaran *WhatsApp Group*. Dalam kegiatan PPMT ini kami telah memberikan materi sesuai tema yaitu tentang *digital marketing*, semua berjalan dengan lancar dan pihak UMKM sudah memiliki beberapa akun bisnis yang dapat mendukung pemasaran melalui internet.

### 5.2 Saran

UMKM Crispy Nila hampir semua anggotanya ibu-ibu yang sudah lanjut usia atau memiliki keluarga sendiri, jadi dalam menjelaskan proses *digital marketing* harus dengan ekstra hati-hati karena mengingat usia yang sudah tidak muda lagi. Saran kami untuk UMKM Nila Crispy harus mempunyai beberapa anggota yang lebih mengetahui tentang teknologi informasi saat ini, agar memudahkan dalam proses *digital marketing*.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, A. A. (2008). Manajemen Keyword: Strategi Pemasaran Online Menggunakan Search Engine. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* , 60-69.

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. *Pearson Education* .

Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Laba UMKM. *ejurnal.stiedharmaputra-smg* , 1.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Laporan Pertanggungjawaban Keuangan

**Tabel 1. Laporan Pertanggungjawaban Keuangan**

<b>Kegiatan A : Perencanaan</b>				
Jenis	Pembelanjaan	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Bahan	Kertas	1 rim	Rp 40.000	Rp 40.000
	Cetak perizinan	1 bendel	Rp 25.000	Rp 25.000
	Proposal	1 rangkap	Rp 5.000	Rp 5.000
Transport	Transport survey	4 mahasiswa	Rp 15.000	Rp 60.000
	Transport perijinan	4 mahasiswa	Rp 15.000	Rp 60.000
			<b>Jumlah</b>	<b>Rp 190.000</b>

<b>Kegiatan B : Pelaksanaan</b>				
Jenis	Pembelanjaan	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Bahan	Snack (6x)	15 pack	Rp 5.000	Rp 450.000
	Air Mineral	5 kardus	Rp 20.000	Rp 100.000
	Masker	2 pack	Rp 25.000	Rp 50.000
	Paket data	4 pcs	Rp 40.000	Rp 80.000
	Pencetakan logo	2lembar	Rp 7.000	Rp 14.000
	Handsanitizer	2 botol	Rp 30.000	Rp 60.000
	Fee pemateri	2 orang	Rp 50.000	Rp 100.000
	Fee pelatih	2 orang	Rp 125.000	Rp 250.000
	Wajan penggorengan (kenang-kenangan)	1 buah	Rp 70.000	Rp 70.000
	Plakat (kenang-kenangan)	2 buah	Rp 50.000	Rp 100.000
Peralatan	Banner	1 buah	Rp 50.000	Rp 50.000
Transport	Transport survey	4mahasiswa	Rp 30.000	Rp 120.000
			<b>Jumlah</b>	<b>Rp 1.444.000</b>

<b>Kegiatan C : Pelaporan</b>				
Jenis	Pembelanjaan	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)

Bahan	Print dan Jilid	2 bendel	Rp 70.000	Rp 140.000
			<b>Jumlah</b>	<b>Rp 140.000</b>

<b>Kegiatan D:Tindak Lanjut</b>				
Jenis	Pembelajaan	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Bahan	Publikasi jurnal	1 file	Rp 500.000	Rp 500.000
			<b>Jumlah</b>	<b>Rp 500.000</b>

<b>Biaya Akhir</b>	
Kegiatan A : Perencanaan	Rp 190.000
Kegiatan B : Pelaksanaan	Rp 1.444.000
Kegiatan C : Pelaporan	Rp 140.000
Kegiatan D : Tindak Lanjut	Rp 500.000
<b>Jumlah</b>	<b>Rp 2.274.000</b>

## Lampiran 2. Foto-foto Kegiatan

### Pembukaan kegiatan





***Pelatihan digital marketing***





**Pembuatan produk crispy nila sekaligus pengemasan produk**



**Penutupan kegiatan sekaligus penyerahan kenang-kenangan kepada mitra**



### Lampiran 3. Bukti-bukti Luaran

1. Bukti submit artikel ke Prosiding atau Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

2. Link publikasi media massa

<https://www.kompasiana.com/ppmtsorogenen44013/5fb12eb18ede48149049ff32/pemanfaatan-media-internet-sebagai-upaya-optimalisasi-pemasaran-ikan-crispy-nila-di-dusun-sorogenen-menayu-muntilan>

3. Link youtube untuk video

4. <https://youtu.be/kfubcLH-Ijo>

5. Bukti luaran yang lain

a. Penyerahan kenang-kenangan





**b. Pertemuan rutin mitra dengan BMT BIMA**



