

Kumawula, Vol.6, No.2, Agustus 2023, Hal 263 – 274

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.42532>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

## IMPLEMENTASI TEKNOLOGI PEMASARAN DIGITAL DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK-PRODUK KELOMPOK DISABILITAS DI KOTA BENGKULU

Herry Novrianda<sup>1\*</sup>, Aan Shar<sup>2</sup>, Marsellina Fitri<sup>3</sup>, Faisal Muttaqin<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

<sup>2,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Nahdlatul Ulama (STIES-NU) Bengkulu

\*Korespondensi : [herry.novrianda@ecampus.ut.ac.id](mailto:herry.novrianda@ecampus.ut.ac.id)

### ABSTRACT

*Economic empowerment for people with disabilities in Bengkulu City is very important as an effort to give them ability so that they can carry out their economic activities like people with perfect physical conditions. One of the organizations that empowers disabled groups in Bengkulu City is Inclusive Community Partners (ICP). The existence of ICP is very helpful for groups of people with disabilities so that the community is able to become independent and competitive MSMEs actors and course can improve the economy. The business units owned by ICP in empowering disability groups are the service and trade sectors such as printing, convection, manufacture of basurek cloth, laundry, and food and beverage products. This service aims to increase sales of disability group products in Bengkulu City through the application of digital marketing technology. The implementation method used is a lesson study with the stages of preparation for digital marketing training, the implementation of the training includes training on the use of social media to promote products and training in product advertising content creation, as well as monitoring marketing practices by applying digital technology by partners and evaluation. The achievements of this community service activity are the creation and use of marketplaces through the Tokopedia and Google My Business applications, creating advertisements using social media Facebook Ads and Instagram Ads to promote their products, and knowing how to create advertising content and product packaging that is attractive to consumers. consumer. So that through this activity partners can provide knowledge and understanding in utilizing digital marketing technology with the aim that partners can and of course have skills in utilizing digital marketing technology.*

**Keywords:** Disability Group; Digital Marketing Technology; MSMEs

### ABSTRAK

Pemberdayaan ekonomi bagi kaum difabel di Kota Bengkulu sangat penting sebagai upaya untuk memberikan kemampuan kepada mereka sehingga dapat menjalankan aktifitas ekonominya sebagaimana layaknya orang dengan keadaan fisik yang sempurna. Salah satu organisasi yang memberdayakan kelompok difabel di Kota Bengkulu

### RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 24/10/2022

Diterima : 04/03/2023

Dipublikasikan : 12/08/2023

yaitu Mitra Masyarakat Inklusif (MMI). Keberadaan MMI sangat membantu kelompok masyarakat penyandang disabilitas sehingga masyarakat tersebut mampu menjadi pelaku UMKM yang mandiri dan memiliki daya saing serta tentunya dapat meningkatkan perekonomian. Unit usaha yang dimiliki MMI dalam memberdayakan kelompok disabilitas yaitu sektor jasa dan perdagangan seperti percetakan printing, konveksi, pembuatan kain basurek, laundry serta produk makanan dan minuman. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk-produk kelompok disabilitas di Kota Bengkulu melalui penerapan teknologi pemasaran digital. Metode pelaksanaan digunakan yaitu *lesson study* dengan tahapan persiapan pelatihan *digital marketing*, pelaksanaan pelatihan meliputi pelatihan pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan produk dan pelatihan pembuatan konten iklan produk, serta monitoring praktik pemasaran dengan menerapkan teknologi digital oleh mitra dan evaluasi. Adapun capaian dari kegiatan pengabdian ini yaitu terlaksananya pembuatan dan penggunaan *market place* melalui aplikasi Tokopedia dan *Google* Bisnisku, pembuatan iklan menggunakan media sosial *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* untuk mempromosikan produk-produknya, serta mengetahui cara pembuatan konten iklan dan pengemasan/*packaging* produk yang menarik bagi konsumen. Sehingga melalui kegiatan ini memberikan mitra pengetahuan dan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi *digital marketing* yang bertujuan agar mitra dapat dan tentunya memiliki *skills* dalam memanfaatkan teknologi *digital marketing*

**Kata Kunci** : Kelompok Disabilitas; Teknologi Pemasaran Digital; UMKM

## PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia dalam Undang-Undang (UU) No 8 Tahun 2016 memuat tentang penyandang cacat yang menyatakan bahwa difabel merupakan bagian dari masyarakat Indonesia yang mempunyai kedudukan, hak, kewajiban, dan peran yang sama dengan masyarakat Indonesia lainnya di segala aspek kehidupan dan penghidupan. Adapun hak difabel yang dimaksud antara lain berupa hak memperoleh pendidikan, kesempatan kerja dan pengembangan ekonomi, menggunakan fasilitas umum, berkomunikasi dan mendapatkan informasi, perlindungan hukum, peran politik, jaminan sosial dan kesehatan serta pengembangan budaya sebagaimana mestinya. Kesempatan untuk mendapat kesamaan kedudukan, hak dan kewajiban bagi difabel dapat diwujudkan jika tersedia aksesibilitas yaitu suatu kemudahan bagi difabel untuk mencapai kesamaan baik dalam memperoleh pendidikan maupun pekerjaan sehingga tercipta kesejahteraan sosial (Shaleh et al., 2018). Difabel dikelompokkan atas tiga jenis, yaitu cacat fisik, cacat mental, serta cacat mental dan

fisik atau ganda. Dari tiga jenis kelompok difabel tersebut, difabel secara fisik (daksa) memiliki potensi yang paling besar sebagai sumberdaya manusia untuk berperan dalam proses pengembangan sumber daya manusia yang ikut membangun kesejahteraan nasional (Abdi et al., 2020). Berdasarkan data dari Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Bengkulu 2021, jumlah penyandang Disabilitas Tunggal di Provinsi Bengkulu yaitu 5.306 Jiwa. Di Kota Bengkulu sendiri yaitu sebanyak 736 Jiwa yang terdiri dari 388 Perempuan dan 348 laki-laki. Pemberdayaan ekonomi bagi kaum difabel di Kota Bengkulu sangat penting sebagai upaya untuk memberikan kemampuan kepada mereka sehingga dapat menjalankan aktifitas ekonominya sebagaimana layaknya orang dengan keadaan fisik yang sempurna. Hal ini juga dapat menghindarkan mereka dari tindakan diskriminasi yang mungkin mereka terima. Salah satu organisasi yang memberdayakan kelompok difabel di Kota Bengkulu yaitu Mitra Masyarakat Inklusif (MMI), keberadaan MMI sangat membantu kelompok masyarakat penyandang disabilitas sehingga masyarakat

tersebut mampu menjadi pelaku UMKM yang mandiri dan memiliki daya saing serta tentunya dapat meningkatkan perekonomiannya.

Unit usaha yang dimiliki MMI dalam memberdayakan kelompok disabilitas yaitu sektor jasa dan perdagangan seperti percetakan printing, konveksi, pembuatan kain basurek, laundry serta produk makanan dan minuman. Dalam mengembangkan unit usahanya tersebut, permasalahan yang dihadapi oleh MMI yaitu masalah pemasaran yang jangkauannya masih terbatas dan desain kemasan yang belum efisien. Untuk dapat meningkatkan penjualan, Menurut Helmalia & Afrinawati (2018), pelaku usaha disarankan untuk dapat melakukan perdagangan secara *e-commerce* namun perlu adanya bantuan dari pemerintah atau praktisi dan pendidikan untuk dapat melakukan pembimbingan kepada pelaku usaha agar mereka memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat dengan maksimal menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban et al., 2000).

Pada dasarnya unit usaha Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) di Kota Bengkulu dapat memperluas pasar dengan menjangkau lebih banyak konsumen. Cara ini dapat dilakukan oleh pihak MMI dengan memanfaatkan teknologi melalui pemasaran digital (*digital marketing*). *Digital marketing* merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial (Purwana et al., 2017). (Haryanti et al., 2017; Azaria, 2014) menyatakan bahwa penerapan *digital marketing* yang dilaksanakan dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu pelaku usaha harus menumbuhkan keberanian dalam mencoba hal baru seperti pemasaran digital untuk dapat terus mengembangkan usahanya (Hendrawan et al., 2019).

*Digital marketing* didefinisikan sebagai kegiatan *marketing* termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis *web* (Sanjaya, R., & Tarigan, 2019). dalam hal ini, permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu

produk-produk dari unit mitra Masyarakat Inklusif (MMI) kurang begitu dikenal oleh masyarakat dan jangkauan pemasarannya masih bersifat lokal atau terbatas meskipun sudah berjalan selama lebih dari 2 tahun. Sehingga penjualan hasil produk unit usaha MMI Kota Bengkulu masih kurang efektif. Pemicu hal tersebut terjadi disebabkan sistem pemasarannya yang belum menggunakan teknologi terbaru dalam memasarkan produk-produknya serta penerapan sistem manajemen usaha juga kurang baik. Dengan adanya masalah tersebut, solusi yang ditawarkan oleh tim pengusul adalah memperluas daerah pemasarannya dengan memanfaatkan teknologi *digital marketing* sebagai wadah transaksi jual beli dan mempromosikan produk diantaranya yaitu 1). Penggunaan *market place*, di mana mitra dapat memanfaatkan tokopedia sebagai wadah transaksi jual beli; 2). *Google Bisnisku*, di mana mitra usaha dapat memanfaatkan fitur pada *google search* dalam memperkenalkan profil bisnisnya; 3). *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* yang mana mitra usaha dapat memanfaatkan fitur di Facebook maupun Instagram untuk memasang iklan produknya; serta 4. Pembuatan konten iklan, yang mana mitra usaha membuat desain produk dan memasarkannya melalui konten iklan. Selain itu dari hasil pengamatan tim pengabdian, Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) di Kota Bengkulu tidak memiliki kendala dalam fasilitas teknologi untuk mendukung pemasaran digital. Namun, unit usaha MMI memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi untuk memasarkan produknya.

## METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) akan dilaksanakan dengan mengikutsertakan tim pengusul serta mitra yang dalam hal ini anggota MMI yang berjumlah 15 orang. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat selama 5 bulan. Mitra dalam kegiatan ini yaitu unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) di Jalan Indragiri Padang Harapan Kota Bengkulu. MMI dipilih

sebagai mitra karena MMI sebagai organisasi yang memberdayakan penyandang disabilitas untuk mampu mandiri dan memiliki daya saing sebagai pelaku usaha. Kemudian, Tim pengusul akan merencanakan dan mengorganisir jalannya kegiatan, melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait, serta menjadi narasumber untuk memberikan materi pelatihan *digital marketing* dan konsultasi/*workshop* terkait *packaging* produk.

Metode pelaksanaan kegiatan ini digambarkan dalam diagram berupa solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Prosedur kerja dalam pelaksanaan kegiatan ini dengan menggunakan metode *lesson study* yang pelaksanaannya dalam tiga tahapan yaitu:

1. Tahap I: Persiapan (*Planning*)
 

Persiapan dimulai dengan komunikasi dan koordinasi dengan pihak mitra, tim akan memaparkan rencana pelaksanaan kegiatan sekaligus mengkoordinasikan waktu dan tempat pelaksanaan, metode pelatihan, jumlah peserta, bahan-bahan dan peralatan yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan sampai semua aspek sudah benar-benar siap sampai tahap pelaksanaan sehingga tidak ada lagi penghalang-penghalang atau hambatan yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan.
2. Tahap II: Pelaksanaan
 

Tahap ini dibagi menjadi beberapa kegiatan yaitu:

  - a. Teknologi pemasaran digital, metode pemasaran dengan memanfaatkan teknologi mulai dari mempromosikan produk melalui iklan, tempat transaksi jual beli dan pengemasan produk. Kegiatan ini diawali dengan penyampaian materi melalui presentasi terlebih dahulu. Setelah itu, pemateri mendemonstrasikan cara pemanfaatan dan penggunaan *digital marketing*.
  - b. Perancangan desain kemasan produk untuk meningkatkan harga penjualan produk.
  - c. Pemberian bantuan berupa satu set peralatan *eco printing* seperti kain, palu, panci, dan lainnya dalam pengolahan untuk mendukung proses produksi.
  - d. Pelatihan pemanfaatan dan penggunaan *market place* seperti tokopedia sebagai tempat transaksi jual beli. Melalui pelatihan ini, mitra akan diberikan pengetahuan dan praktek bagaimana memperluas pasar untuk memasarkan produk melalui pemanfaatan teknologi sebagai sarana transaksi jual beli.
  - e. Pelatihan pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan produk. Melalui pelatihan ini, mitra akan diberikan pengetahuan dan praktek bagaimana mempromosikan produk melalui iklan dengan memanfaatkan sosial media sebagai media promosi.
  - f. Pelatihan pembuatan konten iklan produk. Melalui pelatihan ini, mitra akan diberikan pengetahuan dan praktek bagaimana membuat konten iklan sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli produk.
  - g. Pelatihan inovasi *packaging* produk. Melalui pelatihan ini, mitra akan diberikan pengetahuan dan praktek bagaimana membuat inovasi *packagin* sehingga pengemasan produk terlihat bagus dan menarik minat masyarakat untuk membeli.
3. Tahap III : Monitoring dan Evaluasi
 

Monitoring dan Evaluasi adalah rangkaian kegiatan membandingkan realisasi masukan (*input*), keluaran (*output*), dan hasil (*outcome*) terhadap rencana dan standar. Pada monitoring mitra kegiatan dilibatkan secara aktif dalam kegiatan ini dengan mengikuti rangkaian pelatihan yang direncanakan dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang di unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) di Jalan Indragiri Padang Harapan Kota Bengkulu. Setelah pelatihan, mitra akan menerapkan secara mandiri dengan proses

pendampingan dari tim pengusul. Mitra juga diwajibkan menyediakan anggaran untuk menjamin keberlanjutan program ini seperti untuk penyewaan *hosting website*, *social media*, penyediaan alat pendukung (*smartphone* atau komputer), dan kuota jaringan internet. Pelaksanaan evaluasi kegiatan akan dilakukan melalui mekanisme laporan kemajuan dan laporan akhir kegiatan. Sedangkan keberlanjutan program akan dipantau melalui evaluasi setiap tiga bulan untuk melihat apakah mitra masih menggunakan teknologi yang diberikan atau tidak.

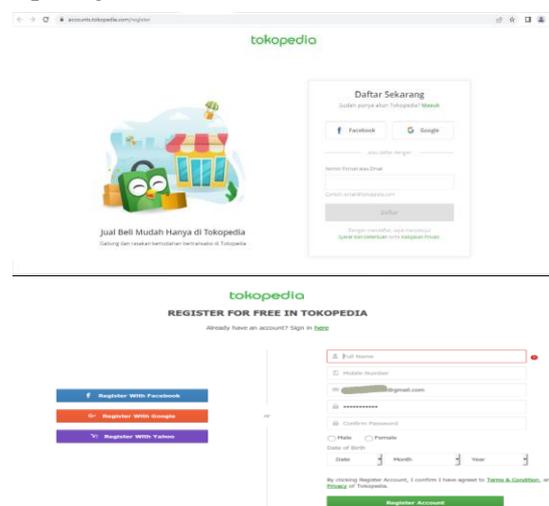
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjualan hasil produk unit usaha MMI Kota Bengkulu masih kurang efektif. Hal ini terjadi karena penjualan dilakukan secara tradisional sehingga produk tersebut belum banyak dikenal oleh semua kalangan masyarakat dan jangkauan pelangganpun masih terbatas. Teknologi *digital marketing* digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan produknya diharapkan masalah yang ada dapat di atasi agar dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas. Penggunaan teknologi *digital marketing* terhadap proses pemasaran produk merupakan suatu strategi yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar. Kegiatan yang akan dilaksanakan pada pengabdian ini antara lain pelatihan mengenai pembuatan dan penggunaan *market place* untuk transaksi jual beli produk. *Market Place* yang digunakan pada pengabdian adalah pembuatan akun Tokopedia, diharapkan dengan pemanfaatan *market place* dapat sebagai wadah tempat transaksi jual beli untuk memperluas pangsa pasar produk. Pada pelatihan ini, mitra diberikan pengetahuan bagaimana memasarkan produknya melalui Tokopedia mulai dari cara membuat akun hingga siap berjualan dengan memanfaatkan aplikasi tersebut. Adapun pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari tiga tahapan yaitu:

Tahap I, pada tahap persiapan pelatihan *digital marketing* dan *packaging* produk yang

dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dan pihak mitra sudah matang maka pelaksanaan kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang dan bertempat di MMI Kota Bengkulu.

Tahap II, pada tahap pelaksanaan ini diawali dengan penyampaian materi terkait teknologi *digital marketing*, metode pemasaran dengan memanfaatkan teknologi, dan pelatihan *packaging* produk. Kemudian, tim pengabdian masyarakat mendemonstrasikan penggunaan teknologi *digital marketing* dengan memulai praktik yang diikuti oleh peserta. Langkah pertama untuk bisa berjualan di *marketplace* Tokopedia mitra harus mempunyai email yang masih aktif dan nomor ponsel. Jika sudah siap, langkah berikutnya yaitu mengunjungi situs belanja *online* resminya atau buka situs tokopedia.com dan klik tombol daftar. Isi formulir isian, mulai dari nama, nomor ponsel, email, dan lain-lain. Pastikan data yang diisi benar, kemudian klik tombol *Register Account* seperti gambar di bawah ini:



**Gambar 1. Laman Situs Tokopedia**  
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

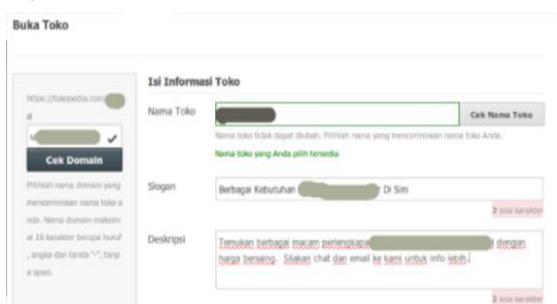
Setelah terbuka halaman baru, buat nama toko dengan mengisikannya pada kotak Nama Toko. Pastikan nama toko unik dan belum dipakai oleh orang lain. Caranya klik tombol Cek Nama Toko di sebelah kanan kotak isian sampai muncul tulisan Nama toko yang pilih tersedia berwarna hijau.



**Gambar 2. Membuat Toko di Tokopedia**  
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Begitu pula dengan domain, buatlah nama domain yang unik dan pastikan dengan mengklik tombol Cek Domain. Nama domain ini akan menjadi alamat web toko *online*, oleh karena itu buatlah sesederhana mungkin dan mudah diingat, seperti <https://tokopedia.com/produkkaryadisabilitas>.

Kemudian, isikan juga slogan toko seperti “produk-produk karya disabilitas”. Demikian juga dengan kotak deskripsi, isikan yang paling sesuai menurut kita. Selanjutnya, siapkan foto untuk logo toko dan di unggah dengan menekan tombol *Browse File*. Pilih kotak Asal Pengiriman dan isikan juga kode pos toko. Untuk alamat bisa diisi dengan alamat toko. Ini bisa dikosongkan apabila hanya jualan *online* saja atau tidak memiliki alamat toko.



**Gambar 3. Format Isi Informasi Toko di Tokopedia**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

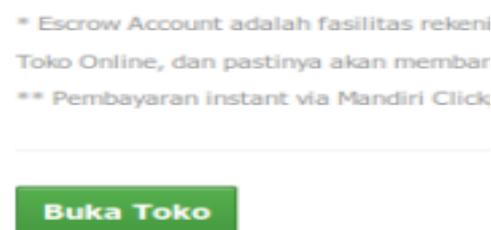
Centang semua jasa pengiriman yang paling sesuai. Lebih banyak pilihan pengiriman tentu lebih baik, namun pastikan mempunyai akses ke lokasi cabang ekspedisi tersebut. Jika tidak, pilihlah setidaknya 3 ekspedisi paling banyak dipakai yaitu JNE, TIKI, dan Pos Indonesia.



**Gambar 4. Dukungan Pengiriman di Tokopedia**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Setelah semua formulir anda isi, periksa kembali dan pastikan data yang dimasukkan sudah benar dan sesuai. Jika sudah yakin dengan data yang dimasukkan, klik tombol Buka Toko yang berwarna hijau di bagian bawah formulir tadi.



**Gambar 5. Tombol Buka Toko**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Halaman selanjutnya akan tampil informasi bahwa telah berhasil membuka toko di tokopedia. Dengan demikian, sekarang tinggal tambahkan produk dan siap berjualan *online*.



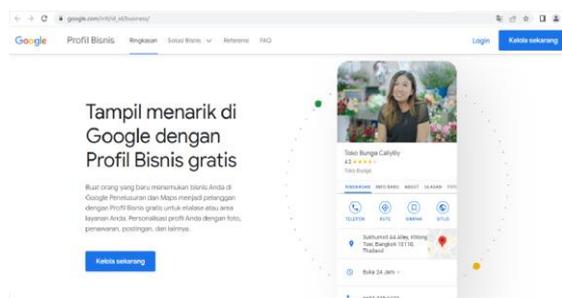
**Gambar 6. Berhasil Membuka Toko**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Tokopedia adalah salah satu *marketplace online* lokal yang sangat populer. Berjualan *online* di *marketplace* ini merupakan peluang bagi unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) dalam memasarkan produk-produknya sehingga dapat membantu untuk meningkatkan penjualan. Unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) bisa berjualan dengan memanfaatkan *marketplace* ini untuk menjangkau konsumen seluas-luasnya. Selain

itu, untuk berjualan di tokopedia unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) tidak perlu membayar alias gratis (meski ada biaya jika anda ingin *upgrade* ke *gold* member). Fitur dasar yang ditawarkan juga sangat mempermudah mengorganisir barang, menjadwalkan pengiriman, hingga mempromosikan produk.

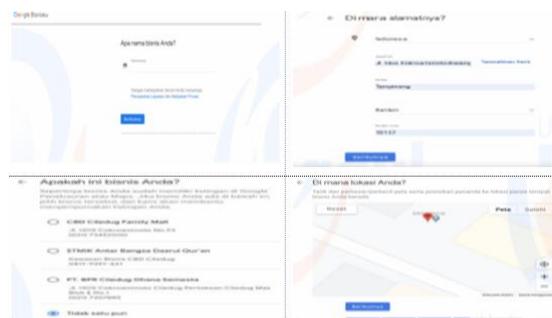
Selanjutnya, pelatihan mengenai pemanfaatan *Google* Bisnisku untuk memasarkan produk yaitu dengan *search engine optimization*. Cara mendaftarkan bisnis di *Google* Bisnisku, unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) harus menuju laman *Google* Bisnisku terlebih dahulu, kemudian mendaftarkan bisnis di laman tersebut. Unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) hanya perlu mengisi informasi seperti nama bisnis, kategori bisnis, lokasi, dan informasi lainnya yang ingin ditambahkan. Gunakan browser di laptop atau PC buka situs resmi *Google* Bisnisku di <https://www.google.com/business>. Di sudut kanan atas klik *Login* dan masuk menggunakan akun *Google*. Setelah *login*, masukkan nama bisnis



**Gambar 7. Laman Situs Google Bisnisku**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Kemudian masukkan alamat lengkap bisnis. Calon pengguna *Google* Bisnisku juga akan diminta untuk menempatkan penanda lokasi bisnis di *Google Maps* agar memudahkan konsumen mengunjungi lokasi bisnis pebisnis. Jika bisnis tidak memiliki lokasi fisik, tetapi beroperasi di area layanan, bisa mencantumkan area layanan sebagai gantinya. Jika sudah selesai klik berikutnya.



**Gambar 8. Format Isi Nama, Alamat dan Lokasi/Arah di Google Bisnisku**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Tentukan kategori yang paling sesuai dengan bisnis pilihan. Kategori ini untuk memudahkan *Google* mengelompokkan bisnis sesuai kategori. Jadi, jika seseorang mencari kategori di *Google*, informasi tentang bisnis tersebut akan muncul di hasil pencarian tersebut.



**Gambar 9. Kategori Bisnis di Google Bisnisku**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Masukkan detail kontak yang ingin ditunjukkan kepada pelanggan. Data kontak ini bisa berupa nomor telepon atau ponsel yang bisa dihubungi. Pebisnis juga akan diminta untuk memasukkan URL situs bisnis yang didaftarkan. Jika tidak punya, bisa klik opsi 'Saya tidak butuh situs'. Tapi jika ingin membuat situs gratis, *Google* akan menyediakan jasanya.



**Gambar 10. Format Isi Nomor Telp dan Alamat Website Bisnis di Google Bisnisku**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Kemudian, melakukan verifikasi Google Bisnisku. Verifikasi Google Bisnisku penting untuk melindungi bisnis kita dari pihak tidak bertanggung jawab yang menyalahgunakan informasi bisnis kita. Selain itu, bisnis yang telah diverifikasi dianggap bisnis dengan reputasi baik di mata pelanggan dibanding yang tidak. Jika sudah memasukkan informasi yang lengkap dan benar pilih verifikasi saat itu juga dengan mengisi nama penerima surat. Lalu klik Kirim Kartu Pos. Setelah itu tunggu surat dari Google datang ke alamat. Selama proses verifikasi, kita tidak bisa mengganti informasi yang sudah Anda tulis sebelumnya.

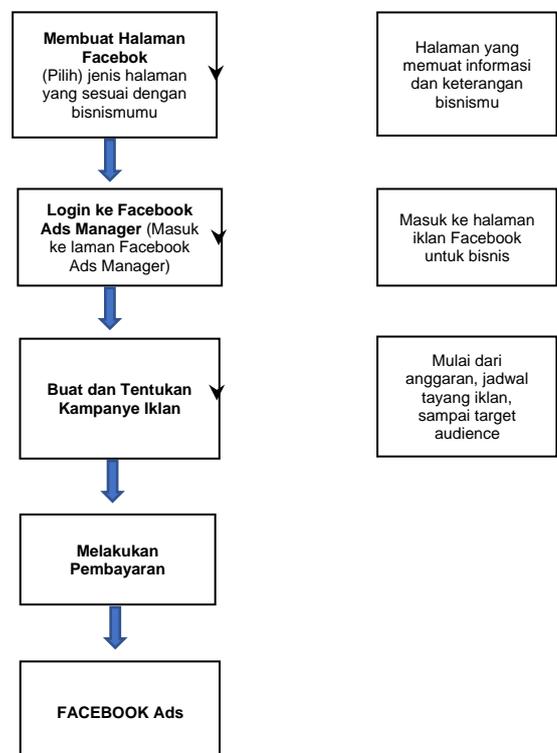


**Gambar 11. Pemberitahuan Verifikasi Akun Google Bisnis**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Setelah mendapat surat dari Google kalian bisa melanjutkan proses verifikasi menggunakan kode verifikasi yang disertakan dalam surat. Caranya buka akun Google Bisnisku dan pilih menu Verifikasi Lokasi. Masukkan kode verifikasi yang ada di surat yang dikirim oleh Google. Proses verifikasi pun telah selesai. Setelah proses verifikasi selesai, pemilik akun bisa mengedit dan memasukkan informasi tambahan tentang bisnisnya lewat akun Google Bisnisku. Beberapa informasi yang bisa ditambahkan antara lain deskripsi bisnis, foto, jam operasional, fasilitas dan menu. *Google Bisnisku* merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) untuk membantu mengelola kemunculan bisnis di berbagai produk Google, seperti di Maps dan Penelusuran. Jika unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) menjalankan bisnis yang melayani pelanggan di lokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, *Google Bisnisku* dapat membantu

orang lain menemukan bisnis mereka. Selain itu, beberapa manfaat yang dapat diperoleh unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) dari penggunaan *Google Bisnisku* antara lain: menjaga informasi yang akurat mengenai bisnis *online* yang dijalankan, kemudahan berinteraksi dengan pelanggan, dan memudahkan untuk memikat pelanggan baru. Selain menggunakan *market place* melalui aplikasi Tokopedia dan *Google Bisnisku* sebagai wadah tempat transaksi jual beli untuk memperluas pangsa pasar produk. Unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) juga diberikan pelatihan pemanfaatan media sosial dengan membuat Instagram dan Facebook ads, sebagai wadah promosi produk-produknya. Proses pemasaran melalui promosi media ini diharapkan masyarakat yang belum mengenal produk-produk karya disabilitas dari unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) dapat mengetahui informasi tentang produk mereka tersebut.



**Gambar 12. Proses Pembuatan Akun Facebook Ads**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Seperti pada tabel di atas, terdapat proses pembuatan akun Facebook Ads merupakan layanan iklan yang ditawarkan oleh Facebook dengan jangkauan audiens para pengguna Facebook. Ini merupakan salah satu teknologi pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) dalam mempromosikan produk-produknya sehingga dapat membantu untuk meningkatkan penjualan. Adapun keuntungan menggunakan Facebook Ads diantaranya yaitu budget dapat disesuaikan, penargetan yang efektif, jangkauan target yang luas, analisa lanjutan dan meningkatkan *brand awareness*.



**Gambar 13. Proses Pembuatan Akun Instagram Ads**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

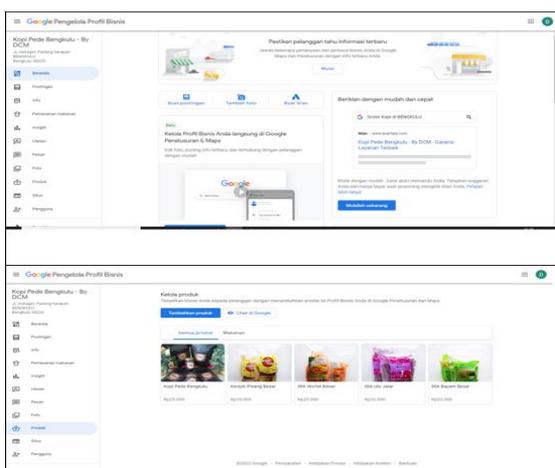
Pada tabel di atas, diketahui selain *Facebook Ads*, unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) juga dibekali pengetahuan dan praktek menggunakan teknologi pemasaran digital melalui Instagram Ads yang merupakan platform iklan di media sosial Instagram. unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) bisa membuat iklan di feed Instagram dan Instagram Stories melalui platform ini. Pemahaman cara promosi melalui Instagram Ads sangat menguntungkan bagi unit usaha MMI dalam mempromosikan produk-produknya sehingga dapat membantu untuk meningkatkan penjualan karena aktifnya pengguna di media sosial tersebut. Banyaknya influencer dan figur publik yang aktif menggunakan Instagram menjadikan media sosial ini semakin ramai dan menjanjikan untuk melakukan promosi. Dengan melakukan kegiatan pelatihan pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan produk unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) tersebut melalui Facebook ads dan Instagram ads diharapkan produk-produk unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) lebih dikenal sehingga jangkauan pemasarannya lebih luas dan tentunya dapat memberikan pemasukan atau penghasilan yang terus meningkat. Sebelum penggunaan Facebook ads dan Instagram ads sebagai media pemasaran digital, tim penelitian juga melakukan pelatihan pembuatan konten iklan produk berupa materi dan praktek *packaging* produk bersama tim dan mitra.



**Gambar 14. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan**

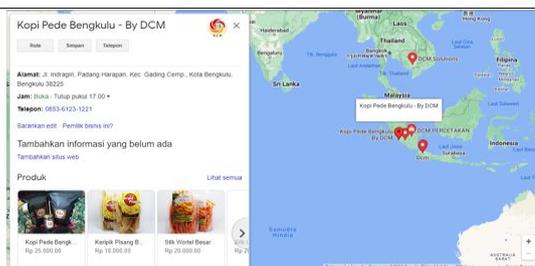
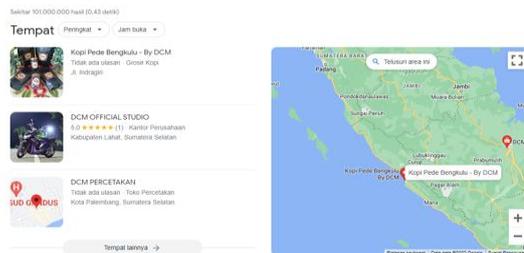
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM), mitra yang dalam hal ini unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) Kota Bengkulu melakukan penerapan secara mandiri dengan proses pendampingan dari tim pengusul. Selanjutnya tim melakukan monitoring dan evaluasi yang bertujuan untuk melihat perkembangan dan kemajuan yang dilakukan oleh mitra terkait terkait pemasaran produk-produknya. Dari hasil monitoring dan evaluasi diketahui bahwa mitra saat ini mitra sudah memanfaatkan teknologi *digital marketing* sebagai wadah transaksi jual beli dan mempromosikan produk mereka. Mitra menggunakan *market place* melalui aplikasi tokopedia dan *Google Bisnisku* sebagai tempat transaksi jual beli.



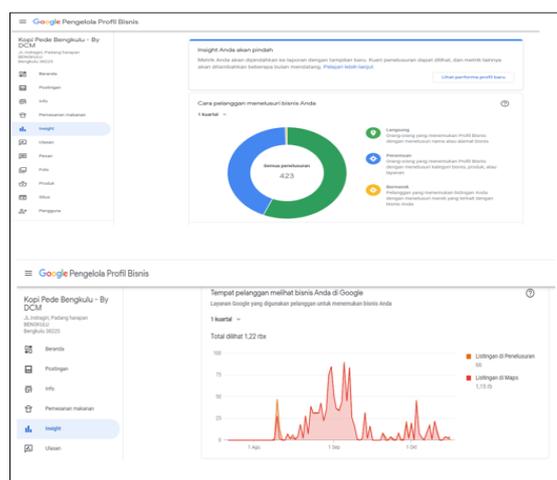
**Gambar 15. Dokumentasi Profile Google Bisnisku**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)



**Gambar 16. Dokumentasi Hasil Pencarian Google Bisnisku**

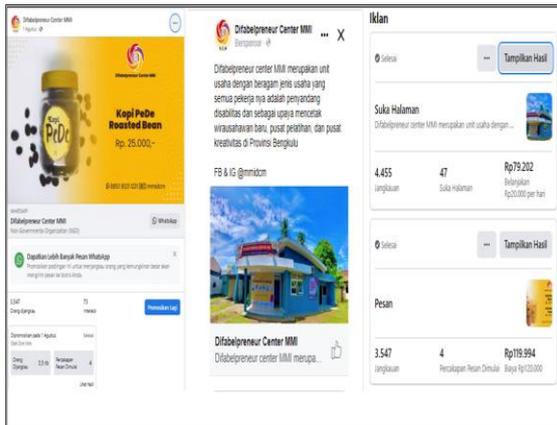
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)



**Gambar 17. Dokumentasi Hasil Penggunaan Google Bisnisku**

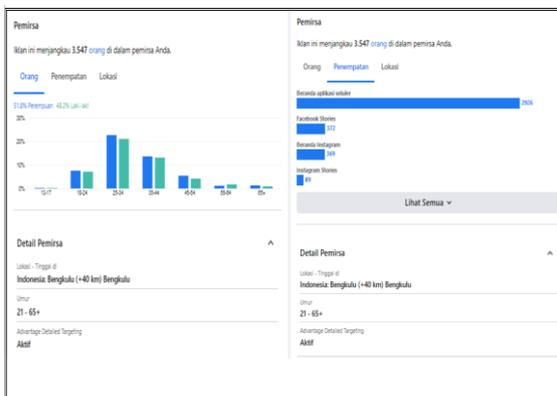
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Selanjutnya unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) juga melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial *Facebook AdSense* dan *Instagram AdSense* yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 18. Hasil Review Penggunaan Facebook Ads**

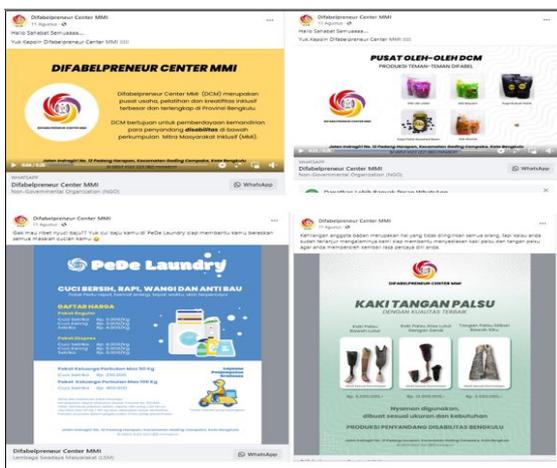
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)



**Gambar 19. Hasil Jangkauan Penggunaan Facebook Ads dan Instagram Ads**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Serta mitra juga membuat konten iklan dan pengemasan/packaging produk yang menarik bagi konsumen.



**Gambar 20. Hasil Kreasi Konten Iklan Mitra**

(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2022)

Pada pelaksanaan monitoring terhadap mitra dilakukan sebanyak tiga bulan sekali dengan melibatkan mitra secara aktif dalam kegiatan pelatihan. Kemudian, apabila mitra dalam menerapkannya mengalami kesulitan dan kendala maka mereka dapat berkonsultasi kepada tim pengusul yang senantiasa memantau. Pada aspek evaluasi, terdapat penilaian kepuasan mitra terhadap kegiatan pengabdian ini menunjukkan hasil dengan rata-rata nilai 3.89 dan masuk dalam kategori sangat baik. Demikian juga dengan penilaian ketercapaian program pengabdian masyarakat menunjukkan hasil dengan rata-rata nilai 3.83 dan masuk ke dalam kategori sangat baik. Setelah itu, evaluasi dilakukan dengan membuat laporan kemajuan dan laporan akhir kegiatan.

Pada pengabdian ini selaras dengan (Haryanti et al., 2017) dan (Azaria, 2014) menyatakan bahwa penerapan *digital marketing* yang dilaksanakan dapat meningkatkan penjualan. Setelah pelatihan, pihak mitra MMI Kota Bengkulu memiliki *skills* dalam pemanfaatan teknologi *digital marketing* sehingga memberikan dampak signifikan pada penjualan ataupun *branding* pada produk mitra MMI Kota Bengkulu untuk dapat terus mengembangkan usahanya (Hendrawan et al., 2019).

**SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilakukan ini memberikan mitra pengetahuan dan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital marketing yang bertujuan agar mitra dapat dan tentunya memiliki *skills* dalam memanfaatkan teknologi digital marketing sebagai wadah transaksi jual beli dan mempromosikan produk bagi mitra. Adapun capaian setelah dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* yaitu terlaksananya pembuatan dan penggunaan *market place* melalui aplikasi Tokopedia dan Google Bisnisku sebagai tempat transaksi jual beli, terlaksananya pembuatan iklan menggunakan media sosial Facebook Ads dan Instagram Ads untuk mempromosikan produk-

produknya, serta mengetahui cara pembuatan konten iklan dan pengemasan/*packaging* produk yang menarik bagi konsumen.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor dan pihak LPPM Universitas Terbuka, Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Nahdlatul Ulama (STIES-NU) Bengkulu serta kepada mitra yang dalam hal ini unit usaha kelompok Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) Kota Bengkulu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, R., Esterilita, M., Rochman, U. H., & Mintarja, E. (2020). Pengembangan Ekonomi Produktif Penyandang Disabilitas Daksa Di Kota Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bakti Parahita*, 1(1), 11–18.
- Azaria, P. A. (2014). *Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word Of Mouth Dan Efektivitas Iklan Dalam Meningkatkan Brand (Studi pada Follower Akun Twitter Pocari Sweat di Jejaring Sosial Twitter)*. 13(1), 1–7.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT. Dinar Hadi Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 144–151.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesek Retarisan*, 4(1), 53–60.
- [Https://pug-pupr.pu.go.id/\\_uploads/pp/uu.%20no.%208%20th.%202016.pdf](https://pug-pupr.pu.go.id/_uploads/pp/uu.%20no.%208%20th.%202016.pdf).
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2019). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Shaleh, I., Jurnal, K., & Hukum, I. (2018). Implementasi Pemenuhan Hak bagi Penyandang Disabilitas Ketenagakerjaan di Semarang. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 20(1), 63–82.
- Turban, E., Lee, J., & King, D. D. and Chung, H. . (2000). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Pearson Prentice Hall.