

## Peningkatan Omzet Para-Para Anggur di Desa Mas-Mas melalui Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial dan *Website*

Fitria Ika Agustina\*<sup>1</sup>, Lalu Wira Jayadi<sup>2</sup>, Baiq Ishariaty Wika Utary<sup>3</sup>, Mariana<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Universitas Teknologi Mataram

<sup>2</sup>Sistem Informasi, Universitas Teknologi Mataram

<sup>3</sup>Hukum, Universitas Teknologi Mataram

<sup>4</sup>Ekonomi Syariah, Universitas Islam Al-Azhar Mataram

\*e-mail: beautyanakku@gmail.com<sup>1</sup>, laluwirajayadi31@gmail.com<sup>2</sup>, luisadi645@gmail.com<sup>3</sup>, mariana4hm4d15@unizar.ac.id<sup>4</sup>

### **Abstrak**

*Desa Mas-Mas merupakan salah satu desa wisata yang dikelilingi oleh area pertanian dan peternakan yang mana sebagian masyarakat berprofesi sebagai petani dan peternak. Mayoritas penduduknya mengandalkan sektor pertanian dan peternakan sebagai mata pencaharian pokok. Para-para anggur adalah istilah yang mengacu pada struktur fisik buah anggur yang dikumpulkan dalam kelompok kecil, biasanya tergantung pada satu batang atau rantai. Masing-masing kelompok ini terdiri dari beberapa lusin buah anggur yang disatukan oleh batang utama. Digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, disisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Penggunaan Facebook sebagai media sosial saat ini terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana mencari teman, sarana komunikasi, sarana mencari maupun berbagi informasi, dan sebagai sarana promosi untuk keperluan usaha maupun bisnis. Permasalahan BUMDes Desa Mas-Mas adalah pemasaran produk yang dihasilkan belum optimal. Solusi yang diusulkan adalah memberikan pelatihan digital marketing melalui e-commerce dan penggunaan sosial media. Setelah mendapatkan pengetahuan baru, peserta pelatihan sangat termotivasi untuk melakukan penjualan menggunakan media social facebook dan e-commerce melalui platform shopee. Dengan menggunakan penjualan online, biaya pemasaran lebih hemat serta jangkauan pemasaran lebih luas sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.*

**Kata Kunci:** *Anggur, BUMDes Desa Mas-mas, E-Commerce dan Media Sosial, Pemasaran Digital, Omzet Penjualan*

### **Abstract**

*Mas-Mas Village is a tourist village surrounded by agricultural and livestock areas where some of the people work as farmers and livestock breeders. The majority of the population relies on the agricultural and livestock sectors as their main livelihood. Para-para grapes is a term that refers to the physical structure of grapes collected in small clusters, usually hanging on a single stem or chain. Each of these clusters consists of several dozen grapes held together by a main stem. Digital marketing makes it easier for business people to monitor and provide all the needs and desires of potential consumers. On the other hand, potential consumers can also search for and obtain product information just by browsing cyberspace, making the search process easier. The use of Facebook as a social media is currently continuing to increase for various purposes such as a means of finding friends, a means of communication, a means of finding and sharing information, and as a means of promotion for business and business purposes. The problem with BUMDes in Mas-Mas Village is that the marketing of the products produced is not yet optimal. The proposed solution is to provide digital marketing training through e-commerce and the use of social media. After gaining new knowledge, training participants are very motivated to make sales using social media Facebook and e-commerce via the Shopee platform. By using online sales, marketing costs are more economical and the marketing reach is wider so that sales turnover can be increased.*

**Keywords:** *Wine, Mas-mas Village BUMDes, E-Commerce and Social Media, Digital Marketing, Sales Turnover*

## 1. PENDAHULUAN

Desa Wisata Masmas merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Batuklian Utara Kabupaten Lombok Tengah. Desa Mas Mas merupakan bagian dari Desa Peresak di Kecamatan Batukliang pada tahun 1997. Saat ini Desa Mas-mas merupakan bagian dari Kecamatan Batukliang Utara yang terdiri dari delapan desa, salah satunya adalah Desa Mas-mas. Desa Mas-Mas merupakan satu desa yang ada di kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan luas wilayah 2.23 km<sup>2</sup>. Desa Mas-Mas terdiri dari sebelas dusun dengan jumlah penduduk sebanyak 4310 jiwa. Desa Mas-Mas merupakan salah satu desa wisata yang dikelilingi oleh area pertanian dan peternakan yang mana Sebagian masyarakat berprofesi sebagai petani dan peternak dan mayoritas penduduknya mengandalkan sektor pertanian dan peternakan sebagai mata pencaharian pokok (Mertha, 2019).

Di Desa Mas-Mas selain dikelilingi dengan sawah juga terdapat Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang sesuai hasil musyawarah diberi nama "BUMDes LINTANG MAS". Di sisi lain, pemerintah desa juga mampu berpola kreatif dan inovatif dalam mendominasi kegiatan ekonomi desa melalui kepemilikan BUMDes sehingga dapat membangun perekonomian daerah yang dibutuhkan untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, mengasihkan barang dan jasa, meningkatkan perdagangan antar-pemerintah daerah dan memberikan layanan yang optimal bagi konsumen, karena BUMDes ini bergerak pada bidang jasa dan dagang (Majdi et al., 2020).

Anggur adalah salah satu buah yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia. Rasanya yang manis, sedikit asam, dan banyak airnya, sehingga sering digunakan sebagai campuran salad buah. Selain manis, buah anggur juga memiliki beragam manfaat untuk kesehatan. Anggur mengandung berbagai senyawa antioksidan yang membantu mencegah dan melawan berbagai penyakit akibat radikal bebas seperti penyakit jantung dan kanker. Dalam bidang Kedokteran Gigi, anggur memiliki manfaat untuk memutihkan gigi yang telah mengalami diskolorisasi. Semakin gelap warna anggur, semakin tinggi kandungan antioksidannya. Buah anggur konon berasal dari Timur Tengah (Ilham Syahrul Jiwandono et al., 2022).

Para-para anggur adalah istilah yang mengacu pada struktur fisik buah anggur yang dikumpulkan dalam kelompok kecil, biasanya tergantung pada satu batang atau rantai. Masing-masing kelompok ini terdiri dari beberapa hingga beberapa lusin buah anggur yang disatukan oleh batang utama. Saat buah anggur tumbuh, biasanya membentuk tandan kecil yang disebut "paras". Seiring berjalannya waktu, seiring dengan pertumbuhan tanaman merambat, tandan ini menjadi lebih besar dan lebih berat, namun tetap terhubung satu sama lain melalui batang atau rantai yang sama (Prihanta & Purwanti, 2022). Dalam hal pemasaran, BUMDes di Desa Mas-mas masih menggunakan pemasaran sederhana yakni dari mulut ke mulut, disamping itu aspek pengemasan masih sangat sederhana karena belum ada pengepakan yang menarik dan belum ada label dalam bungkusnya, Dengan demikian perlu diadakannya program pelatihan digital marketing untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat dan keluarga pada khususnya dengan peningkatan omzet penjualan (Nugrahaningsih et al., 2021).

Pemasaran digital, juga dikenal sebagai pemasaran elektronik, mencakup periklanan digital atau online yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan. Cara-cara lama para pemasaran tidak terlalu efektif dalam meningkatkan penjualan (Adina Dwijayanti, 2021).

Digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. Digital marketing dapat

menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu (Gellysa Urva et al., 2022).

Digital Marketing merupakan salah satu media yang saat ini banyak di minati oleh masyarakat serta sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari. Secara perlahan-lahan banyak masyarakat mulai meninggalkan cara marketing yang konvensional dan beralih kepada digital marketing. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dunia digital dan internet tentu berimbas pada dunia pemasaran. Di mana digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Rahmayani et al., 2022). Media sosial didefinisikan sebagai aplikasi yang menggunakan Internet, yang merupakan dasar dari teknologi Web 2.0, menyediakan kemampuan untuk membuat dan mendistribusikan konten digital bagi pengguna atau user generated content /UGC (Thaha et al., 2021).

Penggunaan Facebook sebagai media sosial saat ini terus meningkat untuk berbagai keperluan seperti sarana mencari teman, sarana komunikasi, sarana mencari maupun berbagi informasi, dan sebagai sarana promosi untuk keperluan usaha maupun bisnis. Kegiatan promosi dibentuk untuk menstimulasi terjadinya kesadaran, ketertarikan, dan akan berakhir dengan pembelian suatu produk. Facebook dapat menyampaikan tujuan para pelaku usaha online mengoptimalkan pemasaran secara digital sehingga lebih meningkatkan kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek yang dipromosikan seperti mengenali atau mengingat nama, gambar, logo maupun slogan-slogan yang pernah digunakan dalam mempromosikan merek dagang (Gellysa Urva et al., 2022).

Akibatnya, pemasaran digital secara bertahap menjadi pilihan dibandingkan pemasaran tradisional dalam skenario pemasaran saat ini. Bagi para pemasar di era digital, sangat sulit memasarkan produk tanpa mempertimbangkan pentingnya teknologi digital yang canggih. Pemasaran digital juga sangat bermanfaat bagi bisnis karena iklan berbiaya rendah dan ponsel pintar adalah saluran yang paling jelas bagi pengiklan (Kusumawardhani et al., 2020).

Pesatnya perkembangan teknologi khususnya e-commerce memberikan dampak pada perubahan perilaku para wirausaha dalam berbisnis, hal tersebut dikarenakan prosesnya menjadi lebih mudah dan meminimalisir biaya operasional yang keluar. Sedangkan pemanfaatan digital marketing untuk komersialisasi produk yang di tawarkan juga menjadi solusi dalam pemasaran produk, dibandingkan cara lama yang menempatkan di kedai atau warung saja. Pentahapan proses dilakukan secara konsisten selama kegiatan pendampingan sehingga dapat berkontribusi bagi terciptanya suasana kebersamaan yang mempercepat pencapaian sasaran yang ditargetkan. Pada awal kemunculannya e-commerce memberikan dampak sangat signifikan pada fungsi penggunaannya sebagai media bisnis online, hingga saat ini transaksi yang dilakukan menggunakan media e-commerce masih berdasarkan asas kepercayaan karena belum adanya sistem yang mengatur keamanan dalam bertransaksi (Satria et al., 2021).

Saluran penjualan dan komunikasi modern sebagian besar bersifat elektronik. Internet telah menyediakan platform bagi konsumen dan pemasar untuk lebih banyak interaksi dan penyesuaian layanan. Para pelaku BUMDES dapat mengirimkan pesan yang disesuaikan yang meningkatkan keterlibatan pelanggan dalam berbagai aktivitas seperti strategi produksi dan pemasaran, sehingga memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan aktivitas bisnisnya agar sesuai dengan kebutuhan konsumen (Handayani & Bambang Eka Purnama, 2013). Dengan adanya permasalahan tersebut tim PkM memberikan pelatihan digital marketing melalui website penjualan (E-commerce) dan penjualan melalui media sosial seperti facebook untuk membantu BUMDes Desa Masmas dalam meningkatkan hasil penjualan dan memperluas area pemasaran. Hal ini

akan menjadi pengaruh yang besar terhadap perubahan kesejahteraan Masyarakat Desa Mas-mas.

## 2. METODE

Permasalahan BUMDes Desa Mas-Mas adalah pemasaran produk yang dihasilkan, khususnya pemasaran digital, belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan adanya pasar digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, personal, dan relevan (Azizah, 2019).

Hasil yang ingin dicapai adalah terciptanya aplikasi pasar digital yang membantu dalam memasarkan produk apapun. Dalam pengabdian masyarakat ini, tim PkM memperkenalkan Digital Marketplace (E-commerce) sebagai solusi pemasaran produk secara digital (Komputer, 2013)

Solusi yang diusulkan adalah dengan memberikan pelatihan digital marketing melalui e-commerce dan sosial media bagi BUMDES di desa Mas-mas. E-commerce adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang melibatkan aktivitas seperti distribusi, penjualan, pembelian, dan pemasaran barang dan jasa berdasarkan sistem elektronik di Internet (Triyanto, 2017).

Kegiatan-kegiatan yang nantinya akan memberikan yaitu pelatihan tentang pemasaran digital melalui situs web penjualan, seperti e-commerce dan media sosial, Adapun tahapan dalam pelatihan yang akan diberikan oleh tim PkM yakni :

### a. Persiapan Pelatihan

Persiapan pelatihan diawali dengan observasi dan wawancara terhadap BUMDes di Desa Mas-mas seperti kendala yang dihadapi dalam bidang pemasaran sehingga belum tercapai target penjualan yang diharapkan, serta penyiapan alat dan bahan yang diperlukan untuk pelatihan seperti smartphone, produk anggur dan proyektor. Kegiatan pelatihan akan dilaksanakan dengan metode terstruktur yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mentransfer pengetahuan tentang proses dan kegiatan pemasaran digital. Kegiatan pelatihan ini dilakukan sebanyak 4 kali dengan durasi setiap kegiatan selama 90 menit. Materi yang diberikan berupa tata cara tips dan trik penjualan dengan media sosial facebook dan e-commerce seperti shopee (Minarni, 2017).

### b. Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital

Pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui facebook dan e-commerce shopee dilakukan dengan metode demonstrasi oleh tim PkM dan praktek langsung yang dilakukan oleh para peserta pelatihan agar mampu menguasai fitur yang ada pada platform e-commerce. Dengan adanya pelatihan ini para anggota kelompok dalam BUMDes akan meningkatkan pemahaman dan ketrampilan dalam membuat media periklanan dan strategi pemasaran, membuat model media periklanan di internet, serta pemahaman dalam mengembangkan jaringan bisnis untuk keperluan pembiayaan, produksi dan pemasaran serta meningkatkan keterampilan dalam hal ini membuah hasil yang lebih banyak. Pemasaran yang komprehensif dan intensif untuk kegiatan pemasaran media digital (Widyaningrum et al., 2022).

### c. Monitoring dan Evaluasi

Proses monitoring dan evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Perubahan positif pada situasi mitra (anggota BUMDes) setelah dilaksanakannya program sosialisasi dan pelatihan yang diberikan oleh tim PkM merupakan salah satu indikator keberhasilan program. Indikator yang digunakan dalam monitoring dan evaluasi ini berupa penilaian terhadap kemampuan peserta sebelum pelatihan dan setelah pelatihan melalui pretest dan posttest yang dilakukan oleh tim PkM dengan hasil bahwa peserta pelatihan sudah mampu melakukan penjualan dengan menggunakan

media sosial *facebook* melalui status dan menu *marketplace* serta *platform* shopee untuk area penjualan yang lebih luas dan peningkatan omzet penjualan. Fase ini merupakan fase pengendalian dan target para peserta pelatihan dianggap kompeten untuk langsung melaksanakan program pelatihan pemasaran digital (Agustina et al., 2023).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemeliharaan anggur mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap berbagai aspek, terutama ekonomi, lingkungan dan sosial.

Berikut adalah beberapa dampak positif dari pemeliharaan anggur.

1. **Pertumbuhan Ekonomi:**

Penanaman anggur dapat menjadi sumber pendapatan penting bagi petani dan produsen. Penjualan buah anggur dan produk anggur seperti jus anggur, wine dan produk olahan lainnya dapat meningkatkan pendapatan petani dan produsen serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

2. **Pengembangan Pariwisata:**

Kebun Anggur seringkali menjadi tujuan wisata populer. Wisatawan sering mengunjungi daerah yang memiliki kebun anggur untuk mengikuti wisata kebun anggur, mencicipi wine, dan menikmati pemandangan alam. Hal ini akan meningkatkan pariwisata lokal dan menciptakan peluang bisnis baru.

3. **Perlindungan lingkungan:**

Pemeliharaan anggur yang berkelanjutan membantu melindungi lingkungan.

Praktik pertanian berkelanjutan, seperti penggunaan pupuk organik, pengelolaan air yang efisien, dan perlindungan habitat alami, membantu menjaga keseimbangan ekologi dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Tim PkM memberikan pelatihan penjualan produk dan strategi pemasaran melalui media pemasaran online berupa website penjualan (e-commerce) dengan platform shopee dan media sosial facebook yang membantu pemasaran produk anggur secara lebih luas. Kualitas dan kinerja layanan bisnis meningkat, difasilitasi oleh penggunaan proses inovatif untuk logistik dan otomatisasi layanan. Kontrol, kualitas, dan kecepatan transmisi data telah menjadi faktor penting bagi daya saing di Internet (Agustina et al., 2023).

Penggunaan Internet dalam perekonomian baru, bersama dengan e-commerce, menawarkan cara-cara baru dalam berbisnis, seperti teknik pemasaran baru, termasuk media sosial. Istilah e-marketing digunakan dalam pemasaran digital dan ditandai dengan penggunaan inovasi dan intuisi web untuk menciptakan hubungan antara bisnis dan pelanggan mereka. E-marketing berfokus pada penggunaan koneksi berbasis TI atau interaktif dengan pelanggan (Maria et al., 2021).

Pemantauan diperlukan pada saat proses simulasi dan pelatihan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan peserta pelatihan, sedangkan evaluasi hasil produk terjadi setelah produk diproduksi. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, terlihat bahwa pemahaman dan keterampilan masyarakat terhadap pemasaran digital sangat memuaskan. Pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan media pemasaran digital.

Pelatihan ini sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh para anggota BUMDes yang masih belum memahami dan menguasai teknik penjualan online, baik melalui media sosial ataupun platform e-commerce seperti shopee. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para peserta pelatihan dalam hal ini anggota BUNDes dalam melakukan penjualan online sehingga dapat memperluas area pemasara dan meningkatkan omzet penjualan. Pelatihan digital marketing yang diberikan berupa tips posting di media sosial, membuat konten menarik, posting tepat waktu, promosi produk oleh influencer dan selebgram. Tim PkM juga berbagi pengalaman saat melakukan bisnis online melalui media sosial. Setelah kegiatan

pelatihan selesai, tim melakukan pemantauan dan evaluasi dengan melakukan posttes dalam kegiatan pelatihan ini. Posttes ini mencakup pandangan dan pengetahuan dari para peserta pelatihan tentang kemampuan mereka dalam melakukan digital marketing berdasarkan hasil dari pelatihan yang telah diberikan serta tindak lanjut setelah mengikuti pelatihan ini.



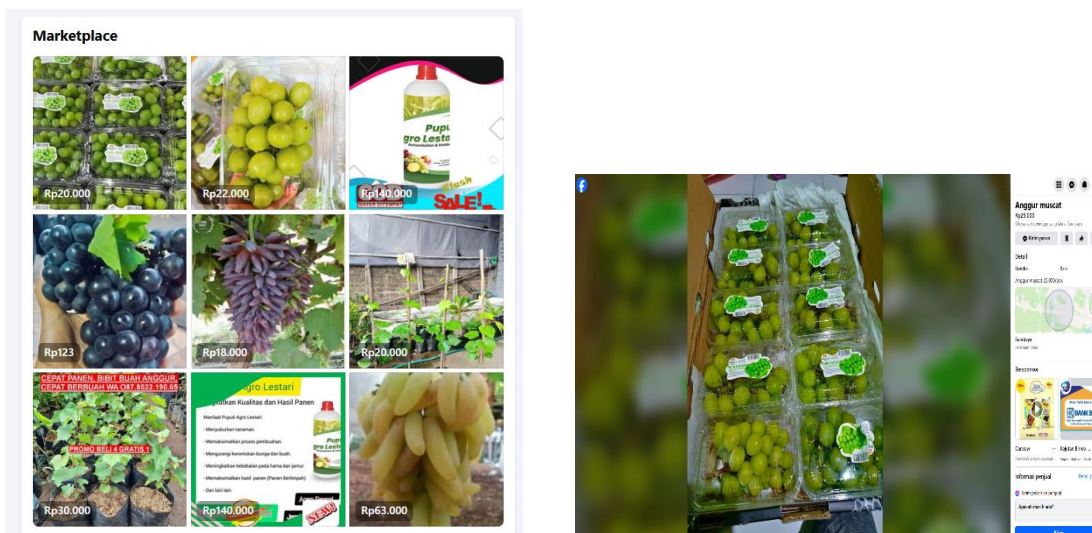
**Gambar 1. Para-Para Anggur**

Gambar 1 di atas merupakan kegiatan budidaya anggur yang dilakukan oleh Masyarakat di Desa Mas-mas, kegiatan budidaya tamanan anggur ini yang mereka sebut dengan para-para anggur. Kegiatan budidaya anggur ini dilakukan di area jalan sekitar Desa sehingga dapat di jadikan sebagai penghias jalan agar lebih teduh. Budidaya tamanan anggur ini menjadi ladang penghasilan untuk sebagian warga masyarakat di Desa Mas-mas.



**Gambar 2. Pelatihan Pemasaran Digital Para-Para Anggur**

Pada gambar 2 di atas terdapat proses pemasaran dan pelatihan pemasaran yang di lakukan oleh tim untuk membantu Masyarakat dalam memasarkan para-para anggur secara digital yakni melalui website penjualan dan sosial media facebook.



Gambar 3. Tampilan Media Pemasaran Facebook

Pada gambar di atas merupakan tampilan pada media pemasaran facebook. Tim memberikan pelatihan cara melakukan promosi dan penjualan melalui marketplace yang ada di facebook. Pelatihan ini guna memperluas area pemasaran dan meningkatkan omzet penjualan dari para-para anggur. Pemasaran melalui facebook ini sekaligus sebagai media promosi untuk memperkenalkan produk para-para anggur yang dihasilkan Masyarakat Desa mas-mas.



Gambar 4. Tampilan Media Pemasaran Website

Pada gambar 4 diatas merupakan tampilan untuk pemasaran melalui *website* penjualan. Dalam website penjualan atau sering disebut *e-commerce* ini tim memberikan pelatihan untuk mengunggah foto produk dan deskripsi nya sehingga menarik minat pembeli. Pada website penjualan ini juga terdapat fitur diskon dan gratis ongkir dengan harapan menjadi daya tarik untuk mendapatkan lebih banyak pembeli. Diharapkan dengan adanya website penjualan ini dapat memperluas area pemasaran para-para anggur yang dihasilkan Masyarakat Desa Mas-mas.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan teknologi informasi ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan anggota BUMDes dalam pemasaran produk menggunakan sosial media dan shopee sebagai wadah untuk mempromosikan dan menjual produk serta pengelola transaksi penjualan. Saat ini kemampuan peserta pelatihan dalam menggunakan teknologi informasi untuk penjualan produk mengalami peningkatan dalam bidang teknologi menjadi nilai 80 yang sebelumnya hanya berilai 30 dari hasil pretes yang telah dilakukan tim PkM sebelum memberikan pelatihan.

Setelah mendapatkan pengetahuan tentang penggunaan media sosial dan e-commerce untuk digital marketing, para peserta pelatihan sangat termotivasi untuk lebih menekuni digital marketing menggunakan media social facebook dan e-commerce melalui platform shopee. Bahkan peserta pelatihan telah belajar dan berupaya untuk menulis kalimat-kalimat promosi yang menarik perhatian para konsumen yang melihat pemasaran yang mereka unggah untuk produknya dengan harapan bahwa mereka dapat memperluas area pemasaran produk anggur serta meningkatkan omzet penjualan yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan dalam bidang ekonomi bagi para anggota BUMDes dan Masyarakat desa Mas-mas.

#### 4. KESIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital bagi anggota BUMDes diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk anggur yang mereka hasilkan. Hal ini memungkinkan untuk memperluas jangkauan area pemasaran dan meningkatkan pendapatan atau omzet penjualan bagi anggota BUMDes. Pelatihan pemasaran digital yang diberikan oleh tim PkM telah memungkinkan anggota BUMDes dalam menggunakan smartphone Android untuk berjualan online bagi para anggota BUMDes, penggunaan e-commerce melalui platform shopee serta media sosial *facebook* yang sangat bermanfaat bagi para peserta pelatihan. Para peserta pelatihan dalam hal ini anggota BUMDes menikmati proses dan pemahaman setiap langkah pengelolaan *e-commerce (shopee)* dan *facebook* serta memberikan ide untuk promosi dan diskon dalam pemasaran digital yang mereka lakukan. Setelah sosialisasi, para peserta pelatihan akan belajar memahami kebutuhan konsumen, mengidentifikasi calon konsumen dan pesaing bisnis, memilih kalimat dalam beriklan, serta melakukan pemasaran dan penjualan secara *online*. Dengan menggunakan penjualan secara online, maka biaya pemasaran lebih hemat serta jangkauan pemasaran lebih luas sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan. Para anggota BUMDes dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk anggur yang mereka pasarkan melalui komentar dari para pelanggan/konsumen dalam platform atau media pemasaran online yang mereka gunakan. Digital marketing juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan apresiasi dari masyarakat terhadap produk anggur yang mereka pasarkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adina Dwijayanti, P. P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>
- Agustina, F. I., Juhartini, J., & Wika Utari, B. I. (2023). Digital Marketing Produk Stick Jagung Melalui Website Pada Desa Kayangan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1038–1045. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i2.3054>
- Azizah, N. (2019). Pelatihan Pemberdayaan Istri Nelayan Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategy (DMS) Darah Biru. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 131–141. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2675>
- Gellysa Urva, Pratiwi, M., & Oemara Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>
- Handayani, S. P. M., & Bambang Eka Purnama. (2013). Pembuatan Website E-Commerce Pada Distro Java Trend. *Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika Dan Komputer FTI UNSA*, 2(1), 18–24.
- Ilham Syahrul Jiwandono, Oktaviyanti, I., Khairunnisa, Muhammad Yusuf Malindra, Egi Erlangga, Ni Putu Widiastini, Smartha Dayana Putri, Ali Alfian, & Sofyan Hadi. (2022). Pengolahan Buah Anggur Dan Mangga Sebagai Upaya Meningkatkan Jiwa



- Wirausaha Masyarakat Desa Sokong Kecamatan Tanjung Lombok Utara. *Jurnal Interaktif: Warta Pengabdian Pendidikan*, 2(1), 21–27. <https://doi.org/10.29303/interaktif.v2i1.50>
- Komputer, J. (2013). *Fakultas ilmu komputer*.
- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., & Ningrum, N. K. (2020). Pelatihan Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja UKM Pengrajin Bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11–17.
- Majdi, M. Z., Susilawati, S., Muhammad, F., & Nurhastuti, N. (2020). Peran Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Mas-Mas Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 236–242. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2827>
- Maria, E., Suharyadi, S., & Hudiono, R. K. (2021). Implementasi pemasaran digital berbasis website sebagai strategi kenormalan baru Dusun Srumbung Gunung pasca Covid-19. *Riau Journal of Empowerment*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.31258/raje.4.1.1-10>
- Mertha, I. G. (2019). Pemanfaatan Kotoran Sapi Menjadi Pupuk Organik Di Desa Mas-Mas Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 1(1), 94–98. <https://doi.org/10.29303/jwd.v1i1.25>
- Minarni. (2017). Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 147-.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Prihanta, W., & Purwanti, E. (2022). Rintisan Pelestarian dan Pengembangan Budidaya Anggur di Desa Sumberbulu Kecamatan Tegalsiwalan Kabupaten Probolinggo. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 4(4), 726–738. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v4i4.960>
- Rahmayani, M. W., Riyadi, W., & Hernita, N. (2022). *PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING UKM MADU CITAYEUM*. 3(4), 907–910. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3392>
- Satria, D., Arif, M., & Hafrida, E. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Bina Bisnis Online Pemasaran Produk Makanan Dan Reseller Untuk Kelompok Perwiridan Al Mubarak. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 20–25. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i1.177>
- Thaha, S., Hatidja, S., & Hasniati, H. (2021). Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 133–139. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.208>
- Triyanto, W. A. (2017). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Tas. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 6(3), 63–67.
- Widyaningrum, B., Nuraini, C., & Abdullah, Y. (2022). *Digital Marketing: Optimalisasi Pemasaran Hasil Komoditas Kelompok Tani Madu Taruna Karya Desa Margacinta, Kabupaten Pangandaran Digital Marketing: Marketing Optimization of Commodity Yields of the Taruna Karya Honey Farmer Group in Margacinta Village*. 1(1), 38–43.