

PENGABDIAN MASYARAKAT PEMULA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS DAN PEMASARAN KELOMPOK UMKM PENGRAJIN PANDAN BERBASIS PLATFORM DIGITAL

Sofiansyah Fadli¹, Wafiah Murniati², Saikin³, Pirmansyah⁴, Aolia Musofa⁵

^{1,2,4,5}Program Studi Teknik Informatika, STMIK Lombok

³Program Studi Sistem Informasi, STMIK Lombok

e-mail: sofiansyah182@gmail.com¹, wafiah.mr@gmail.com², eken.apache@gmail.com³, ovier222@gmail.com⁴, aoliamusofa4@gmail.com⁵

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada PMP Peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Kelompok UMKM Pengrajin Pandan Berbasis Platform Digital yang bertujuan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pengrajin pandan dalam meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk mereka. UMKM pengrajin pandan sering kali terhambat oleh keterbatasan akses pasar. Oleh karena itu, pemilihan topik ini penting untuk memberdayakan pengrajin lokal agar lebih kompetitif dan berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini mencakup pelatihan penggunaan platform digital untuk pemasaran, pendampingan dalam proses produksi, serta pengembangan strategi pemasaran online. Aktivitas ini melibatkan workshop, bimbingan teknis, dan implementasi sistem digitalisasi. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam produktivitas pengrajin pandan serta perbaikan dalam jangkauan pasar melalui platform digital. Pengrajin yang terlibat mengalami kenaikan dalam penjualan dan memperluas pangsa pasar mereka secara efektif. Hasil dari pengabdian ini menegaskan pentingnya adopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. Penggunaan platform digital tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi tetapi juga memperluas peluang pemasaran, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan pengrajin.

Kata kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat, Pemasaran Digital, Platform Digital, Pengrajin Pandan, Teknologi Digital, Pemberdayaan Ekonomi Lokal.

Abstract

This community service project focuses on "PMP: Enhancing Productivity and Marketing of Pandan Crafting UMKM Groups Based on Digital Platforms," aiming to address the challenges faced by pandan crafters in improving their productivity and product marketing. Pandan crafting UMKMs often struggle with limited market access. Thus, this topic is crucial for empowering local crafters to become more competitive and sustainable. The methods used in this initiative include training on digital platform usage for marketing, guidance in production processes, and the development of online marketing strategies. Activities involve workshops, technical mentoring, and the implementation of digital systems. The results of this project show a significant increase in pandan crafters' productivity and improvements in market reach through digital platforms. The crafters involved experienced a rise in sales and effectively expanded their market share. The outcomes of this project emphasize the importance of adopting digital technology to enhance UMKM competitiveness. Utilizing digital platforms not only boosts production efficiency but also broadens marketing opportunities, which in turn can contribute to local economic growth and the well-being of crafters.

Keywords: Community Service, Digital Marketing, Digital Platform, Pandan Crafters, Digital Technology, Local Economic Empowerment

PENDAHULUAN

Dalam usaha meningkatkan kesejahteraan dan kapasitas ekonomi kelompok UMKM pengrajin di Lanji, Desa Darmaji, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat. Sebuah inisiatif pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat pemula telah dirancang dengan fokus pada pemanfaatan teknologi digital (Hasan et al., 2022). Kegiatan ini berakar pada pemahaman mendalam tentang kondisi eksisting dan potensi yang dimiliki oleh Kelompok UMKM Pengrajin Pandan, sebuah kolektif pengrajin yang memiliki keunikan dalam kreasi dan potensi untuk berkembang (Islami & Fitria, 2019). Hal ini menciptakan fondasi yang kuat untuk pengembangan ekonomi kreatif (Septiani et al., 2022). Kelompok UMKM pengrajin ini, terdiri dari

individu berbakat yang telah menghasilkan berbagai produk kreatif, menghadapi tantangan dalam skala produksi dan pemasaran.



Gambar 1. Proses Produksi Kerajinan Pandan
(Sumbe: Doc. Tim Pengusul)

Analisis terhadap potensi wilayah menunjukkan bahwa, dengan dukungan yang tepat, kelompok UMKM ini dapat meningkatkan kontribusinya terhadap ekonomi lokal. Profil mitra mengungkapkan sebuah struktur yang terorganisir namun membutuhkan peningkatan kapasitas dalam aspek teknologi dan pemasaran. Produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah tinggi, namun belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Mulyawati et al., 2022). SWOT analysis memperlihatkan bahwa meskipun ada kekuatan dan peluang yang signifikan, kelemahan dalam pemasaran digital dan ancaman kompetisi memerlukan perhatian serius. Beberapa contoh dari hasil karya kelompok UMKM pengrajin pandan dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Anekaragam Hasil Karya Kelompok UMKM pengrajin Pandan
(Sumber: Doc. Tim Pengusul)

Kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mengintegrasikan kelompok UMKM Pengrajin Pandan Lanji ke dalam ekosistem digital, meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran online dan memperluas jangkauan pasar mereka. Tujuan ini selaras dengan inisiatif MBKM, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam proyek pengabdian masyarakat yang memiliki dampak nyata. Dengan fokus pada peningkatan produktivitas melalui platform digital, kegiatan ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kemampuan anggota kelompok UMKM pengrajin dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk.
2. Mengembangkan sebuah platform digital yang dapat meningkatkan visibilitas dan akses pasar bagi produk-produk kelompok UMKM pengrajin.
3. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan produksi dan penjualan produk kreatif.

Tujuan - tujuan ini terhubung langsung dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) STMIK Lombok dan fokus pengabdian kepada masyarakat, IKU ke-3 dan ke-5. IKU ke 3 yaitu dosen berkegiatan di luar kampus, dalam hal ini dosen melakukan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Lanji, Darmaji, Kopang, Lombok Tengah. IKU ke-5 yaitu hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat, yaitu berupa ide dan pemikiran dalam membantu masyarakat khususnya Kelompok UMKM Pengrajin untuk meningkatkan produktivitas para pengrajin di daerah ini. Selain itu, kegiatan PKM ini juga sejalan dengan IKU yang ke-2 yaitu mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus, yang dalam hal ini berbentuk kegiatan PKM. Tim Pengabdian melibatkan 2 (dua) orang mahasiswa untuk membantu pelaksanaan kegiatan PMP ini. Dalam upaya mendukung kelompok UMKM Pengrajin Pandan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya fokus pada pengenalan dan implementasi teknologi digital tetapi juga pada pembangunan kapasitas dan pemberdayaan komunitas. Langkah-langkah strategis akan diambil untuk memastikan bahwa intervensi yang dilakukan bersifat berkelanjutan dan memberikan manfaat nyata bagi mitra dan masyarakat.

Langkah - langkah Implementasi

1. Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas: Anggota kelompok UMKM pengrajin akan menerima pelatihan dalam bidang literasi digital, pemasaran online, dan manajemen e-commerce. Tujuannya adalah untuk memperkuat keterampilan mereka sehingga dapat secara efektif memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan.
2. Pengembangan Platform Digital: Membangun atau mengintegrasikan dengan platform e-commerce yang ada untuk memudahkan kelompok UMKM pengrajin menjangkau pasar yang lebih luas. Platform ini akan dirancang untuk user-friendly bagi pengrajin dan menarik bagi konsumen.
3. Mentorship dan Pendampingan: Menyediakan akses ke mentor atau konsultan yang dapat membantu kelompok UMKM pengrajin dalam mengatasi tantangan teknis atau bisnis, serta membimbing mereka dalam proses pertumbuhan dan adaptasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pemula ini bertujuan mengatasi permasalahan utama yang dihadapi oleh kelompok UMKM pengrajin pandan, yaitu keterbatasan dalam akses pasar dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Berdasarkan diskusi dan kesepakatan dengan mitra sasaran, permasalahan prioritas dan solusi yang ditawarkan ini dapat diuraikan dalam Tabel 1 berikut:

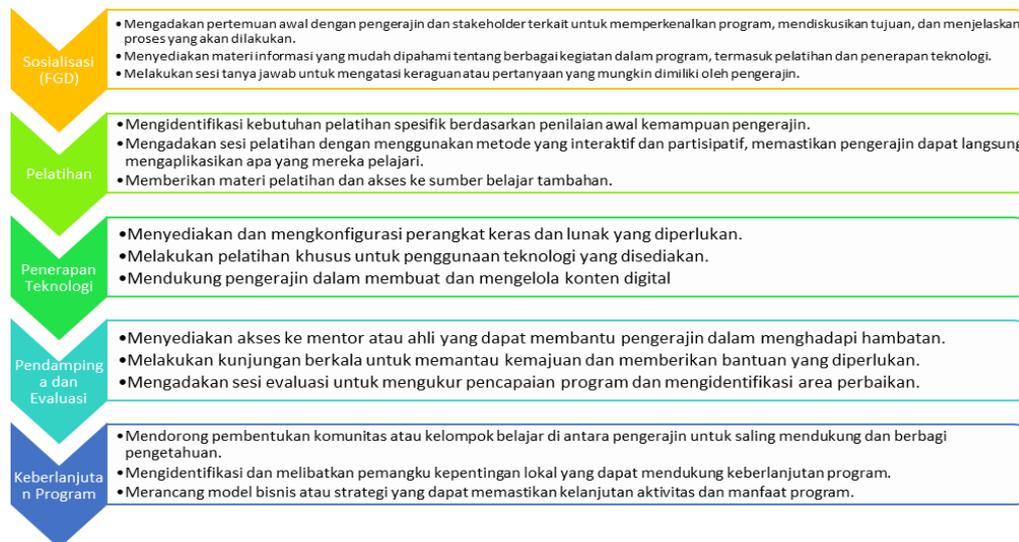
Tabel 1. Solusi yang ditawarkan

No	Permasalahan Prioritas Mitra	Sub Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan
1	Akses Pasar yang Terbatas	Pemasaran Digital yang Tidak Maksimal	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pelatihan intensif mengenai teknik pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan iklan online. - Mengembangkan strategi konten digital yang menarik untuk meningkatkan visibilitas online produk.
		Terbatasnya Jaringan Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> - Membangun jaringan dengan retailer di berbagai daerah. - Mengorganisir partisipasi dalam pameran atau event untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas.
2	Pemanfaatan Teknologi Digital yang Rendah	Infrastruktur Teknologi yang Kurang Memadai	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan akses ke perangkat lunak yang sesuai untuk kegiatan pemasaran dan penjualan online.
		Keterampilan Digital yang Rendah	<ul style="list-style-type: none"> - Menyelenggarakan pelatihan dan workshop untuk meningkatkan literasi digital pengrajin, termasuk penggunaan e-commerce dan manajemen media sosial. - Mendampingi pengrajin dalam proses digitalisasi, dari pembuatan konten hingga pengelolaan platform online

METODE

Metode Pelaksanaan

Metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini seperti disajikan pada gambar 3, mulai dari Sosialisasi atau Forum Discussion Group (FGD), Pelatihan, Penerapan teknologi, Pendampingan dan evaluasi, serta Keberlanjutan program.



Gambar 3. Mekanisme pelaksanaan kegiatan

Berikut merupakan penjelasan lengkap dari masing-masing kegiatan tersebut.

1. Sosialisasi

Sosialisasi bertujuan untuk membangun kesadaran dan pemahaman yang kuat di kalangan pengrajin tentang program yang akan dijalankan, manfaat yang akan diperoleh, serta peran serta yang diharapkan dari mereka.

2. Pelatihan

Meningkatkan kompetensi pengrajin dalam aspek-aspek kritis seperti pemasaran digital, penggunaan teknologi, dan manajemen bisnis.

3. Penerapan Teknologi

Memfasilitasi pengrajin dalam mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi yang relevan untuk mendukung operasi dan pertumbuhan bisnis mitra.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Menyediakan dukungan berkelanjutan untuk pengrajin dalam menerapkan pengetahuan dan teknologi baru, serta menilai efektivitas program secara berkala.

5. Keberlanjutan Program

Memastikan bahwa perubahan dan manfaat yang dicapai melalui program ini bersifat berkelanjutan dan memiliki dampak jangka panjang bagi pengrajin.

Partisipasi Mitra

Mitra dilibatkan sejak awal dalam proses perencanaan, memastikan program kemitraan sesuai dengan kebutuhan dan konteks lokal, mereka bisa memberikan masukan terkait dengan waktu pelaksanaan, materi, dan metode yang paling efektif. Mitra juga memberikan respon positif dan sangat mendukung dengan adanya program kemitraan ini, sehingga mitra bersedia untuk bekerja sama dalam program kemitraan ini. Mitra menyediakan tempat untuk penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan selama kegiatan PMP di Lanji, Damaji, Kopang Lombok Tengah Nusa Tenggara Barat. Mitra terlibat dalam proses monitoring dan evaluasi, memberikan feedback yang berharga untuk peningkatan program kemitraan ini. Keterlibatan mereka memastikan bahwa evaluasi mencerminkan realitas di lapangan dan solusi yang diimplementasikan relevan dan efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang telah di dapat melalui hasil wawancara secara mendalam dan observasi dengan kelompok UMKM Pengrajin pandan lanji bersatu selaku mitra yang terletak di Dusun Lanji, Desa Darmaji, Kecamatan Kopang, Kabupaten Lombok Tengah. Adanya kegiatan PMP Peningkatan

Produktivitas dan Pemasaran Kelompok UMKM Pengrajin Pandan berbasis Platform Digital ini diharapkan kelompok pengrajin pandan mampu dalam menggunakan model bisnis berbasis digital dengan memanfaatkan konsep digital Platform sebagai wadah dalam meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk lebih luas dan mengoptimalkan penggunaan berbagai platform digital bagi UMKM. UMKM perlu untuk menyesuaikan diri terutama dalam proses peningkatan produktivitas dan pemasaran secara offline maupun online. Sistem pemasaran melalui internet dengan memanfaatkan media sosial, marketplace, e-commerce dan platform lainnya, membuat UMKM dapat berinteraksi secara luas dengan konsumen. UMKM mengatakan bahwa dalam menggunakan teknologi saat ini, membuat mereka terbantu.

Terdapat beberapa faktor pendukung dalam kegiatan tersebut, yakni:

1. Para peserta (kelompok UMKM) memiliki inisiatif, keinginan dan kemauan yang besar dalam memperoleh wawasan pengetahuan mengenai cara peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Kelompok UMKM Pengrajin Pandan berbasis Platform Digital
2. Dalam penyelenggaraan kegiatan ini sangat didukung penuh oleh pemerintah Desa Darmaji serta juga didukung oleh berbagai organisasi desa mulai dari Karang Taruna dan seluruh masyarakat yang ikut berpartisipasi secara langsung ataupun tidak langsung dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

Tahapan Survey daerah tujuan dan observasi di Kantor Desa Darmaji dan Mitra Kelompok UMKM Pengrajin Pandan Lanji Bersatu terlihat seperti Gambar 4.



Gambar 4 Survey Kelompok UMKM Pengrajin Pandan (Mitra)
(Sumbe: Doc. Tim Pengusul)



Gambar 5 Permohonan Izin Pelaksanaan kegiatan kepada Pemerintah Desa
(Sumbe: Doc. Tim Pengusul)

Pada Gambar 4 merupakan survey lokasi salah satu UMKM yang akan dijadikan tempat kegiatan pengabdian masyarakat (mitra) yakni Kelompok UMKM Pengrajin Pandan Lanji Bersatu yang memiliki usaha. Sedangkan pada Gambar 5 merupakan proses perijinan untuk melakukan kegiatan pengabdian dengan Pemerintah Desa Darmaji guna mendapatkan dukungan dalam kegiatan ini. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah 1) Pemasaran Digital yang Tidak Maksimal; 2) Terbatasnya Jaringan Distribusi; 3) Infrastruktur Teknologi yang Kurang Memadai; 4) Keterampilan Digital yang Rendah. Keempat hal tersebut diperlukan sebuah kegiatan pendampingan, pelatihan dan penyebaran pengetahuan kepada Mitra untuk menangani permasalahan tersebut.

Agenda pertama yang dilaksanakan sebagai rangkaian kegiatan PMP Peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Kelompok UMKM Pengrajin Pandan berbasis Platform Digital adalah melakukan

Sosialisasi atau Forum Discussion Group (FGD). Mengadakan pertemuan awal dengan pengrajin dan stakeholder terkait untuk memperkenalkan program, mendiskusikan tujuan, dan menjelaskan proses yang akan dilakukan. Melakukan sesi tanya jawab untuk mengatasi keraguan atau pertanyaan yang mungkin dimiliki oleh pengrajin.



Gambar 6. Sosialisasi Kegiatan PKM
(Sumbe: Doc. Tim Pengusul)

Agenda kedua yaitu kegiatan pelatihan, kegiatan Pelatihan dibagi keadalam 5 (lima) pertemuan. Pelatihan pertama dilaksanakan pada 12-13 Agustus 2024 yaitu Pelatihan intensif mengenai teknik pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan iklan online. Mengembangkan strategi konten digital yang menarik untuk meningkatkan visibilitas online produk. Hal tersebut dianggap penting karena pemasaran digital merupakan metode pemasaran produk atau jasa menggunakan teknologi informasi. Metode ini diyakini dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan (Afifah et al. 2023). Pada Gambar 6 terlihat proses pelatihan pertama dilaksanakan.



Gambar 7. Pelatihan Pemasaran Digital
(Sumbe: Doc. Tim Pengusul)

Pelatihan dihadiri oleh 15 (lima belas) peserta terdiri dari 8 peserta dari keseluruhan anggota Mitra kelompok UMKM Pengrajin Pandan Lanji Bersatu, 5 orang peserta dari tim pengabdian dan mahasiswa serta 2 orang peserta sebagai pendamping. Pada Gambar 6 (a) menjelaskan pentingnya memasarkan usaha melalui media digital. Pada Gambar 6 (b) memaparkan pelatihan pembuatan konten digital. Pada Gambar 6 (c) memberikan pelatihan perluasan pemasaran melalui media Sosial dan iklan online yang dikemas dengan menarik meningkatkan visibilitas online produk. Pelatihan kedua dilaksanakan pada tanggal, 14-15 Agustus 2024 mengenai Penyediaan akses ke perangkat lunak yang sesuai untuk kegiatan pemasaran dan penjualan online. Pelatihan dan workshop untuk meningkatkan literasi digital pengrajin, termasuk penggunaan e-commerce dan manajemen media sosial.

Kegiatan penyediaan akses ke perangkat lunak pemasaran dan penjualan online sangat penting karena membantu pengrajin untuk memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional mereka. Dengan perangkat lunak yang tepat, mereka bisa lebih efektif dalam mempromosikan produk, mengelola inventaris, dan melakukan transaksi secara online (Rajagukguk, 2024). Pelatihan dan workshop yang meningkatkan literasi digital juga krusial karena memberikan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan e-commerce dan media sosial secara optimal. Ini mencakup cara mengelola akun bisnis, memahami analitik, dan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif. Keterampilan ini memungkinkan pengrajin untuk beradaptasi dengan perubahan pasar

dan memaksimalkan potensi penjualan online mereka (Warsiyah, 2023). Pada Gambar 7 terlihat proses pelatihan dilaksanakan.



Gambar 8. Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Digital
(Sumbe: Doc. Tim Pengusul)

Pada Gambar 8 merupakan kegiatan pelatihan pemasaran dan penjualan online dan pelatihan untuk meningkatkan literasi digital pengrajin, termasuk penggunaan e-commerce dan manajemen media sosial. Pelatihan pemasaran dan penjualan online, serta peningkatan literasi digital, sangat penting bagi pengrajin karena memungkinkan mereka untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan bisnis mereka secara efektif. Dengan pelatihan ini, pengrajin dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce dan meningkatkan visibilitas produk mereka secara global (Dilansyah et al., 2024). Selain itu, pengetahuan tentang teknik pemasaran digital dan manajemen media sosial membantu mereka dalam mengoptimalkan strategi penjualan, meningkatkan konversi, dan memaksimalkan pendapatan (Sifwah et al., 2024). Keterampilan ini juga memudahkan pengrajin dalam mengelola interaksi pelanggan, melacak performa penjualan, dan mengatur inventaris secara efisien. Secara keseluruhan, literasi digital memastikan bahwa pengrajin dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan tren pasar, menjaga daya saing mereka di era digital yang terus berkembang (Sari et al., 2023).

Pelatihan ketiga mengenai pelatihan Membangun jaringan dengan retailer di berbagai daerah dan mengorganisir partisipasi dalam pameran atau event untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Pelatihan dilaksanakan pada tanggal, 19 Agustus 2024.



Gambar 9. Pelatihan Membangun Jaringan Distribusi

Kegiatan peatihan ini sangat penting karena: peningkatan akses pasar, pengenalan produk yang lebih luas, kesempatan kolaborasi, strategi pemasaran yang efektif.

Kegiatan Pelatihan selanjutnya yaitu mendampingi pengrajin dalam proses digitalisasi, dari pembuatan konten hingga pengelolaan platform online, kegiatan ini tidak hanya dilakukan satu kali saja, namun sampai dengan proses evaluasi dan monitoring berkelanjutan. Kegiatan ini dilakukan oleh tim pengabdian dan dua anggota mahasiswa.



Gambar 10. Mendampingi pengrajin dalam proses digitalisasi, dari pembuatan konten hingga pengelolaan platform online

Mendampingi pengrajin dalam proses digitalisasi sangat penting karena memungkinkan mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui platform online, yang sebelumnya mungkin tidak terjangkau secara fisik. Digitalisasi juga meningkatkan efisiensi operasional dengan membantu pengrajin mengelola inventaris, produksi, dan penjualan dengan lebih baik, sehingga mengurangi waktu dan biaya (Prahendratno et al., 2023). Selain itu, pendampingan dalam pembuatan konten berkualitas dapat meningkatkan daya tarik produk dan membedakan dari kompetitor (Nisa & Ayu, 2023). Pengelolaan platform online yang efektif, seperti situs web dan media sosial, memastikan produk mereka terlihat profesional dan mudah ditemukan oleh calon pembeli. Terakhir, proses ini juga membantu pengrajin mengembangkan keterampilan digital yang penting untuk keberlanjutan usaha mereka di era modern (Sugandini et al., 2019). Dengan demikian, pendampingan dalam digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka secara keseluruhan.

Survei pra-pelatihan dan pasca-pelatihan memiliki tujuan kunci dalam mengukur hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan. Survei pra-pelatihan bertujuan untuk mengevaluasi pengetahuan dan keterampilan awal peserta, mengidentifikasi tantangan dan kebutuhan spesifik mereka, serta memastikan kesiapan peserta untuk mengikuti pelatihan (Herwina, 2021). Dengan informasi ini, pemateri dapat menyesuaikan materi pelatihan agar lebih sesuai dengan kebutuhan peserta. Survei pasca-pelatihan, di sisi lain, berfokus pada mengukur efektivitas pelatihan dengan menilai sejauh mana tujuan pelatihan tercapai dan seberapa baik peserta dapat menerapkan keterampilan baru yang dipelajari (Nugroho, 2019). Selain itu, survei ini mengumpulkan umpan balik tentang kepuasan peserta dan area yang perlu diperbaiki, memberikan wawasan untuk meningkatkan kualitas pelatihan di masa depan.

Tabel 2. Solusi terhadap permasalahan mitra dan indikator keberhasilannya.

Solusi yang Ditawarkan	Indikator Keberhasilan Program	Hasil
- Melakukan pelatihan intensif mengenai teknik pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan iklan online.	- Minimal 70% Mitra dapat melakukan pemasaran secara digital menggunakan media sosial	- 85% Mitra dapat melakukan pemasaran secara digital menggunakan media sosial
- Mengembangkan strategi konten digital yang menarik untuk meningkatkan visibilitas online produk.	- Minimal 70% Mitra dapat mengembangkan konten digital yang menarik	- 82% Mitra dapat mengembangkan konten digital yang menarik
- Pelatihan Membangun jaringan dengan retailer di berbagai daerah dan mengorganisir partisipasi dalam pameran atau event untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih	- Minimal 70% Mitra dapat memahami bagaimana cara membangun Kemitraan	- 75% Mitra dapat memahami bagaimana cara membangun Kemitraan

luas.		
- Menyediakan akses ke perangkat lunak yang sesuai untuk kegiatan pemasaran dan penjualan online.	- Minimal 70% Mitra dapat memahami bagaimana cara mengakses perangkat lunak untuk kegiatan pemasaran	- 80% Mitra dapat memahami cara mengakses perangkat lunak untuk kegiatan pemasaran
- Pelatihan dan workshop untuk meningkatkan literasi digital pengrajin, termasuk penggunaan e-commerce dan manajemen media sosial.	- Minimal 70% Mitra dapat menggunakan e-commerce dan manajemen media sosial	- 75% Mitra dapat menggunakan e-commerce dan manajemen media sosial
- Mendampingi pengrajin dalam proses digitalisasi, dari pembuatan konten hingga pengelolaan platform online	- Minimal 70% Mitra bisa membuat konten hingga pengelolaan platform online.	- 80% Mitra bisa membuat konten hingga pengelolaan platform online.

Dari Tabel 2 dapat disimpulkan, dari 6 target utama dalam kegiatan ini dan dari pelatihan serta indikator keberhasilan yang ditetapkan, hasilnya menunjukkan bahwa lebih dari 70% kemampuan Mitra meningkat. Rata-rata atau rerata dari 6 kegiatan yang telah dilakukan menunjukkan hasil sebesar 80%. Ini membuktikan bahwa PMP Peningkatan Produktivitas dan Pemasaran Kelompok UMKM Pengrajin Pandan berbasis Platform Digital efektif dalam meningkatkan daya saing dan hasil usaha kelompok UMKM pengrajin pandan.

SIMPULAN

Kegiatan PMP peningkatan produktivitas dan pemasaran kelompok UMKM Pengrajin Pandan berbasis platform digital ini bertujuan untuk mendukung pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam meningkatkan kesadaran mereka tentang pemasaran produk secara digital menggunakan platform digital. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memanfaatkan pemasaran digital secara efektif. Ketidmaksimalan penggunaan media digital, khususnya media sosial dan e-commerce, dalam strategi pemasaran disebabkan oleh kurangnya pemahaman pelaku UMKM mengenai potensi media sosial dalam menjangkau calon konsumen secara lebih luas.

SARAN

Diharapkan setelah pelaksanaan kegiatan PMP peningkatan produktivitas dan pemasaran kelompok UMKM Pengrajin Pandan berbasis platform digital ini, pelaku UMKM, khususnya dari kelompok UMKM Pengrajin Pandan Lanji Bersatu di Dusun Lanji, Desa Darmaji, dapat semakin termotivasi untuk terus belajar dan mengeksplorasi aplikasi pemasaran digital lainnya. Dengan demikian, diharapkan terjadi peningkatan dalam jangkauan pasar, jumlah penjualan, serta kemajuan ekonomi, baik pada tingkat individu maupun komunitas sekitarnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian Kepada Masyarakat ini didanai melalui kegiatan Penerima Pendanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Akademik Tahun Anggaran 2024 Kemendikbudristek melalui skema Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) dengan Nomor Kontrak Induk dan Turunan 130/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 dan 2928/LL8/AL.04/2024, 310/STMIKL/VII/2024. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada STMIK Lombok, Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah Kecamatan Kopang Desa Darmaji serta Kelompok UMKM Pengrajin Pandan Lanji Bersatu yang telah mendukung kegiatan kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilansyah, D. M., Prasetyo, B. D., Sulistiani, H., & Fernando, Y. (2024). Penerapan CMS Prestahop pada Pengembangan Sistem E-Commerce Akrilik pada PT Maha Kreatif Industri. *Jurnal Komputasi*, 12(1), 58-69.
- Hasan, H., Haliah, H., & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Sulawesi dalam Implementasi Digitalisasi UMKM. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 43-50.
- Herwina, W. (2021). Analisis Model-Model Pelatihan. Bayfa Cendekia Indonesia.

- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 34-40.
- Mulyawati, S., Danasari, I. F., Nabilah, S., Setiawan, R. N. S., & Febrilia, B. R. A. (2022). Peningkatan Peran Kelompok Wanita Tani dalam Pengemasan dan Pemasaran Online Produk Keripik di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Iptek*, 4(1), 22-27.
- Nisa, C., & Ayu, D. P. (2023). Strategi Membangun Branding Produk Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Era Digital di Desa Kesugihan Pulung Ponorogo. *Social Science Academic*, 471-478.
- Nugroho, Y. A. B. (2019). *Pelatihan dan Pengembangan SDM: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Prahendratno, A., Aulia, M. R., Erwin, E., Setiawan, Z., Rijal, S., Rosdaliva, M., Ariasih, M. P., Adhichandra, I., & Rahmawati, E. (2023). *STRATEGI BISNIS DIGITAL: Optimalisasi & Otomatisasi Sebuah Bisnis Menggunakan Media Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rajagukguk, T. S. (2024). Pengabdian Mendigitalkan Desa: Meningkatkan Keterampilan Digital Masyarakat Melalui Pelatihan Komputer dan Internet (Pada UMKM di Desa Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 212-228.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Septiani, S., Suryadi, A., & Romansyah, A. (2022). Pemanfaatan Marketplace dalam Upaya Menciptakan Peluang Bisnis Digital. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 20-24.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.
- Sugandini, D., Effendi, M., Istanto, Y., Arundati, R., & Rahmawati, E. (2019). *Pemasaran Digital: Adopsi Media Sosial Pada UKM*. In: Zahir Publishing.
- Warsiyah, W. (2023). Analisis Kebutuhan UMKM di Era Digital terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Bandar Lampung. *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1650-1659.