INSAN MANDIRI
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
LPPM STIKES TRI MANDIRI SAKTI BENGKULU
ISSN Online : 2962-9845
Volume 2 Nomor 1 Januari-Juni 2023
https://ejournal.stikestrimandirisakti.ac.id/index.php/insanmandiri

Pemasaran Dodol Mangrove Melalui Digital Marketing di Desa Wisata Pulau Pahawang

Implementation of Pregnancy Exercise with Gym Ball in Padang Pelawi Village, Sukaraja District

Evi Meidasari M [1)] Hairudin [2)] Yudhinanto CN [3)] Destoprani Brajanoto [4)]

[1,2,3,4] Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia
*Email Korespondensi : evi@umitra.ac.id

Abstract

Marketing activities have a very important role in the business world, because the marketing of a product or service in a company affects the profit earned by the company. Therefore, marketers also compete with each other to create goods or services that are as attractive as possible in order to attract customer interest in the products or services produced. Because marketing begins with meeting human needs which then grows into human desires. The potential in the culinary field, namely Dodol Mangrove, is still experiencing deficiencies in terms of production and packaging processes, due to the lack of public knowledge of good packaging so that the resulting products can expand outside Pahawang Island and are widely known by the people of Lampung in particular.

Keywords : *Dodol Mangrove. Marketing. Pahawang Island*

Abstrak

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, karena pemasaran suatu barang atau jasa dalam sebuah perusahaan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Oleh karena itu para pemasar pun saling bersaing untuk menciptakan barang atau jasa yang semenarik mungkin agar dapat menarik minat pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Karena pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Potensi yang dimiliki dibidang kuliner yaitu Dodol Mangrove sampai saat ini masih mengalami kekurangan dalam hal proses produksi dan pengemasan, dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat akan pengemasan yang baik sehingga produk yang dihasilkan dapat ekspansi keluar Pulau Pahawang dan dikenal luas oleh masyarakat Lampung khususnya.

Kata Kunci : Dodol Mangrove. Pemasaran. Pulau Pawang

PENDAHULUAN

Setiap tahun produk-produk luar negeri mememasuki pasar Indonesia, mulai dari produk berteknologi tinggi sampai dengan produk kerajinan yang dibuat secara masal dari negara-negara di asia tenggara seperti China, Malaysia dan lain-lain. Produk kuliner *Home Industry* di Indonesia khususnya di provinsi Lampung merupakan salah satu produk yang masuk kedalam industri kreatif yang persaingannya sekarang ini sangat dahsyat, tapi daya saing produk Indonesia masih sedikit kalah bersaing baik dari segi mutu dan kualitas hasil.

Sebenarnya banyak peluang usaha di sekitar kita yang berpotensi mendatangkan penghasilan, namun sering kali kita tidak memiliki kepekaan atau kemampuan untuk menyadari atau menangkap peluang tersebut. Kalau pun kita menyadarinya, kita mungkin tidak memiliki keterampilan dasar untuk merencanakan usaha, sehingga gagasan atau peluang tadi menjadi tidak berdaya guna.

Pengertian Mutu Produk, Menurut Prawirosentono (2004:6) mutu produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan. Kegiatan pemasaran melalui digital marketing mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha, karena pemasaran suatu barang atau jasa dalam sebuah usaha yang akan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh. Oleh karena itu para pelaku bisnis saling bersaing untuk menciptakan barang atau jasa yang semenarik mungkin agar dapat menarik minat pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, karena pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Potensi yang dimiliki dibidang kuliner yaitu Dodol Mangrove di desa Wisata Pulau Pahawang sampai saat ini masih mengalami kekurangan dalam hal proses produksi dan pengemasan, dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat akan pengemasan yang baik sehingga produk yang dihasilkan dapat ekspansi keluar Pulau Pahawang dan dikenal luas oleh masyarakat Lampung khususnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan presentasi materi secara langsung kepada para peserta yang hadir, menggunakan media proyektor untuk menampilkan slide materi sehigga dapat di lihat dan di mengerti oleh peserta. Setelah pemaparan materi peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi sehingga apa yang dijelaskan oleh Tim Pengabdian dapat dipahami dengan baik.

Dunia usaha termasuk UMKM saat ini semakin bergantung dengan kemajuan teknologi, jika penggunaan teknologi dengan tepat maka akan dapat mengekplorsasi bisnis, namun jika tidak tepat guna maka seperti tidak memperhatikan digital ethic maka akan menjadi kontra produktif bagi pelaku bisnis UMKM. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Wisata Pulau Pahawang tentang pengetahuan peningkatan berwirausaha dari segala aspek baik pengemasan, pengelolaan, pemasaran, dan media pemasaran melalui Digital Marketing.

INSAN MANDIRI
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
LPPM STIKES TRI MANDIRI SAKTI BENGKULU
ISSN Online : 2962-9845
Volume 2 Nomor 1 Januari-Juni 2023
https://ejournal.stikestrimandirisakti.ac.id/index.php/insanmandiri

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target luaran dari kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pengetahuan peningkatan berwirausaha dari segala aspek baik pengemasan, pengelolaan, pemasaran, dan media pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan target penjualan sehingga akan menjadi potensi besar dalam peningkatan perekonomian masyarakat dan perekonomian bangsa.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan pengabdian dodol Mangrove desa wisata Pulau Pahawang.



Gambar 2. Tim pengabdian menyampaikan materi

Dalam rangka penyempurnaan kegiatan pengabdian masyarakat, maka tim mengusulkan kegiatan di masa yang akan datang yaitu kegiatan edukasi pada bidang yang lain mencakup tentang pengemasan produk dan pemasaran, menumbuhkan jiwa wirausaha dan penata laksanaan laporan keuangan. Edukasi dapat dilaksanakan melalui media lain yang lebih inovatif. Hal ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat.

Digital bisnis perlu diterapkan di masyarakat Desa Wisata Pulau Pahawang guna mensupport sistem masyarakat untuk lebih bersemangat dan berkontribusi untuk menghasilkan produk yaitu Dodol Mangrove yang berpotensi dapat diterima oleh masyarakat luas, khususnya masyarakat Lampung dengan mengikuti kegiatan pameran, workshop, dan pelatihan bagi pelaku UMKM Desa Wisata Pulau Pahawang yang diselenggarakan oleh pemerintah provinsi Lampung

.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dodol Mangrove merupakan salah satu produk masyarakat Desa Wisata Pulau Pahawang yang memiliki potensi untuk dipasarkan ke masyarakat luas, dengan memalui digital marketing maka produk yang dihasilkan dapat berkembang dan diterima oleh pasar baik di daerah Lampung atau nasional. Kegiatan ini diterima dengan antusias oleh masyarakat Desa Wisata Pulau Pahawang. Secara umum, kegiatan pengabdian di Desa Wisata Pulau Pahawang berjalan dengan lancar dan mendapatkan sambutan yang baik dari pihak sekolah dan harapannya dapat berlanjut secara berkelanjutan.

Saran

Diharapkan setelah penulis selesai melakukan kegiatan ini para warga desa pahawang dapat menerapkan **Pemasaran Dodol Mangrove Melalui Digital Marketing**

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Kepala Desa dan masyarakat Desa Pahawang, terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk melaksanakan pengabdian. Terima kasih juga kepada tim pengabdi dan semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini

.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip., & Gary Amstrong. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta, PT. Indek Kelompok Gramedia, 2003.

Kotler, Philip., Manajemen Pemasaran. Jakarta, PT. Indek Kelompok Gramedia. 2004.

Mundir, Abdillah, *Mutu Produk*, Pasuruan. Ruz Ress, 2012

Prawirosentono,Suyadi.*Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta, Bumi Aksara, 2004.

Simamora, Bilson.Panduan Riset Perilaku Konsumen.Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002.

Tandjung, Jenu Widjaja. *Marketing Management Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan. Edisi kedua.* Malang: Bayumedia Publishing. 2004.