

Pemasaran Dodol Mangrove Melalui Digital Marketing di Desa Wisata Pulau Pahawang

Marketing Mangrove Dodol Through Digital Marketing in the Pahawang Island Tourism Village

Evi Meidasari M¹, Hairudin², Destoprani Brajanoto³, Yudhinanto CN⁴

^{1,2,3,4}Universitas Mitra Indonesia

*E-mail: evi@umitra.ac.id

Article History:

Received: 30 Agustus 2023

Revised: 22 September 2023

Accepted: 22 Oktober 2023

Keywords: *Dodol Mangrove, Marketing, Pahawang Island*

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.*

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 Pahawang

PENDAHULUAN

Setiap tahun produk-produk luar negeri mememasuki pasar Indonesia, mulai dari produk berteknologi tinggi sampai dengan produk kerajinan yang dibuat secara massal 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.

*Evi Meidasari M, evi@umitra.ac.id

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

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan presentasi materi secara langsung kepada para peserta yang hadir, menggunakan media lcd, proyektor untuk menampilkan slide materi sehingga 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 mengeksplorasi 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.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

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.

Dokumentasi kegiatan pengabdian dodol Mangrove desa wisata Pulau Pahawang.



Sumber : documen pribadi, 2023



Sumber : dokumen pribadi, 2023

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

Gambar 1. Digital Tools untuk Usaha Bisnis Kecil



Sumber, data diolah, 2023

SIMPULAN

Dodol Mangrove merupakan salah satu produk masyarakat Desa Wisata Pulau Pahawang yang memiliki potensi untuk dipasarkan ke masyarakat luas, dengan melalui 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip., & Gary Armstrong. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2003.
- Kotler, Philip., Manajemen Pemasaran. Jakarta, PT. Indeks 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.