

Pelatihan Pemasaran Online Produk Masyarakat Kecamatan Bantur Kabupaten Malang

M. Arief Bustomi^{1*}, A. Yunus Rohedi², Hasto Sunarno³, Gontjang Prajitno⁴,
Bachtera Indarto⁵, Muchammad Nurif⁶, dan Endah Purwanti⁷

¹⁻⁵Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Kampus ITS Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

^{1*} a_bustomi@physics.its.ac.id

² rohedi@physics.its.ac.id

³ hastos@physics.its.ac.id

⁴ bachtera61@gmail.com

⁵ gontjangprajitno@gmail.com

⁶Studi Pembangunan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Kampus ITS Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

⁶ mnurif69@gmail.com

⁷Tekno Biomedik, Airlangga University
Kampus C Unair Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

⁷ endah-p-1@fst.unair.ac.id

Abstrak

Makalah ini menyajikan hasil kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan penjualan online. Materi pelatihan penjualan online yang disampaikan adalah aplikasi penjualan online menggunakan Shopee dan Tokopedia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara online dalam dua hari dan diikuti 12 peserta. Lokasi obyek kegiatan terletak di kecamatan Bantur, Kabupaten Malang. Sasaran kegiatan ini adalah para siswa peserta pelatihan kerja di SMAN 1 Bantur. Para siswa ini nantinya diharapkan mampu menjadi motor penggerak bagi masyarakat kecamatan bantur dalam menggerakkan perekonomian. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah tutorial dan praktik menggunakan media text dan video. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pengetahuan para peserta telah meningkat karena mereka telah mampu membuat toko online sendiri sehingga mereka bisa memulai untuk memasarkan produk-produk yang mereka hasilkan.

Kata Kunci: Pemasaran Online, Produk Masyarakat, Jalur Lintas Selatan, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang

Abstract

This paper presents the results of community service activities in the form of online sales training. The online sales training material presented is an online sales application using Shopee and Tokopedia. This community service was carried out online in two days and was attended by 12 participants. The location of the activity object is located in the kecamatan Bantur, kabupaten Malang. The target of this activity is the students participating in job training at SMAN 1 Bantur. These students are expected to be able to become a driving force for the community of kecamatan Bantur in driving the economy. The method used in this training is a tutorial and practice using text and video media. The results of the training show that the participants' knowledge has increased because they have been able to create their own online shop so that they can start to market the products they produce.

Keyword: Online Marketing, Community Products, Southern Cross Route, Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang.

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Malang memiliki keindahan alam yang berpotensi besar dapat dikembangkan menjadi kawasan wisata alam. Potensi wisata alam tersebut perlu digarap dengan serius oleh pemerintah kabupaten Malang agar potensi tersebut mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Malang (Sulistyowati, 2018). Salah satu potensi wisata alam di kabupaten Malang adalah jajaran pantai-pantai yang menghadap ke perairan samudra Hindia yang terkenal cukup besar dan ganas ombaknya, kecuali beberapa pantai yang berada di kawasan Sendang Biru yang perairannya cukup tenang karena berada di belakang atau terhalang oleh sebuah pulau. Kawasan lain yang juga menjadi andalan wisata pantai kabupaten Malang adalah kawasan Balekambang. Saat ini antara kedua kawasan pantai tersebut, yaitu Sendang Biru dan Balekambang terdapat sebuah jalur jalan penghubung yang cukup representatif dan diberi istilah dengan nama Jalur Lintas Selatan (JLS) kabupaten Malang.

Adanya JLS tersebut akan berdampak pada perkembangan masyarakat di sekitar JLS. Masyarakat yang tadinya terisolir, sekarang menjadi punya akses ke berbagai wilayah lain dengan mudah. Keberadaan JLS sangat berpotensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama yang

berkaitan kepariwisataan yang merupakan andalan utama wilayah ini untuk peningkatan perekonomian masyarakat.

Persoalan utama yang sering dihadapi oleh masyarakat yang tinggal di wilayah pedesaan seperti desa-desa yang dilalui JLS kabupaten Malang adalah masalah pendidikan masyarakat yang masih rendah. Pendidikan adalah satu hal yang paling penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang dapat berpengaruh dalam jangka panjang pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Rendahnya kualitas pendidikan masyarakat inilah yang menjadi penyebab rendahnya kesejahteraan mereka (Bustomi, 2019).

Persoalan kedua yang merupakan turunan dari rendahnya kualitas pendidikan masyarakat adalah rendahnya kemampuan masyarakat pedesaan dalam berimprovisasi dan berinovasi untuk meningkatkan penghasilan dan perekonomian mereka. Persoalan ketiga yang juga merupakan turunan dari rendahnya kualitas pendidikan adalah rendahnya budaya membaca dan literasi masyarakat. Masyarakat pedesaan belum terbiasa untuk mencari berbagai informasi positif yang dapat meningkatkan perekonomian mereka dari berbagai media massa seperti koran, radio, televisi dan juga dari media sosial di internet.

Salah satu aspek penting dan merupakan ujung tonggak untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat pedesaan adalah informasi-informasi yang berkaitan dengan pemasaran produk-produk pertanian menggunakan internet. Kendala yang dialami oleh sebagian masyarakat pedesaan adalah mereka masih belum tahu bagaimana cara memanfaatkan internet untuk membantu memasarkan produk pertanian mereka, meskipun mereka sudah memiliki piranti teknologi seperti laptop dan ponsel android (Djamaludin, 2016, Chatra, 2018, Azis 2018).

Ada banyak kelebihan yang terdapat pada pemasaran produk berbasis internet (pemasaran online) bila dibandingkan dengan pemasaran produk secara konvensional yang harus membawa produk barang tersebut ke pasar. Keunggulan utama pemasaran online adalah biaya pemasaran yang sangat murah dibandingkan pemasaran model konvensional (Hukama, 2017, Hartono, 2018, Hidayah, 2019, Hakim, 2019). Keunggulan dari segi biaya inilah yang menginspirasi kami untuk mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat di kecamatan Bantur kabupaten Malang. Ada cukup banyak aplikasi pemasaran produk secara online, antara lain adalah Shopee, Tokopedia, Marketplace dan lain-lain.

Kegiatan pengabdian masyarakat adalah berupa pelatihan pemasaran online dengan peserta pelatihan adalah para siswa SMA yang telah mengikuti kegiatan pelatihan kerja di sekolah mereka SMA Negeri 1

Bantur. Pelatihan kerja ini diberikan oleh pihak sekolah sebagai bekal mereka setelah lulus, karena sebagian besar lulusan SMA Negeri 1 Bantur tidak melanjutkan ke perguruan tinggi. Para siswa SMA ini adalah anak-anak dari warga masyarakat Bantur yang sebagian besar berprofesi sebagai petani. Pemilihan siswa-siswa SMA sebagai peserta pelatihan adalah dengan pertimbangan bahwa mereka merupakan generasi muda masyarakat kecamatan Bantur yang lebih dinamis dan berpikir lebih maju dibandingkan dengan kelompok-kelompok anggota masyarakat lainnya [Kholdani, 2019]. Harapannya adalah para generasi muda ini akan menularkan pengetahuan dan ketrampilan mereka kepada anggota masyarakat kecamatan Bantur lainnya.

Merujuk pada sejumlah referensi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan, kegiatan pelatihan akan lebih efektif bila dilaksanakan dengan cara praktek secara langsung oleh peserta pelatihan [Machfiroh, 2018, Santoso, 2019]. Bentuk pelatihan yang diberikan kepada para siswa SMA Negeri 1 Bantur merupakan perpaduan tutorial dan praktek langsung oleh peserta pelatihan. Kombinasi tutorial dan praktek merupakan cara yang efektif dalam pelatihan penggunaan aplikasi pemasaran online (Magdalena, 2017, Rahman, 2017, Prameswari, 2019).

II. METODE

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan adalah memberikan pelatihan kepada masyarakat di kecamatan Bantur kabupaten Malang untuk pemasaran produk-produk mereka secara online. Konsep kegiatan adalah membantu masyarakat pedesaan untuk memasarkan produk-produknya dengan cara yang lebih murah, efisien dan modern, yaitu dengan memanfaatkan internet. Harapannya adalah masyarakat pedesaan akan mempunyai bekal kemampuan baru dalam pemasaran produk-produk mereka, sehingga akan ada peningkatan penghasilan. Dengan penghasilan yang meningkat, maka kesejahteraan masyarakat pedesaan akan meningkat pula.

Strategi pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran produk secara online menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Berkunjung kepada tokoh masyarakat yang sekiranya bisa membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di wilayahnya.
2. Berdiskusi dengan para tokoh masyarakat berkaitan dengan persoalan masyarakat, karakteristik masyarakat, dan ide tawaran solusi untuk persoalan masyarakat tersebut yang berkaitan dengan pemasaran produk-produk masyarakat.
3. Merancang model pelatihan yang cocok dengan kondisi dan karakteristik masyarakat kecamatan Bantur.

4. Memberikan pelatihan dengan metode-metode yang bisa dimengerti oleh masyarakat kecamatan Bantur tersebut, misalnya dengan praktek secara langsung.

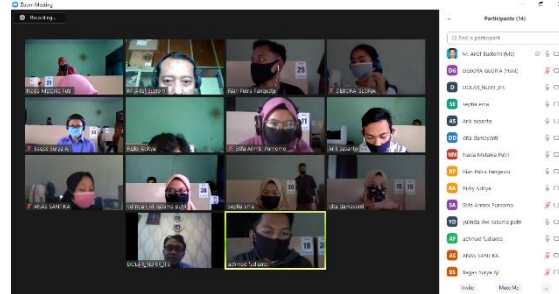
Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini semula direncanakan dengan kunjungan langsung kepada masyarakat Bantur. Namun karena kondisi pandemik covid 19, maka pelaksanaan kegiatan dirubah menjadi secara online. Semua tahapan pelaksanaan kegiatan komunikasi awal, perencanaan kegiatan, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi kegiatan dilakukan secara online menggunakan media sosial seperti aplikasi Whatsapp Grup dan Zoom Meeting. Kegiatan dilakukan selama lima bulan, dengan detail pelaksanaan sebagai berikut:

1. Sepanjang bulan juni dan juli 2020 digunakan untuk membangun komunikasi dengan mitra kegiatan kami di kecamatan Bantur, yaitu SMAN 1 Bantur Malang. Dalam komunikasi ini didiskusikan berbagai hal berkaitan dengan persoalan masyarakat Bantur, karakteristik masyarakat Bantur, dan tawaran ide pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran online sebagai sebuah tawaran solusi permasalahan masyarakat Bantur.
2. Sepanjang bulan agustus 2020 dilakukan komunikasi secara intens dengan pihak mitra SMAN 1 Bantur untuk membuat rancangan kegiatan dan berbagai hal teknis untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran produk secara online.

3. Awal bulan september 2020 dilaksanakan kegiatan pelatihan pemasaran produk secara online. Materi pelatihan adalah pemasaran produk secara online menggunakan aplikasi Shopee dan Tokopedia. Peserta pelatihan adalah sejumlah orang yang kami pilih atas rekomendasi dari pihak mitra SMAN 1 Bantur. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara online menggunakan aplikasi zoom meeting selama dua hari.
4. Bulan september 2020 pasca kegiatan pelatihan dilakukan diskusi dengan pihak mitra untuk mengevaluasi berbagai hasil kegiatan pelatihan yang telah dilakukan. Salah satu bentuk evaluasi adalah berupa wawancara dengan para peserta pelatihan berkat kerjasama dengan pihak SMAN 1 Bantur.
5. Sepanjang bulan oktober 2020 digunakan untuk penyusunan laporan dan berbagai bentuk pertanggung-jawaban pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) selaku pihak pemberi dana kegiatan

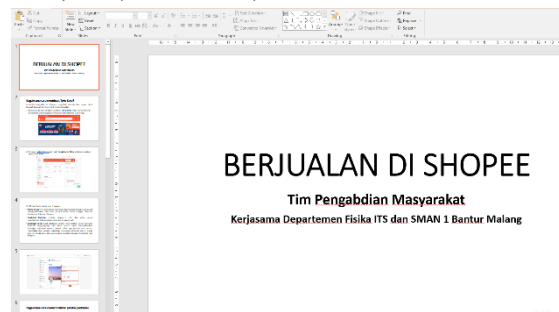
dilakukan oleh orang lain, serta berbagai evaluasi, saran, dan tindak lanjut terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan.

A. Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 1.
Pelaksanaan Pelatihan

Pada Gambar 1 diperlihatkan Pelaksanaan pelatihan yang dilakukan secara online menggunakan aplikasi zoom meeting selama dua hari, yaitu Selasa, 1 September 2020 dan Rabu, 2 September 2020. Hari pertama Selasa, 1 September 2020 kegiatan pelatihan berlangsung dari pukul 9.00 WIB sampai 12.00 WIB dengan materi pelatihan tentang cara berjualan di Shopee (Gambar 2).



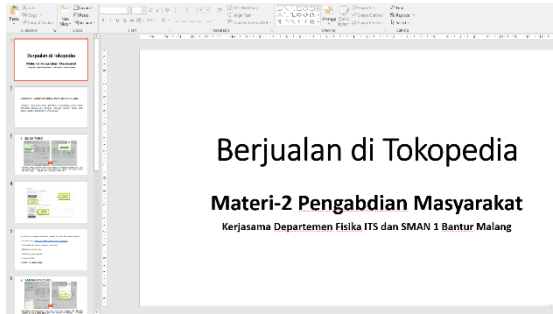
Gambar 2.
Materi pelatihan hari pertama

Hari kedua Rabu, 2 September 2020 kegiatan pelatihan berlangsung dari pukul 9.00 WIB samapai 12.00 WIB dengan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini diuraikan pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran online, hasil-hasil kegiatan yang diperoleh para peserta pelatihan, perbandingan dan analisa hasil-hasil kegiatan dengan kegiatan serupa yang

materi pelatihan tentang kiat berjualan di Tokopedia (Gambar 3).



Gambar 3.

Materi pelatihan hari kedua

Para peserta pelatihan adalah perwakilan dari masing-masing kelompok siswa SMA Negeri 1 Bantul yang telah mengikuti pelatihan kerja sesuai pilihan bidang ketrampilannya. Setiap bidang ketrampilan telah menghasilkan sejumlah produk barang atau jasa. Beberapa produk barang dan jasa yang telah dihasilkan antara lain adalah kaos desain dan mug karakter hasil karya para siswa kelompok bidang ketrampilan desain grafis. Jasa perawatan dan perbaikan sepeda motor oleh para siswa kelompok bidang ketrampilan teknik sepeda motor.



Gambar 4.

Contoh produk kaos desain



Gambar 5.

Contoh produk mug karakter

Pada Gambar 4 diperlihatkan contoh produk kaos desain, yaitu sebuah desain gambar yang dicetak pada kaos polos. Pada Gambar 5 diperlihatkan contoh produk mug karakter, yaitu sebuah desain gambar atau foto karakter yang dicetak pada mug polos.



Gambar 6.

Contoh jasa service sepeda motor

Pada Gambar 6 diperlihatkan contoh layanan jasa yang dilakukan oleh beberapa peserta pelatihan, yaitu jasa servis sepeda motor. Produk-produk barang dan jasa tersebut dan sejumlah produk-produk lainnya akan disiapkan oleh para peserta pelatihan untuk dipasarkan secara online.

B. Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pemasaran online ini diikuti oleh 12 peserta. Dalam kegiatan pelatihan ini digunakan tiga hal sebagai ukuran keberhasilan kegiatan pelatihan, yaitu pengetahuan para peserta tentang aplikasi pemasaran online sebelum pelatihan, penguasaan para peserta pada materi pelatihan, dan kemauan para peserta untuk mengimplementasikan dan menularkan ilmunya kepada orang lain. Ketiga hal penilai keberhasilan kegiatan pelatihan tersebut diperlihatkan pada Tabel 1.

Tabel 1.

Penilaian keberhasilan kegiatan pelatihan

Nama Peserta	Penge- tahuan	Pengu- asaan	Kema- uan
Anas Santika	TS	MB	TK
Debora G. V. L.	TB	MB	KB
Nada Metania P.	TS	MS	KB
Stifa Arimbi P.	TS	MB	TK
Bagas Surya Aji	TS	MB	KS
Ach. Fudianto	TT	TM	KB
Rian Putra P.	TS	MB	KS
Septia Ema D. S.	TS	MB	KS
Arik Susanto	TS	MS	KS
Yulinda Dwi K. P.	TB	MB	TK
Rizky Aditya	TS	MB	KS
Dita Damayanti	TT	TM	KB

Kolom pengetahuan menyatakan seberapa besar pengetahuan para peserta pelatihan tentang aplikasi pemasaran online sebelum pelaksanaan kegiatan. Isian TT berarti tidak tahu sama sekali, TS berarti tahu sedikit, dan TB berarti tahu cukup banyak. Kolom penguasaan menyatakan

seberapa besar penyerapan materi pelatihan oleh para peserta pelatihan. Isian TM berarti tidak menguasai sama sekali, MS berarti menguasai sedikit, dan MB berarti menguasai cukup banyak. Kolom kemauan menyatakan seberapa besar kemauan para peserta untuk mengimplementasikan dan menularkan ilmunya kepada orang lain. Isian TK berarti tidak ada kemauan sama sekali, KS berarti ada kemauan sedikit, dan KB berarti punya kemauan cukup banyak. Data-data pada Tabel 1 diperoleh dari jawaban para peserta dan penilaian para pemateri saat pelaksanaan pelatihan.

Informasi tentang pengetahuan awal setiap peserta dan kemauan setiap peserta setelah pelatihan berasal dari jawaban atau pengakuan langsung dari setiap peserta pelatihan. Informasi tentang penguasaan materi pelatihan setiap peserta berasal dari hasil akumulatif penilaian para pemateri pada setiap peserta pelatihan.

Data-data penilaian keberhasilan kegiatan pelatihan pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa sebagian besar para peserta pelatihan telah mengetahui cukup banyak tentang berbagai aplikasi pemasaran online. Meskipun sebagian besar dari mereka mengetahui adanya berbagai aplikasi pemasaran, hanya sebagian kecil saja yang pernah menggunakannya. Berdasarkan pengakuan mereka, hal ini disebabkan mereka belum menyadari betul tentang besarnya manfaat penggunaan aplikasi pemasaran online. Selain itu, mereka juga belum tahu cara-cara penggunaan berbagai aplikasi

pemasaran online tersebut. Dengan diadakannya kegiatan pelatihan pemasaran online, mereka para peserta pelatihan akan menyadari manfaat besar dari penggunaan aplikasi pemasaran online. Selain itu, para peserta pelatihan menjadi tahu bagaimana cara menggunakan dan memanfaatkan aplikasi pemasaran online untuk menunjang keberhasilan usaha bisnis mereka.

Berkaitan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat kecamatan Bantur, maka peran para peserta pelatihan dalam menularkan ilmu dan ketrampilannya kepada orang lain menjadi sangat penting. Berdasarkan data pada Tabel 1, cukup banyak para peserta pelatihan yang bersedia menularkan ilmu dan ketrampilannya kepada orang lain di sekitarnya. Tentu hal ini cukup menggembirakan, meskipun tidak ada jaminan pasti dari komitmen para peserta pelatihan tersebut.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran online di kecamatan Bantur Malang ditinjau dari latar belakang permasalahan dan kondisi masyarakatnya mempunyai kemiripan dengan beberapa kegiatan pengabdian masyarakat, seperti yang dilakukan oleh Hidayah dan kawan-kawan yaitu pelatihan penjualan online untuk masyarakat desa Karanglewas Kidul kabupaten Banyumas (Hidayah, 2019), Magdalena dan Ellyani yaitu pelatihan e-commerce untuk memasarkan makanan khas Bangka (Magdalena, 2017), dan Sulistyowati dan kawan-kawan yaitu pelatihan ketrampilan TIK untuk

pemasaran produk bagi pelaku UKM Aisyiyah kecamatan Dau Malang (Sulistyowati, 2018).

C. Saran dan Tindak Lanjut Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran online dapat terlaksana dengan lancar berkat kerjasama yang baik dengan mitra pengabdian masyarakat yaitu keluarga besar SMAN 1 Bantur Malang. Pihak mitra SMAN 1 Bantur berkontribusi cukup besar dalam pemilihan peserta pelatihan, pelayanan kepada peserta pelatihan, asistensi dalam pelaksanaan pelatihan dan lain sebagainya. Pihak mitra SMAN 1 Bantur berperan sebagai kepanjangan tangan kami dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di tengah-tengah kondisi pandemik.

Tujuan akhir dari kegiatan pelatihan pemasaran online adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecamatan Bantur. Agar tujuan ini bisa tercapai maka hal penting yang harus ada pada para peserta pelatihan adalah mereka harus punya kemauan dan keinginan yang kuat untuk mengimplementasikan dan menularkan ilmu-ilmunya yang diperolehnya selama pelatihan kepada orang lain atau anggota masyarakat lainnya. Kemauan dan keinginan tersebut perlu untuk dijaga dan dibina agar tetap menyala dalam diri setiap peserta pelatihan. Tentu saja hal ini bukanlah hal yang mudah, namun dengan pembekalan motivasi selama pelaksanaan pelatihan diharapkan mampu mengetuk hati dan pikiran para peserta pelatihan untuk

memajukan dan mensejahterakan masyarakat Bantur di kemudian hari.

IV. PENUTUP

Pemanfaatan teknologi internet untuk pemasaran online produk-produk masyarakat kecamatan Bantur kabupaten Malang adalah sebuah upaya untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Bantur.

Saran agar hasil kegiatan pelatihan pemasaran online ini benar-benar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Bantur adalah perlunya pendampingan bagi para peserta pelatihan dalam mengimplementasikan dan menularkan ilmunya kepada anggota masyarakat lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada DRPM ITS atas dukungan dana pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami sampaikan terima kasih juga kepada pimpinan dan staff administrasi SMAN 1 Bantur Malang atas kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Azis, M. N. L. (2018), Strategi Pemasaran Batik Melalui Marketplace untuk Peningkatan Penjualan Menggunakan SWOT Analysis, Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi SENATIK.

- Bustomi, M. A. dkk (2019). Peningkatan Wawasan Fisika dan Sains kepada Peserta Pelatihan Kerja di Kecamatan Bendungan Trenggalek. Prosiding online Seminar Nasional Fisika (SNF) 2019 Universitas Negeri Surabaya.
- Chatra, E. dkk (2018). Pengenalan Digital Marketing, Pelatihan e-Commerce dan Merancang Pesan Persuasif bagi Pelaku UMKM di Kota Padang. Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat SKIM IPTEK Berbasis Program Studi dan Nagari Binaan, Universitas Andalas
- Djamaludin, Aviasti, Rukmana, A.N. dan Rukmana, O. (2016). Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah Di Wilayah Bandung Raya Dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran Dan Perluasan Jangkauan Pasar. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Ethos* Vol 4 No 1 Hal. 125-130.
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat LOYALITAS* Vol. 2 No. 1.
- Hartono, S. dan Ubed, R. S. (2018). Pelatihan Online Marketing kepada Pelaku UMKM Desa Cibogo Cisauk Tangerang. *Sembadha* Vol. 01 Ed. 01.
- Hidayah, D. U. dkk (2019). Pelatihan Penjualan Online untuk Masyarakat Desa Karanglewas Kidul Kabupaten Banyumas Pelatihan Penjualan Online Untuk Masyarakatdesa Karanglewas Kidul Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Altruis* Vol. 2 No. 1.
- Hukama, L. D. dan Simon, Z. Z. (2017). Pelatihan Pendampingan dan

- Pemasaran Berbasis Toko Online bagi UKM Herbal Sari Sehat Multifarm, Tegalwaru Ciampea Kabupaten Bogor. *International Journal of Community Service Learning* Vol. 1 (3) Hal. 118-120.
- Kholidani, A. F. R. dan Qur'ana, T. W. (2019). Pelatihan Desain dan Manajemen Jaringan Komputer pada Anggota Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Kabupaten Banjar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG* Vol. 4 No. 1 Hal. 22-26.
- Magdalena, H. dan Ellyani, W. (2017). Strategi Memanfaatkan E-Commerce Dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka (Studi Kasus: Aneka Citra Snack). *Cogito Smart Journal* Vol. 3 No. 2.
- Machfiroh, I. S. dkk (2018). Pelatihan Penyusunan Anggaran untuk UMKM di Desa Bumi Jaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG* Vol. 3 No. 1 Hal. 1-4.
- Prameswari, N. S., Widagdo P. B., dan Sugiarto, E. (2019). Perluasan Jaringan Pemasaran Melalui Kemitraan dengan Marketplace bagi PKL Dampak Relokasi Pemkot Surakarta. *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia* Vol. 01 No. 02.
- Rahman, F. dan Mawardi, M. K. (2017). Strategi UMKM dalam Membangun Brand Toko Online di Marketplace (Studi pada komunitas Tokopedia di Kota Bekasi). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 53 No. 1.
- Santoso, H. B. dkk (2019). Pemanfaatan Teknologi dalam Upaya Pemberdayaan Perempuan Melalui Peningkatan Kreativitas Istri Pembudidaya Ikan Patin di Desa Cindai Alus. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG* Vol. 4 No. 2 Hal. 26-31.
- Sulistiyowati, T. dkk (2018). Enhancing ICT Skills to Support Product Marketing for SMEs Aisyiyah Dau Malang District (Peningkatan Ketrampilan TIK untuk Mendukung Pemasaran Produk bagi Pelaku UKM Aisyiyah Kecamatan Dau Malang). *Proceeding of Community Development* Vol. 2 Hal. 242-249.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

M. Arief Bustomi, M.Si.



Lahir di Gresik, 18 April 1973. Staf pengajar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Studi S1 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 1997; S2 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 2004; dan S3 Fisika ITS, Surabaya. Penulis banyak menulis makalah bidang pengolahan citra digital berbasis kecerdasan buatan dan mendapat kepercayaan sebagai reviewer makalah seminar internasional bidang pengolahan citra digital. Penulis juga sangat berminat dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dr. A. Yunus Rohedi, MT.



Lahir di Bangkalan, 14 Mei 1967. Staf pengajar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Studi S1 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 1991; S2 Optoelektronika dan Aplikasi Laser Universitas Indonesia, Jakarta, lulus tahun 1997; dan S3 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 2017. Penulis banyak meneliti tentang formulasi matematika dalam bidang optoelektronika dan propagasi gelombang elektromagnetika.

Drs. Hasto Sunarno, M.Sc.

Lahir di Babat-Lamongan, 31 Maret 1956. Staf pengajar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Studi S1 Fisika ITB, Bandung, lulus tahun 1980 dan S2 Optoelektronika dan Aplikasi Laser Universitas Indonesia, Jakarta, lulus tahun 1984. Karya penulis adalah buku diktat Laser 1, Laser 2, dan Sistem Komunikasi Optik sebagai referensi pendukung perkuliahan di Departemen Fisika ITS.

Drs. Gontjang Prajitno, M.Si.

Lahir di Balikpapan, 2 Januari 1966. Staf pengajar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Studi S1 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 1989; S2 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 2003; dan S3 Fisika ITS, Surabaya. Penulis menulis beberapa makalah tentang sonik kristal, akustik ruang dan saat ini terlibat dalam penelitian sonik kristal berbahan PVC.

Drs. Bachtera Indarto, M.Si.

Lahir di Sumenep, 4 April 1961. Staf pengajar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Studi S1 Fisika ITB, Bandung, lulus tahun 1988; S2 Fisika ITS, Surabaya, lulus tahun 2009. Penulis banyak meneliti tentang energi terbarukan dan banyak berperan sebagai pembimbing program kreativitas mahasiswa hingga bisa lolos pekan ilmiah mahasiswa nasional (PIMNAS).

Muchammad Nuris, SE, MT.

Lahir di Gresik, 14 Juni 1969. Staf pengajar di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Studi S1 Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Jember, lulus tahun 1994 dan S2 Magister Manajemen Teknik ITS, Surabaya, lulus tahun 2006. Penulis banyak menulis dan menjadi narasumber kegiatan pelatihan untuk peningkatan perekonomian masyarakat.

Endah Purwanti, S.Si, MT.

Lahir di Surabaya, 31 Oktober 1977. Staf pengajar di Universitas Airlangga. Studi S1 Fisika Universitas Airlangga, Surabaya, lulus tahun 2001 dan S2 Teknik Elektro ITS, Surabaya, lulus tahun 2009. Penulis banyak membimbing mahasiswa dan melakukan penelitian tentang aplikasi kecerdasan buatan dalam bidang medis dan kesehatan. Penulis sudah beberapa kali mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat tema pemanfaatan aplikasi pemasaran online.

