

GUYUB

Journal of Community Engagement

Vol. 3, No. 2, Agustus 2022



PKM Keterlibatan Dosen dan Mahasiswa Profesi Ners sebagai Tim Kesehatan Pos Penyekatan PPKM Darurat se Jawa- Bali di Kabupaten Probolinggo

Setiyo Adi Nugroho, Ahmad Arief Lizamani, Zainal Munir

PKM Pendampingan dan Pelatihan Microsoft Office Untuk Meningkatkan Ketrampilan Santri Pesantren Nurul Hidayah

Sudriyanto, Sukma Agung Adi Luwih , Syamsul Arifin , Wahyu Pratama Mukti , Wakiludinil Hasan

PKM Pelatihan dan Pendampingan Literasi (Baca Tulis) Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan bagi Siswa MI Tarbiyatul Islam

Feriska Listrianti, Rizki Sandi Kurniawan, M. Alfin Fauzi, Selvi Ika Damayanti

GUYUB

Journal of Community Engagement

GUYUB

Journal of Community Engagement

Vol. 3, No. 2, 2022

Editor in Chief

Achmad Fawaid, (SCOPUS ID: 57214837323)

Managing Editors

Hasan Baharun, (ID SCOPUS : 57200983602)

Sugiono Sugiono, (SCOPUS ID : 57199578160)

Ismail Marzuki, (SCOPUS ID: 57201500245)

Subhan Rachman, (SCOPUS ID: 57192937912)

Nurul Huda, (SINTA ID: 6119615)

Syamsuri, (SINTA ID: 6116825)

Ridhatullah Assya'bani, (SINTA ID: 6200862)

Peer Reviewers

Miftahul Huda, (SINTA ID: 6171566), University of Antwerp, Belgium

Achmad Naufal Irsyadi (SINTA ID: 6704870), Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Sukamto Sukamto, (SINTA ID: 5979034), Universitas Widya Gama Malang, Indonesia

Deny Utomo, (SINTA ID: 6016108), Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Fariz Alnizar, (SCOPUS ID: 6659824), UNUSIA Jakarta, Indonesia

Fuad Rahman, (SCOPUS ID: 57201474778), UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Saifuddin Zuhri Qudsy, (SCOPUS ID: 57213595165), UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Akhmad Anwar Dani, (SINTA ID: 14305), IAIN Surakarta, Indonesia

Maufur Maufur, (SINTA ID: 5989329), IAIN Kediri, Indonesia

Siti Mahmudah Noorhayati, (SINTA ID: 6726997), IAIN La Roiba Bogor, Indonesia

Busro Busro, (SCOPUS ID: 57205022652), UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Akmal Mundi, (SCOPUS ID: 57205059378), UNUJA Probolinggo, Indonesia

Section Editor

Ahmad Zubaidi, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

GUYUB: Journal of Community Engagement is a multidisciplinary journal which aims to disseminate the conceptual thoughts and research results in the area of community service. This journal focuses on the main problems of the community engagement areas, such as (1) training, marketing, appropriate technology, design; (2) student community services; (3) community empowerment, social access; (4) education for sustainable development, etc.

GUYUB: Journal of Community Engagement is published three times a year (April, August, December) by Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia.

Editorial Office:

GUYUB: Journal of Community Engagement

Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia 67291.

Phone: 0888 30 77077, Hp: 082318007953

Email: jurnal.guyub@gmail.com

Website: <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/guyub/index>

Tables of Content

76-92

PKM Keterlibatan Dosen dan Mahasiswa Profesi Ners sebagai Tim Kesehatan Pos Penyekatan PPKM Darurat se Jawa- Bali di Kabupaten Probolinggo

Setiyo Adi Nugroho, Ahmad Arief Lizamani, Zainal Munir

92-99

PKM Pendampingan dan Pelatihan Microsoft Office Untuk Meningkatkan Ketrampilan Santri Pesantren Nurul Hidayah

Sudriyanto, Sukma Agung Adi Luwih , Syamsul Arifin , Wahyu Pratama Mukti , Wakiludinil Hasan

100-107

PKM Pelatihan dan Pendampingan Literasi (Baca Tulis) Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan bagi Siswa MI Tarbiyatul Islam

Feriska Listrianti, Rizki Sandi Kurniawan, M. Alfin Fauzi, Selvi Ika Damayanti

108-122

PKM Pendampingan Communicative Concept Mapping Proyek Islamisasi Kurikulum Pendidikan di Pesantren Nurul Jadid

Rojabi Azharghany, Shafira Aulia, Shofiatul Meiniah, Mufliha, Ulfi Nadiroh. Zahratul Fikri An-Nabila

123-131

PKM Pendampingan dan Pelatihan Penggunaan Aplikasi Pelaporan Absensi Siswa through WhatsApp di MI Raudlatul Ulum Karanggeger

Maulidiansyah, Hikmatul Wasidah, Inayatul Maula, Jamiatul Uhrowiyah

123-131

PKM Peningkatan Penjualan Tahu melalui Digital Marketing pada UKM Produksi Tahu di Desa Brani Kulon

Cahyuni Novia, Nanda Kurnia Agusmawati, Nurrika Riskya

132-145

PKM Peningkatan Penjualan Tahu melalui Digital Marketing pada UKM Produksi Tahu di Desa Brani Kulon

Cahyuni Novia, Nanda Kurnia Agusmawati, Nurrika Riskya

146-155

PKM Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Kelompok PKK Desa Jabungsisir dengan Sistem Informasi Ulem-Ulem Berbasis Android

Abdul Karim, Sofyan Hajar Hamzah, Abd. Rohim

156-167

PKM Pelatihan Komputer Untuk Peningkatan SDM bagi Siswa-siswi SDN Banjarsari III

Mochammad Faid, Ahmad Baidowi Eko Fitra Firmada, Dwi Lucky Setyawan, Muhammad Rizky Pratama , Ilham Rahmadan , Rizqi Fawaid , Ahmad Muzakki Eko Fitra Firmadani, Moch. Aqil Aulady, Yogis Dirga Primanda, M. Robith Widadi, Wafi Rijal Fahmi

168-194

PKM Pendampingan Perluasan Jaringan Wi-Fi Pada Madrasah Ibtidaiyah Al-Azhari
Syaiful, Ahmad Ali Afandi, Asik Kurniawan, Arik Wagiyanto, Anugrah Teguh Wahyudi

168-194

PKM Pendampingan Akuntabilitas Fundraising untuk Meningkatkan Literasi Ziswaf pada Customer Trust di MWC NU Paiton
Muhammad Syaiful Suib, Hanifatun Ni'mah, Siti Nurma Ayu, Anadia Sabrina, Siti Fatimatuz Zahro, Dwi Yuni Erlina Rahmawati, Ike Nurjannah, Arini Camilia Witri

PKM Peningkatan Penjualan Tahu melalui Digital Marketing pada UKM Produksi Tahu di Desa Brani Kulon

Cahyuni Novia¹, Nanda Kurnia Agusmawati², Nurrika Riskya³

Universitas Nurul Jadid, Paiton Probolinggo^{1,2,3}

vhie771108@gmail.com¹, nandakurnia382@gmail.com², nurrikariskya@gmail.com³

Submission: 2022-08-22

Received: 2022-08-29

Published: 2022-08-31

Keywords: Digital marketing, Google Maps, Marketplace, SMEs producing tofu

Abstract. Internet-based technology has a great impact on the business world. In addition, technological developments also create great business opportunities. But on the other hand, the increase in internet users is not followed by an increase in the ability of SMEs, especially SMEs to produce tofu by Mrs. Suraye in Brani Kulon Village. The lack of knowledge of the owners of SMEs producing tofu, Mrs. Suraye in Brani Kulon Village, about digital marketing has inspired the community service team to provide assistance and training in the use of information and communication technology. Then you can practice it directly by using the Google Maps application and the Tokopedia marketplace. The goal to be achieved in this community service activity is to increase sales of SMEs to produce Mrs. Suraye's tofu. The method used in this service is mentoring and training SME partners in tofu production in using digital marketing for their business. The result of this service activity is an increase in the knowledge and skills of SME owners in the use of technology, especially the Google Maps application as a means of information on the location of SMEs and the use of Tokopedia accounts as a medium for online sales. The impact of digital marketing is very influential in expanding the marketing network so as to increase the sales of Ms. Suraye's tofu production SMEs.

Katakunci: Digital marketing, Google Maps, Marketplace, UKM produksi tahu

Abstrak. Teknologi berbasis internet memberikan dampak yang besar terhadap dunia bisnis. Selain itu, perkembangan teknologi juga menciptakan peluang bisnis yang besar. Tetapi di sisi lain, peningkatan pengguna internet tidak diikuti dengan peningkatan kemampuan UKM, khususnya UKM produksi tahu Ibu Suraye di Desa Brani Kulon. Minimnya pengetahuan pemilik UKM produksi tahu Ibu Suraye di Desa Brani Kulon mengenai *digital marketing* menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat untuk melakukan pendampingan dan pelatihan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Kemudian dapat mempraktekannya secara langsung dengan memanfaatkan aplikasi *google maps* dan *marketplace* Tokopedia. Tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan penjualan UKM produksi tahu Ibu Suraye.

Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendampingan dan pelatihan mitra UKM produksi tahu dalam menggunakan *digital marketing* bagi usaha mereka. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemilik UKM dalam pemanfaatan teknologi khususnya aplikasi *google maps* sebagai sarana informasi lokasi UKM dan penggunaan akun Tokopedia sebagai media untuk melakukan penjualan online. Dampak dari *digital marketing* ini sangat berpengaruh dalam memperluas jaringan pemasaran sehingga mampu meningkatkan penjualan UKM produksi tahu Ibu Suraye.

1 Pendahuluan

Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Internet menawarkan peluang perusahaan untuk dapat berkembang dengan terlibat dengan pembeli potensial secara *real time* (Gupta, 2020). Selain itu, internet juga telah menjadi faktor yang paling mempengaruhi budaya, ekonomi dan perubahan sosial yang terlihat pada awal abad ke-21 (García *et al.*, 2020). Hasil laporan Digital 2020 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 64% pengguna internet dari total populasi di Indonesia pada tahun 2020 (Tim Hootsuite dalam Stefanny & Tiara, 2021). Dengan meningkatnya tren digital ini, semakin banyak pula platform digital yang ada di Indonesia, salah satunya platform *digital marketing*.

Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media *online* sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya (Wardhana, 2015). Menurut Gupta (2020), bahwa setiap perusahaan perlu menggunakan alat pemasaran digital untuk bersaing dalam lingkungan pemasaran digital yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan mitra UKM produksi tahu untuk membangun *digital market* untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan.

Brani Kulon merupakan sebuah desa di Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. Di Desa ini terdapat banyak UKM produksi tahu, salah satu UKM yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah UKM produksi tahu Ibu Suraye. Proses produksi tahu pada UKM ini masih dilakukan secara tradisional. UKM ini memproduksi tahu setiap hari kemudian menjualnya di pasar. Lokasi mitra UKM berada di Dusun Tengah Mudin RT10 RW03 Desa

Brani Kulon. Lokasi tersebut cukup sulit dijangkau dan belum diketahui banyak orang dari wilayah lain karena lokasi mitra masih belum tersedia pada *google maps*.

Tahu mengandung berbagai zat yang sangat baik jika dikonsumsi untuk meningkatkan gizi. Selain itu, tahu juga memiliki rasa yang enak (Hartini *et al.*, 2021). Tahu merupakan makanan bergizi tinggi dari Cina yang dihasilkan dari ekstrak kedelai (Zheng *et al.*, 2020). Proses pembuatan tahu banyak dilakukan di Industri kecil seperti Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Aprianto & Purnomo, 2014). Termasuk mitra pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yang merupakan UKM produksi tahu skala industri kecil. Produksi tahu yang dilakukan mitra setiap hari, dengan pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional, yaitu dijual secara langsung di pasar tradisional. Hal ini mengakibatkan terbatasnya jangkauan pemasaran dan konsumen yang dapat mengetahui produk yang dihasilkan oleh mitra.

UKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, tetapi sebagian besar UKM memiliki permasalahan yang hampir sama. Permasalahan tersebut berkaitan dengan keterbatasan permodalan, kualitas sumber daya manusia, dan strategi untuk memasarkan produk (Maulida & Yunani, 2018). Strategi pemasaran yang tepat dapat mendukung daya saing produk UKM melalui peningkatan minat beli konsumen (Garside *et al.*, 2020). Kegiatan pemasaran produk yang dihasilkan oleh mitra saat ini masih dilakukan dengan cara konvensional. Mitra hanya memasarkan tahu hasil produksi melalui pasar tradisional dan berdagang keliling. Minimnya pengetahuan pemilik UKM produksi tahu di Desa Brani Kulon mengenai *digital marketing* menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat untuk melakukan sosialisasi, memberikan pendampingan dan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk kegiatan *marketing*. Setelah mengetahui manfaat penggunaan teknologi informasi maka, mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis bagi usahanya, serta dapat mempraktekannya secara langsung dengan memanfaatkan aplikasi *google maps* dan *marketplace* tokopedia. Hal ini dilakukan agar jangkauan pemasaran dapat lebih luas sehingga volume penjualan dapat meningkat.

2 Metode

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah melakukan pendampingan dan pelatihan *digital marketing* untuk mitra kegiatan yaitu, UKM produksi tahu Ibu Suraye dengan menggunakan dengan aplikasi google bisnisku agar lokasi UKM produksi tahu Ibu Suraye dapat terlihat di aplikasi *google maps* dan melakukan kegiatan pemasaran tahu dengan menggunakan aplikasi *marketplace* Tokopedia. Pemilihan *marketplace* Tokopedia untuk menjual produk mitra secara online karena saat ini menjadi *marketplace* nomor satu di Indonesia yang memiliki sebesar 158,1 juta pengunjung pada kuartal 3 tahun 2021 (Wulandari *et al.*, 2022).



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Penjelasan mengenai setiap tahapan kegiatan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) sebagai berikut :

1. Membentuk panitia kegiatan yang disebut tim KKN OBE PKM yang terdiri atas 7 anggota, yang terdiri dari satu orang dosen sebagai tutor, konseptor, dan fasilitator. Sisanya 6 orang mahasiswi sebagai penyuluh mengenai *digital marketing* dan *market place* yang akan digunakan dan memberikan pelatihan dalam mengelola toko digital mitra.
2. Tim PKM menentukan materi pendampingan dan pelatihan serta menentukan lokasi kegiatan PKM yang sesuai dengan tema dan materi PKM.
3. Pelaksanaan kegiatan PKM di UKM produksi tahu Ibu Suraye desa Brani Kulon dengan melakukan pendampingan dan pelatihan UKM mengenai penggunaan akun *google maps* dan *marketplace* Tokopedia yang sudah dibuat oleh tim.

4. Melakukan evaluasi terhadap semua target kegiatan PKM. Menurut Menurut Supriyanto *et al.* (2019), Evaluasi adalah suatu proses untuk menentukan relevansi, efisiensi, efektivitas dan dampak kegiatan-kegiatan proyek/program sesuai dengan tujuan yang akan dicapai secara sistematis dan obyektif.
5. Penyusunan laporan kegiatan PKM sebagai bukti pertanggungjawaban program pengabdian.
6. Publikasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam jurnal ilmiah yang bertujuan untuk menambah referensi ilmiah yang terkait dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat khususnya pemanfaatan *google maps* sebagai sarana promosi agar konsumen mudah mengetahui lokasi UKM produksi Tahu Ibu Suraye dan memanfaatkan aplikasi *marketplace* pada tokopedia sebagai sarana pemasaran digital.

3 Hasil

Kegiatan Pengabdian ini memiliki target dan luaran sebagai wujud hasil dari kegiatan ini dengan memanfaatkan *google maps* sebagai sarana promosi untuk memberikan informasi lokasi UKM produksi tahu Ibu Suraye dan melakukan kegiatan pemasaran digital dengan memanfaatkan aplikasi *marketplace* Tokopedia. Adapun target dan luaran yang di hasilkan dari kegiatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Target dan luaran program pengabdian

Target	Luaran
1. Mengetahui tentang digital marketing dan teknik memasarkan produk melalui digital marketing.	1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam <i>digital marketing</i> .
2. Mendaftarkan lokasi usaha di <i>Google maps</i> .	2. Perluasan pasar usaha mitra.
3. Mendaftarkan usaha di marketplace.	3. Peningkatan tingkat kunjungan ke profil pasar digital mitra dan
4. Mengelola pemasaran produk melalui marketplace dengan menggunakan aplikasi yang telah daftar.	Peningkatan jumlah pelanggan mitra.
5. Berinteraksi dengan calon klien/konsumen.	4. Peningkatan penjualan dan produksi tahu mitra.
	5. Peningkatan kesejahteraan mitra UKM produksi tahu.

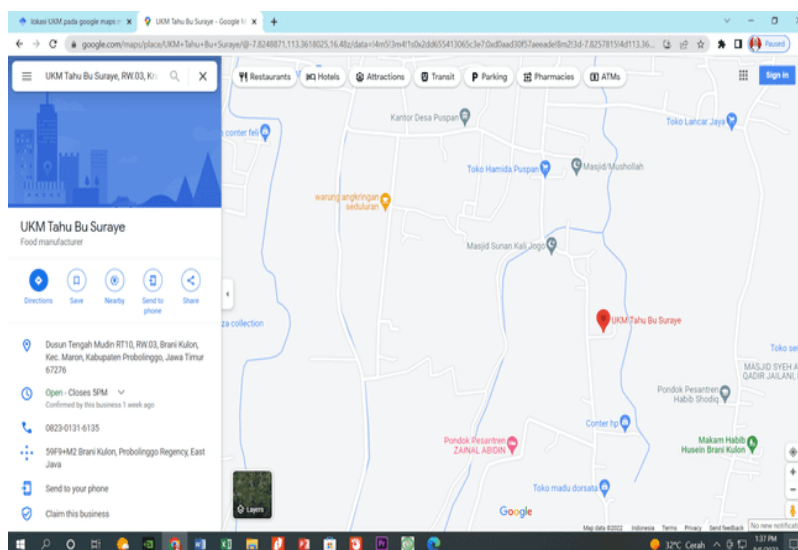
Dalam mencapai target dan luaran yang sudah ditetapkan dalam kegiatan PKM ini maka tim melakukan kegiatan sesuai dengan tahap-tahap sebagai berikut :

1. Membentuk panitia kegiatan yang disebut tim PKM yang terdiri dari satu orang dosen sebagai tutor, konseptor, dan fasilitator. Sisanya 6 orang mahasiswi sebagai penyuluh mengenai *digital marketing* dan *market place* yang akan digunakan dan memberikan pelatihan dalam mengelola toko digital mitra.
2. Tim menentukan materi pendampingan dan pelatihan kemudian menentukan lokasi kegiatan PKM yang sesuai dengan tema dan materi PKM. Setelah itu mempersiapkan materi pelatihan sesuai dengan tema. Masing-masing anggota tim mempunyai tanggung jawab terhadap materi dan tugas yang telah disusun sebelumnya.



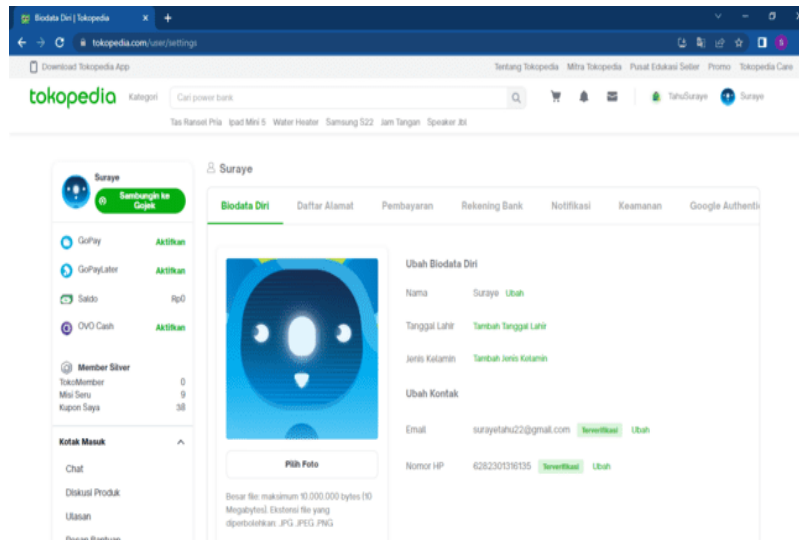
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pelaksanaan kegiatan PKM di UKM Tahu Ibu Suraye

3. Pelaksanaan kegiatan PKM di UKM produksi tahu Ibu Suraye dengan melakukan pendampingan dan pelatihan pada pemilik UKM dalam penggunaan akun google maps dan *marketplace* yang sudah disiapkan oleh tim PKM yaitu Tokopedia. Berikut merupakan tampilan titik lokasi UKM produksi tahu Ibu Suraye pada *google maps*.



Gambar 3. Lokasi UKM Produksi tahu Ibu Suraye pada *Google maps*

- Mendaftarkan UKM Produski tahu Ibu Suraye pada *Marketplace* Tokopedia. Dengan memanfaatkan *marketplace*, bisnis memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang luas bahkan global. Dalam dunia bisnis dapat mendukung pemotongan rantai distribusi, sehingga konsumen dapat memperoleh suatu produk dengan harga murah.



Gambar 4. Proses pendaftaran akun Tokopedia UKM Produksi tahu Ibu Suraye

- Melakukan evaluasi terhadap semua target kegiatan PKM. Tim PKM mengevaluasi semua materi pelatihan dengan melihat hasil setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan apakah mitra sudah bisa untuk melakukan interaksi dengan calon konsumen atau mengelola akun di marketplace Tokopedia. Evaluasi dilakukan sebagai bahan untuk koreksi untuk pembuatan laporan kegiatan PKM dan sebagai dasar referensi untuk penyusunan artikel ilmiah yang akan dipublikasikan. Hasil yang diperoleh bahwa mitra PKM sudah mengerti dan bisa melakukan interaksi dan mengelola akun *marketplace* di Tokopedia .

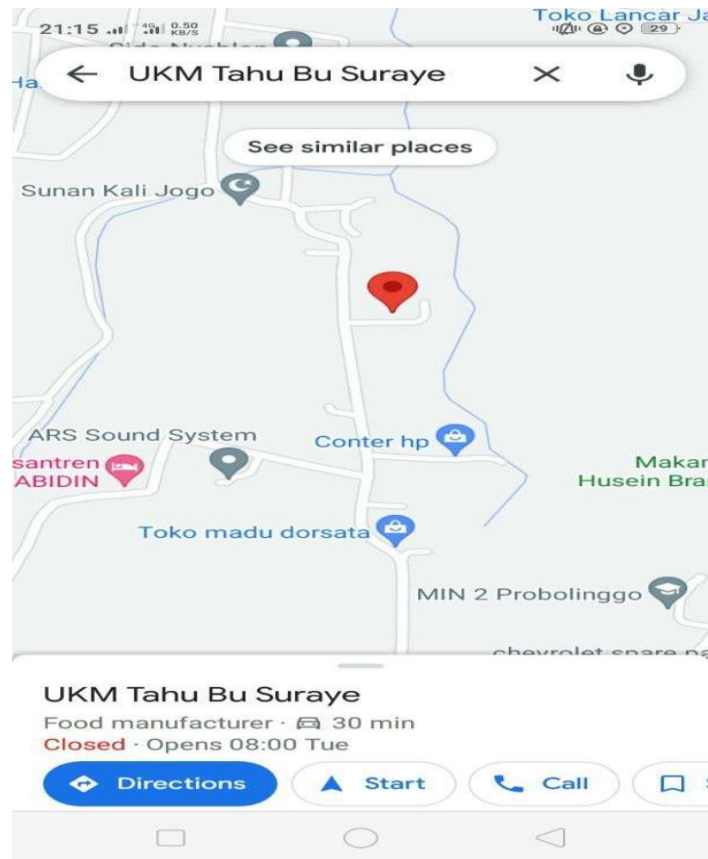
4 Pembahasan

Sektor usaha Kecil Menengah dianggap sebagai sumber penting lapangan kerja dan pembangunan. Pertumbuhan ekonomi di dunia semakin maju jika industri UKM dapat dikelola dengan baik (Mwika, 2018). Persaingan di berbagai bidang bisnis saat ini telah bersifat global. Tren saat ini dipercepat

oleh digitalisasi pasar dan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi (Mäki & Toivola, 2021). *Marketplace* merupakan media online yang dapat dijadikan wadah untuk bertemunya antara penjual dan pembeli sehingga dapat terciptanya transaksi jual-beli. Tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun *marketplace* juga dapat memperluas jangkauan pangsa pasar bagi pelaku bisnis UKM (Fitiyana *et al.*, 2021).

Penjualan produk-produk UKM di *marketplace* berdampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan UKM (Garcia, 2021). Menurut Praja *et al.*, (2018) Tokopedia merupakan salah satu *marketplace* yang memiliki pengguna yang tinggi rating dan memiliki fitur lengkap dibanding Shopee dan Bukalapak. Berdasarkan hasil review referensi maka Tim KKN OBE melakukan pendampingan dan pelatihan bagi UKM Produksi tahu Ibu Suraye agar dapat melakukan penjualan produk tahunya melalui Platform *marketplace* Tokopedia. Karena hasil observasi yang diperoleh TIM KKN OBE PKM bahwa UKM produksi Tahu Ibu Suraye belum mengetahui cara mendaftarkan usahanya media digital. Hal ini juga yang menyebabkan produksi tahu terus menurun sejak pandemi Covid-19 melanda dunia karena keterbatasan dalam melakukan pemasaran.

Kegiatan yang dilakukan pertama kali oleh TIM KKN OBE adalah mendaftarkan UKM Produksi Tahu Ibu Suraye di *Google maps*. Hal ini dilakukan agar calon konsumen mudah menemukan lokasi UKM. Maka diperlukan maka diperlukan acuan koordinat GPS melalui *smartphone*, titik acuan koordinat ini bisa menggunakan aplikasi *Google Maps*. Langkah-langkah membuat akun *Google Maps*: 1. Buka aplikasi *google maps* 2. Klik ikon menu berbentuk tiga garis vertikal yang berada di sudut kiri atas 3. Lalu, klik opsi "your places" 4. Selanjutnya, klik *maps* 5. Jika sudah selesai kemudian lanjutkan dengan klik *create map button*.

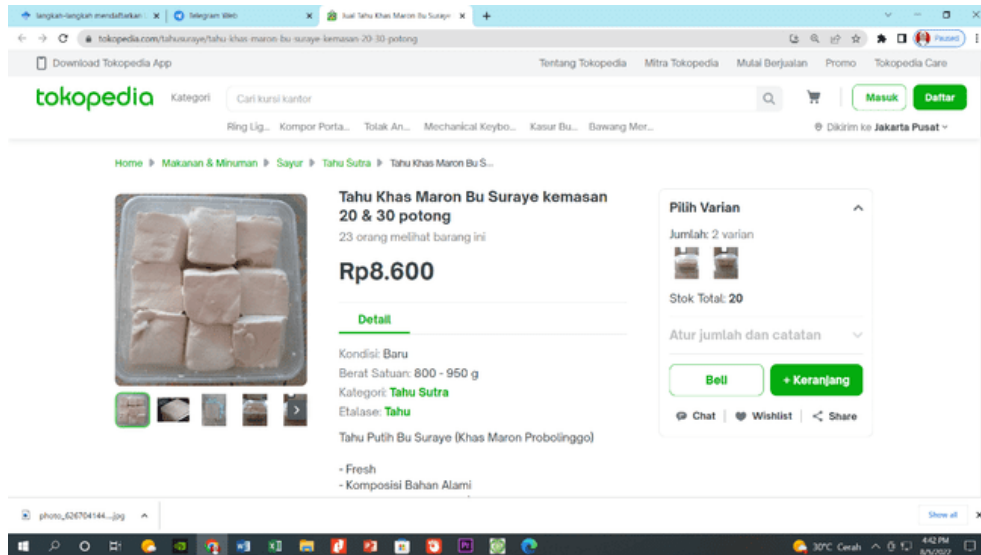


Gambar 5. Lokasi koordinat Google Maps UK Produksi tahu Ibu Suraye

Menurut Kusmiati (2022), beberapa keuntungan yang diperoleh dengan adanya penandaan lokasi pada *google maps* antara lain: a. memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi dengan akurat tanpa harus bertanya pada orang sekitar, b. sebagai sarana iklan gratis, c. konsumen mendapatkan informasi tentang alamat lengkap, jam operasional, nomor telpon, rute, produk yang dijual, dan testimoni dari pengunjung / konsumen.

Setelah lokasi UKM Produksi tahu Ibu Suraye sudah ada pada *google maps*, kemudian Tim KKN OBE PKM membantu mendaftarkan UKM produksi tahu Ibu Suraye pada *platform marketplace* Tokopedia. Dalam kegiatan ini UKM produksi tahu Ibu Suraye didampingi dan dilatih mengenai cara mendaftar ke Tokopedia. Langkah-langkahnya sebagai berikut : 1. Menginstall aplikasi Tokopedia, 2. Klik “gabung sekarang”, 3. Klik “izinkan Tokopedia mengelola panggilan telpon”, 4. Masukkan nama lengkap, 5. Buat PIN Tokopedia, 6. Pilih menu utama, 7. Klik “buka toko gratis”, 8. Masukkan

informasi toko, 9. Isi nama produk yang akan dijual lengkap dengan harga dan jumlah stok, 11. Infokan lokasi UKM.



Gambar 6. Tampilan Toko UKM produksi tahu Ibu Suraye pada Tokopedia

Pemanfaatan *marketplace* dalam jual beli secara *online* untuk mempermudah penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, maka masyarakat atau konsumen tidak harus keluar rumah untuk bertransaksi atau membeli produk. Tokopedia telah mendorong pemerataan ekonomi digital dengan memotivasi masyarakat Indonesia untuk mulai berjualan secara online (Dwijayanti & Pramesti, 2021).

Melalui *digital marketing* dengan menggunakan media *google maps* dan *marketplace* tokopedia ini, Pemilik UKM Produksi tahu Ibu Suraye menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital membuatnya merasa terbantu dan dampak dari digital marketing ini sangat berpengaruh dalam memperluas jaringan pemasaran melalui media *marketplace* dan *google maps*, sehingga mampu meningkatkan penjualannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Djakasaputra *et al.* (2021) bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan terhadap UKM. Strategi digital marketing juga berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UKM dalam memasarkan produknya (Wardhana, 2015).

5 Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengenai Pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UKM produksi tahu Ibu Suraye telah sesuai dengan target dan luaran yang telah ditetapkan. Hal ini sudah dapat terlihat pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemilik UKM dalam pemanfaatan teknologi khususnya media *google maps* sebagai sarana informasi lokasi UKM dan penggunaan akun Tokopedia sebagai media untuk melakukan penjualan online. Dampak dari *digital marketing* ini sangat berpengaruh dalam memperluas jaringan pemasaran melalui media *marketplace* Tokopedia dan *google maps*, sehingga mampu meningkatkan penjualan UKM produksi tahu Ibu Suraye.

6 Pengakuan

Tim PKM mengucapkan terimakasih banyak atas kerjasamanya kepada UKM produksi tahu Ibu Suraye selaku mitra pada pelaksanaan PKM dan LP3M Universitas Nurul Jadid yang telah memberi amanah kepada tim PKM untuk melaksanakan kegiatan pendampingan dan pelatihan.

7 Referensi

- Aprianto, T., & Purnomo, H. (2014). Desain pencetak dan pengepres tahu pada ukm tahu menggunakan metode macroergonomic analysis and design (MEAD). In *Seminar Nasional IENACO* (pp. 22-28).
- Djakasaputra, A., Wijaya, O., Utama, A., Yohana, C., Romadhoni, B & Fahlevi, M. (2021). Empirical study of Indonesian SMEs sales performance in digital era: The role of quality service and digital marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303-310. DOI: [10.5267/j.ijdns.2021.6.003](https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.003)
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-lth Abdimas*, 4(2), 68-73.
- Fitriyana, F., Nuryani, A., Rosyati, T., & Gusvia, Y. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-

19. *Dedikasi Pkm*, 2(2), 206-2011.
DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i2.9765>
- Garcia, V. (2021). Examining the Impact of Selling on Amazon on the Revenue growth of MSEs in the US. *International Journal of Contemporary Financial Issues*, 1(1), 28-38. DOI : <http://dx.doi.org/10.17613/75cc-7022>
- Garside, A. K., Baroto, T., & Gunarimba Waibo, O. R. (2020). Penguatan Aspek Produksi dan Pemasaran pada Usaha Keripik Singkong Mix Sayur. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 61. <https://doi.org/10.30595/jppm.v0i0.4614>
- Gupta, N. (2020). Digital marketing: Trends, opportunities, and challenges. *Asian Journal of Management*, 11(4), 434-440.
- Hartini, S., Ramadan, B. S., Purwaningsih, R., Sumiyati, S., & Kesuma, M. A. A. (2021). Environmental impact assessment of tofu production process: case study in SME Sugihmanik, Grobogan. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 894, No. 1, p. 012004). IOP Publishing.
- García, J. J. L, Lizcano, D., Ramos, C. M., & Matos, N. (2019). Digital marketing actions that achieve a better attraction and loyalty of users: An analytical study. *Future Internet*, 11(6), 130. DOI : <https://doi.org/10.3390/fi11060130>
- Mäki, M., & Toivola, T. (2021). Global Market Entry for Finnish SME eCommerce Companies. *Technology Innovation Management Review*, 11(1): 11–21. DOI : <http://doi.org/10.22215/timreview/1413>
- Maulida, S., & Yunani, A. (2018). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 2(1).
- Mwika, D., Banda, A., Chembe, C., & Kunda, D. (2018). The impact of globalization on SMEs in emerging economies: A case study of Zambia. *International Journal of Business and Social Science*, 9(3), 59-68.
- Praja, C. B. E., Setiyo, M., & Lutfiyati, H. (2018). Temanggung Local Coffee Marketing Potential through Marketplace: Tokopedia, Bukalapak,

Shopee. Which one is the best?. *Journal of Community Services and Engagement* | Volume, 1(1), 39-47.

Stefanny, V., & Tiara, B. (2021). Overview Perbandingan Jumlah User Fintech (Peer-To-Peer Lending) Dengan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(1).

Supriyanto, Soeharso, dan Achadiati. 2019. Kajian Evaluasi Program Penyuluhan Pupuk Bokashi Di Kelompok Tani Angulir Hasto, Kecamatan Kedu Kabupaten Temanggung. *Jurnal Penyuluhan Pembangunan*, 1.(1):1- 10.
DOI: <http://dx.doi.org/10.36626/jppp.v11i22.145>

Wulandari, W., Dewi, Y. P., & Marini, M. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Tokopedia sebagai Peningkatan Pemasaran Produk bagi Komunitas Bisnis Online Beautysalihaa. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1279-1284. DOI: <https://doi.org/10.54082/jamsi.400>

Zheng, L., Regenstein, J. M., Teng, F., & Li, Y. (2020). Tofu products: A review of their raw materials, processing conditions, and packaging. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 19(6), 3683-3714. DOI : <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12640>

GUYUB

Journal of Community Engagement

P-ISSN: 2723-1232

E-ISSN: 2723-1224

GUYUB: Journal of Community Engagement is a multidisciplinary journal which aims to disseminate the conceptual thoughts and research results in the area of community service. This journal focuses on the main problems of the community engagement areas, such as (1) training, marketing, appropriate technology, design; (2) student community services; (3) community empowerment, social access; (4) education for sustainable development, etc.

GUYUB: Journal of Community Engagement is published three times a year (April, August, December) by Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia.



Editorial Office:

GUYUB: Journal of Community Engagement

Lembaga Penerbitan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia 67291.

Phone: 0888 30 77077, Hp: 082318007953

Email: jurnal.guyub@gmail.com

Website: <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/guyub/index>

