**Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Tepis Wiring**
Vol. 1 No. 1, April 2022 , pp. 41 - 49 ISSN: 2963-119X
DOI: https://doi.org/10.33379/tepiswiring.v1i1.2037

# Pelatihan Online Marketing untuk Produk Unggulan Pada Organisasi Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Desa Palaan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang

**Ismi Iftikad[1*], Aldy Rostyawan[2], Erna Resmiatini[3]**
Program Studi Manajemen Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Indonesia
[*]ismi.iftikad@uniramalang.ac.id

***Abstract***

*Partners in this community service activity are the Family Welfare Development Organization (PKK), whose gender members are women and the daily profession of most housewives, where they have the potential to be empowered. The basic justification is that they often receive product-making training from institutions, so that PKK members can be classified as skilled workers. However, problems arise in a group of people with the same skills and living in one area, the problem is the difficulty in selling their work because the community is able to make the same product (as a result of generic training from institutions). Armed with wanting to solve this problem, the community service team tried to help by providing an understanding of online marketing as a medium for selling and promoting their products to a wide audience (outside their village area). In this way, the problem of product sales is resolved and new entrepreneurs from the Palaan village community will emerge. The benefits that PKK members get after this activity include the ability to manage online shops, the ability to transact online, and skills in using social media as promotional media.*

***Keywords: Online Marketing, Family Welfare Development (PKK), Marketing, Online media***

**Abstrak**

Mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Organisasi Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang mana anggotanya secara gender adalah wanita dan profesi keseharian kebanyakan ibu rumah tangga, dimana mereka memiliki potensi untuk diberdayakan. Justifikasi dasarnya adalah mereka seringkali mendapatkan pelatihan pembuatan produk dari lembaga-lembaga, sehingga anggota PKK dapat digolongkan sebagai pekerja terampil. Akan tetapi, permasalahan timbul pada sekelompok orang dengan keterampilan yang sama dan tinggal di satu wilayah, permasalahan itu adalah sulitnya menjual hasil karya mereka dikarenakan masyarakatnya mampu membuat produk yang sama (akibat dari pelatihan yang generik dari lembaga-lembaga). Berbekal ingin menyelesaikan masalah tersebut, tim pengabdian mencoba untuk turun membantu dengan cara memberikan pemahaman tentang online marketing sebagai media untuk penjualan dan promosi produk mereka ke khalayak luas (diluar wilayah desa mereka). Dengan begitu, permasalahan penjualan produk teratasi serta akan muncul wirausahawan baru dari masyarakat desa Palaan. Manfaat yang didapatkan oleh anggota PKK setelah kegiatan ini diantara lain kemampuan mengelola online shop, kemampuan bertransaksi secara online, dan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media promosi.

**Kata Kunci:** Online Marketing, Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Marketing, Media online

| Submitted: 12 Maret 2022 | Accepted: 20 April 2022 | Publish: 30 April 2022 |
|---|---|---|

## PENDAHULUAN

Kecanggihan teknologi saat ini kenyataannya banyak memberikan pilihan untuk mencari solusi atas beragam persoalan manusia termasuk dalam hal ekonomi sebagai pondasi dari kesejahteraan keluarga. Tingkatan kualitas kesejahteraan tidak terlepas dari tingkat kualitas sumber daya manusia. Tingkatan kualitas SDM tidak terlepas pula dari kemauan dan rangsangan untuk masyarakat pembelajar. Kecanggihan teknologi internet

dapat memadukan antara kebutuhan keilmuan dengan media yang praktis, ekonomis, efektif, targeted, segmented dan tetap menyenangkan. Pada umumnya memang internet sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas kecerdasan dan ketrampilan pengguna, demikian tentu karena internet menyediakan banyak fitur dan fasilitas baik yang berbayar ataupungratis.

Meskipun sebagian masyarakat telah merasakan kemanfaatan internet sebagai sarana berkomunikasi hingga berbisnis, akan tetapi masih banyak pula masyarakat yang masih memandang bahwa menggunakan internet adalah sesuatu hal yang sangat rumit, harus memahami teknologi, dan harus berpendidikan tinggi. Untuk itu perlu adanya cara pandang baru bagi mereka. Bahwa berselancar di dunia maya sekaligus menjalankan bisnis bukanlah hal yang sulit. Cara pandang yang lama perlu dirubah ke arah menjadi pribadi UMKM yang visioner dan memiliki jiwa entrepreneurship yangkuat.

Online Marketing atau pemasaran berbasis digital kini menjadi opsi utama bagi banyak orang untuk memulai suatu bisnis. Sigital marketing adalah suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet (jurnal.id). Pemasaran berbasis digital internet mencakup semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet. Bisnis ini memanfaatkan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial, email, dan situs web untuk terhubung dengan para pelanggan dan calon pelanggan. Jumlah pengguna bisnis online kini terus meningkat. Bahkan, penggunaan internet "konstan" di kalangan orang dewasa meningkat sebesar 5% hanya dalam tiga tahun terakhir, menurut Pew Research. Era digital ini, cara orang berbelanja dan membeli benar-benar telah berubah seiring dengan perkembangan teknologi. Secara faktual, pemasaran offline tidak seefektif dulu.

Problem yang kini tengah dihadapi oleh komunitas Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Desa Palaan Kecamatan Ngajum kabupaten Malang adalah adanya kesulitan dalam memasarkan berbagai produk *handmade* (buatan tangan) dari warga setempat. Anggota PKK Desa Palaan sesungguhnya memiliki berbagai produk unggulan seperti batik jumput, keripik khas palaan, minuman sari buah segar, dan berbagai produk olahan lainnya. Banyaknya pelatihan-pelatihan yang secara gratis diterima oleh warga Desa Palaan pada umumnya dan anggota PKK khususnya menjadi sebuah permasalahan karena meningkatnya kreativitas dan produk yang dapat mereka buat tidak didampingi dengan pelatihan penjualan sehingga dapat menimbulkan situasi dimana *skilled worker* (pekerja terampil) tidak dapat menjual produk buatannya. Sampai dengan saat ini metode pemasaran yang ditempuh masih menggunakan cara- cara tradisional seperti menjajakan produknya di kantor PKK dan menitipkan produk olahan tersebut ke toko-toko sekitar yang lagi-lagi akan menimbulkan masalah karena barang yang dijual pada dasarnya dapat dibuat juga oleh warga Desa Palaan yang mengikuti pelatihan yang sama dengan penjual barang.

Permasalahan inilah yang perlu mendapat solusi. Inisiatif menggunakan metode pemasaran online belum tampak dilakukan oleh warga. Untuk itulah perlu dilakukan pelatihan yang memadukan antara spirit entrepreneurship dengan teknik menjual produk dengan metode online. Pelatihan online marketing ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk melebarkan jelajah pasar produk-produk anggota PKK desa Palaan, dan pada masa yang akan dating akan memunculkan wirausahawan baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lingkungan desa Palaan.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian pada masyarakat berbasis komunitas di Desa Palaan ini agar masyarakat desa secara keseluruhan dan anggota PKK khususnya mampu meningkatkan pendapatan mereka dengan menambah sumber pendapatan rumah tangga lewat penggunaan online marketing bagi produk yang mereka buat sendiri. Dengan keahlian yang telah mereka miliki dibidang produksi barang jadi, mereka telah memiliki peluang untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Hanya saja sampai saat ini penjualan produk mereka hanya terbatas di sekitar Desa Palaan saja.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki sasaran untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan memberikan pelatihan dibidang online marketing dan memberi pendampingan sebagai bentuk dari penyelesaian masalah yang dihadapi oleh anggota PKK dalam pemasaran produk dan membantu masyarakat Desa Palaan secara keseluruhan.

Pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan metodologi berupa Konsep Pendidikan Berbasis Masyarakat, yang mana merupakan impelementasi dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat. Dari konsep di atas dapat dinyatakan bahwa Pendidikan Berbasis Masyarakat adalah pendidikan yang dikelola oleh masyarakat dengan memanfaatkan fasilitas yang ada di masyarakat dan menekankan pentingnya partisipasi masyarakat pada setiap kegiatan belajar serta bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Konsep dan praktek PBM tersebut adalah untuk mewujudkan masyarakat yang cerdas, terampil, mandiri dan memiliki daya saing dengan melakukan program belajar yang sesuai kebutuhan masyarakat.

PBM pada dasarnya dikembangkan dan dilaksanakan dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk kepentingan masyarakat itu sendiri. Melalui lembaga-lembaga PBM (dimana yang dimaksud dalam pengabdian ini adalah PKK), masyarakat berupaya untuk memperbaiki kehidupannya secara terus-menerus melalui pemberdayaan dengan sarana pendidikan dan pelatihan. Dari sini kemudian berkembang model-model atau bentuk PBM.

Dalam PBM masyarakatlah yang menjadi tuan atau pemilik di rumahnya sendiri. Pihak lain dalam hal ini Universitas/tim pengabdian hanya berfungsi untuk memfasilitasi, atau mendampingi segala kegiatan yang ada kaitannya dengan PBM, tanpa ada unsur memaksakan kepentingan. PBM merupakan mekanisme yang memberikan peluang bagi setiap orang dalam masyarakat untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan teknologi melalui pembelajaran seumur hidup.

Dengan konsep ini tim akan mencoba memberikan pengetahuan di bidang online marketing, keterampilan dalam mengelola online shop, hingga cara pemotretan produk untuk menarik perhatian calon pembeli. Tak lupa dilakukan pendampingan dalam perjalanannya untuk dapat benar-benar menyalurkan ilmu pengetahuan kepada mitra nantinya. Strategi pelaksanaan yang dipakai nantinya adalah dengan pendekatan secara personal kepada mitra, memberikan penjelasan bahwasannya tim pengabdian datang untuk membantu mitra dalam memecahkan masalah yang sedang di alami oleh mitra, dalam hal ini adalah masalah penjualan produk. Kelemahan dari metode ini adalah tiap kegiatan sangat bergantung dengan semangat partisipasi mitra, karena dalam pelaksanaannya tim pengabdian tidak dapat memaksa agar anggota mitra untuk datang keseluruhan, ditambah lagi tidak adanya insentif yang dapat diberikan pada anggota mitra yang datang ke kegiatan ini secara materiil.

Organisasi Pembinaan Kesejahteraan Keluarga atau yang lebih sering dikenal sebagai PKK merupakan suatu organisasi yang tujuan pembentukannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan hidup warga, khususnya lewat anggotanya yang merupakan ibu-ibu rumah tangga, dengan kegiatan-kegiatan yang condong pada ekonomi kreatif. Dengan kegiatan rutinan dimana para anggota PKK mendapatkan pelatihan pembuatan produk atau buah tangan yang tujuannya agar dapat dijual kembali oleh anggota PKK. Namun, yang terjadi di lapangan lebih sering tidak sesuai dengan ekspektasi dikarenakan banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi.

Mitra pada program pengabdian masyarakat disini adalah Kelompok PKK desa Palaan, Kec. Ngajum beranggotakan 40 orang ibu rumah tangga, dimana mereka memiliki jadwal pertemuan setiap bulan di tanggal 5 untuk membahas kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya, mengajukan proposal untuk pelatihan, membicarakan kejadian-kejadian sosial yang terjadi di lingkungan mereka tinggal. Kendala yang dihadapi oleh para anggota PKK disini terutama karena adanya anggota yang menjabat juga di KOPWAN desa, dimana KOPWAN yang dimiliki Desa Palaan terbagi menjadi 2, yaitu KOPWAN Abadi dan KOPWAN Kartini. Dengan bertumpuknya tanggung jawab yang dipikul oleh anggota PKK tersebut maka timbulah permasalahan dalam pelaksanaan tugas yang sering kali lalai di kerjakan. Dalam konteks lebih dasar, tujuan menjadi Anggota PKK untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangga pun akan sulit tercapai, sedangkan dari wawancara yang dilakukan kepada anggota PKK ditemukan bahwa pelatihan pembuatan produk tidak kurang-kurangnya mereka dapatkan.

Mitra program pengabdian masyarakat ini lebih sering mendapatkan pelatihan-pelatihan secara cuma-cuma dari berbagai lembaga, dimana para anggota PKK dilatih untuk memiliki ketrampilan membuat suatu produk. Akan tetapi, sangat disayangkan oleh para anggota PKK setelah mendapatkan pelatihan-pelatihan tersebut mereka langsung dilepas oleh lembaga yang memberikan pelatihan tanpa ada pengenalan tentang pasar penjualan dan target konsumen dari produk yang dapat mereka produksi setelah mengikuti pelatihan tersebut, sehingga dalam keadaan lapangannya, ini sama sekali tidak memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara signifikan.

Berangkat dari analisis situasi diatas, organisasi PKK di Desa Palaan kecamatan Ngajum kabupaten Malang sesungguhnya tengah mengalami problem ditingkatan memasarkan produk olahan. Produk unggulan yang mereka buat (batik jumput, keripik khas Palaan, minuman sari buah segar dan lain-lain) sampai saat ini masih dipasarkan dengan cara-cara tradisional seperti di titipkan ke toko- toko terdekat di kawasan Desa Palaan atau dijual di pasar, yang notabene wilayah jangkauan pasarnya masih minim. Melalui cara tradisional ini tingkat pemasukan anggota PKK pun menjadi kurang maksimal. Permasalahan pemasaran ini membutuhkan perhatian yang serius dari berbagai pihak diantaranya Perguruan Tinggi. Universitas Islam Raden Rahmat Malang sebagai kampus terdekat melalui salah satu Pilar Khaira Ummahnya *(Green Technology*) memiliki fokus kajian berupa *smart technology* yang dapat memberikan solusi atas problem yang sedang dihadapi oleh anggota PKK desa Palaan.

Online marketing adalah bagian kecil dari smart technology yang menginginkan agar masyarakat memilih teknologi untuk menunjang aktivitas hidupnya termasuk dalam berbisnis. Permaslahan pemasaran yang dihadapi oleh anggota PKK Desa Palaan tersebut

memerlukan sentuhan pelatihan online marketing yang bertujuan untuk memudahkan cara berbisnis sekaligus mendekatkan para penjual dengan pembeli.

## METODE

Tahapan atau langkah-langkah pada pengabdian ini dapat diuraikan secara singkat seperti dibawah ini:

1. Kordinasi dengan stakeholder, pada tahap ini akan dilakukan diskusi mendalam terkait permasalahan yang sedang dihadapi olehmitra.
2. Pemetaan permasalahan, berupa FGD dengan pemangku kepentingan agar permasalahan yang tengah dialami dapat dipetakan secaradetail.
3. Pelatihan online marketing, sebagai solusi untuk memperluas jangkauan pasar dari produk unggulan yang telah dihasilkan olehmitra.
4. Follow up dan pendampingan, berupa pendampingan pengelolaan akun bisnis yang telah dan akan dibuat oleh anggotakomunitas.
5. Evaluasi terhadap perkembanganpenjualan dan promosi produk
6. Menindaklanjuti hasil evaluasibersama
7. Sharing pengalaman secara rutin di internal komunitas PKK desaPalaan.

Diharapkan dengan berjalannya Program pengabdian di Desa Palaan ini akan menarik minat warga secara umum untuk terjun aktif dalam bisnis secara *online*. Guna menyebarkan minat ini maka dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan tidak secara ekslusif diberikan pada anggota PKK saja, namun warga yang berminat pun diperbolehkan untuk mengikutinya. Tujuannya agar dimasa yang akan datang warga desa tidak takut untuk menjadi pengusaha dibidang *online retail* dan pastinya menambah penghasilan tanpa mengganggu waktu kerja mereka. Apabila tujuan ini tercapai, maka dapat dipastikan kesejahteraan desa secara keseluruhan akan meningkat pula.

Bagi pengusaha mikro yang telah memiliki produk dan calon wirausahawan baru yang nantinya muncul dari anggota PKK khususnya dan warga Desa Palaan umumnya maka akan dilakukan pendampingan rutin hingga mandiri dalam penggunaan medsos sebagai sarana promosi serta penggunaan website toko online resmi sebagai lapak utama dalam menjual produk. Dalam praktiknya nanti, anggota PKK akan dibuatkan satu akun dalam salah satu website toko online resmi yang nantinya akan menjadi media pembelajaran para anggotanya, melalui trial and error dalam pemakaian akun tersebut diharapkan muncul pemahaman yang lebih mendalam dan memunculkan keinginan untuk membuat akun secara mandiri guna mempermudah penjualan produk yang sifatnya karya/produksi individu.

Pada pemaparan sebelumnya, ditemukan permasalahan utama yang terjadi di lingkup warga Desa Palaan terutama pada ibu rumah tangga yang tergabung dalam Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam satu tahun mendapatkan pelatihan-pelatihan pembuatan produk/buah tangan namun selalu tidak ada tindak lanjut setelah pelatihan tersebut. Dimana hal ini membuat mereka bingung dalam menggunakan keterampilan yang telah mereka miliki tersebut. Pendekatan yang ditawarkan sebagai solusi dalam memecahkan masalah ini adalah dengan adanya pemberian pengetahuan tentang jual-beli

secara online, bagaimana memanfaatkan medsos sebagai pasar digital untuk mengenalkan produk pada calon pembeli, dan pelatihan dalam pembuatan akun serta pengelolaan toko online yang nantinya akan mengarahkan warga Desa Palaan untuk menggunakan keterampilan mereka dalam membuat produk kearah kegiatan ekonomis sebagai penambah penghasilan rumah tangga.

Dikarenakan kegiatan penjualan online ini tidak menyita waktu, maka hampir pasti tidak akan terjadi gesekan dalam keluarga nantinya. Terutama pada warga desa dimana peran yang diemban anggota keluarga tidak dapat diganggu gugat (suami bekerja, istri mengurus rumah dan anak). Hal ini akan membuat kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan tidak akan menemui resistensi sama sekali. Sebaliknya, apabila informasi mengenai pemahaman marketing online ini tersampaikan dengan baik bukan tidak mungkin pihak mitra akan mengundang kembali dalam kegiatan yang sama maupun pendampingan lanjutan untuk warga desa yang berminat.

Solusi yang dapat ditawarkan untuk mensupport program PKK Desa Palaan tersebut adalah diadakannya pelatihan online marketing agar produk-produk unggulan PKK dapat semakin meningkat penjualannya dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Saat kedua hal ini tercapai, dapat dipastikan angka atau jumlah mata pencaharian perempuan berupa pengusaha kecil, menengah hingga besar di Desa Palaan akan meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan pula kesejahteraan masyarakat.

Melalui pelatihan ini, anggota PKK Desa Palaan akan memiliki strategi jitu dalam memasarkan produk unggulan mereka ke pasar yang lebih luas dan calon pembeli yang spesifik. Mereka juga akan dilatih untuk membuat dan mengelola akun bisnis yang representatif dan memiliki daya saing dengan kompetitor yang telah ada, guna meningkatkan jumlah penjualan produk. Melalui akun bisnis online ini mereka akan digiring untuk turut bersaing pada marketplace yang telah ada saat ini dengan tujuan agar jangkauan produk merekasemakin luas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah terlaksana dari target pengabdian sampai pada tanggal pengumpulan laporan kemajuan ini adalah terlaksananya pelatihan online marketing kepada anggota PKK Desa Palaan pada tanggal 27 Agustus 2019, dengan dibantu oleh mahasiswa yang sedang melaksanakan program KKN di desa Palaan. Materi kegiatan: Pemahaman Jual-Beli online, Keuntungan menjual produk melalui media online dan website toko online, trik untuk memperluas jangkauan penjualan produk dengan fitur online shop yang tersedia, penggunaan hashtag (#) guna mempermudah pembeli mencari produk, dan pemanfaatan foto produk sebagai penarik minat beli.

Dalam kegiatan pelatihan ini banyak sekali pertanyaan-pertanyaan yang timbul dari peserta kegiatan, yang mana mereka memiliki pengalaman buruk dalam jual-beli online sehingga timbul keraguan untuk terjun menggunakan media berbasis online sebagai alat untuk penjualan produk mereka. Disinilah peran pemateri untuk memberikan pengetahuan yang benar tentang cara penggunaan media berbasis online dan bagaimana pada era 4.0 ini keamanan dalam bertransaksi sangat terjamin (apabila menggunakan platform toko online resmi seperti bukalapak).

Gambar 1 Tim Pengabdian dan Peserta KKNT bersama Anggota PKK

Setelah dilaksanakannya kegiatan pelatihan pada tanggal 27 Agustus 2019, tim pengabdian dibantu oleh peserta KKN menemui anggota PKK guna melakukan pendampingan dalam kelanjutan pelatihan, dimana tim pengabdian dan peserta KKN menjelaskan secara langsung dan satu per satu tentang online marketing dan online shop serta menunjukkan bagaimana cara membuat akun online shop hingga upload foto produk. Antusiasme dari peserta kegiatan pendampingan pertama sangat tinggi, ini dapat dilihat dari pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh peserta dan bagaimana mereka menyerap ilmu yang disampaikan secara cepat. Dari anggota PKK yang datang dalam pendampingan ini diharapkan timbul minat untuk mendalami penggunaan online shop yang nantinya akan memunculkan wirausahawan baru di desa Palaan.

Gambar 2 Kegiatan Pendampingan Online Marketing (1)

Dalam kegiatan pendampingan kedua, terlihat penurunan antusiasme dari anggota mitra dalam mengikuti kegiatan. Dilihat dari penurunan jumlah peserta yang datang dan ditengarai karena kesibukan masing-masing yang mana beberapa anggota PKK juga

menjabat di dua KOPWAN yang ada di desa Palaan, sehingga terdapat kesulitan dalam membagi waktu terutama saat kegiatan pendampingan kedua ini dilaksanakan bersamaan dengan rapat kordinasi KOPWAN Abadi.

Gambar 3 Kegiatan Pendampingan Online Marketing (2)

Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah diadakan selama masa pengabdian di Desa Palaan dapat dilihat adanya peningkatan dibidang penggunaan online shop melalui aplikasi yang telah mereka pasang di handphone. Walaupun belum mencapai tahapan dimana keseluruhan mitra memiliki akun toko virtual yang terdaftar di online shop, namun minat mereka untuk belajar dan mencoba bertransaksi lewat online shop semakin meningkat. Terlepas dari pengalaman buruk dimana mereka pernah tertipu saat bertransaksi jual-beli online, dengan adanya kegiatan pengabdian yang telah terlaksana ini, tingkat kepercayaan mereka terhadap online shop yang resmi turut meningkat pula.

Beberapa anggota mitra yang telah memiliki akun toko virtual sebelumnya, yang digunakan sebagai sarana usaha dalam menjual produk mereka, mulai mempraktekkan apa yang telah mereka pelajari dari pelatihan dengan tips dan trik agar barang mereka mudah untuk dicari lewat mesin pencarian dari online shop, juga dengan menampilkan foto produk yang lebih baik dan jelas menggunakan teknik photografi yang telah diajarkan saat pelatihan.

Untuk melihat adanya peningkatan dari segi keuntungan penjualan maupun kuantitas barang yang terjual dibutuhkan waktu observasi yang lebih lama lagi (6 bulan sejak pelaksanaan pelatihan dan pendampingan). Ini dikarenakan penggunaan aplikatif dari ilmu yang disampaikan belum 100%, dalam jangka waktu dimana mitra melewati tahap-tahap percobaan aplikatif dari ilmu yang disampaikan, ada masa trial and error yang harus dipikirkan juga dimana mereka masih mencoba cara yang tepat untuk digunakan bagi produk dan cara penjualan.

## KESIMPULAN

Program pendampingan dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun meskipun belum semua peserta pendampingan menguasai dengan baik materi yang disampaikan, terlebih karena penyampaian materi terkendala jadwal anggota PKK yang saat pelaksanaan bentrok dengan jadwal dadakan mereka. Akan tetapi, Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik terbukti

dengan keaktifan peserta mengikuti pelatihan dan pendampingan dengan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu pelatihan berakhir serta banyaknya pertanyaan yang diajukan saat sesi tanya jawab berlangsung.

Berdasarkan evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan maka terdapat beberapa saran yang dapat dituliskan:

1. Waktu kegiatan ditambah agar dapat dimaksimalkan dalam jumlah pelatihan yang dapat diberikan kepada anggota PKK. Disatu sisi, karena ada penurunan antusiasme peserta terhadap pelatihan apabila hari pelatihan berdekatan maka disarankan untuk membuat jadwal dengan jarak beberapa hari.
2. Perlu adanya kegiatan lanjutan berupa pelatihan dengan tema yang sama maupun pendampingan secara periodik agar tidak terkesan melepas mitra setelah masa pengabdian berakhir.

## DAFTAR PUSTAKA

Ace Suryadi dan Tilaar.1993. *Analisis Kebijakan Pendidikan Suatu Pengantar.*Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Chen-Ling, & Lie, E-Marketing guide for product and service, Journal of American Academy of Business, 2006, Cambridge.

https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/. Diakses 12 Pebruari 2022.

Kannan, P.K, & Hongshuang, L. 2016. Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. International Journal of Research Marketing.

Rahayu, M. 2012. Digital Marketing cara komunikasi dua arah. http. Swa-co Dokumen pemerintah desa Palaan.