

PELATIHAN PEMANFAATAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING PADA YAMARU (YAYASAN MANUEL RUNTU) TOMOHON SULAWESI UTARA

Ivonne Angelic Umboh^{1*},
Merry Jeanned' Arc
Korompis², Patricia Petrus³,
Loureine P. Sumual⁴, Rafael
Sengkey⁵, Steify Sepang⁶,
Johanis Timbuleng⁷

^{1,2,3,4,5,7} Prodi Manajemen,
Universitas Katolik De La Salle
Manado

⁶ Prodi Akuntansi, Universitas Katolik
De La Salle Manado

Article history

Received : 10 November 2022

Revised : 14 November 2022

Accepted : 28 November 2022

*Corresponding author

Ivonne Angelic Umboh

Email : iumboh@unikadelasalle.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan setiap hari Jumat mulai tanggal 3 Juni 2022 hingga saat ini, dilakukan atas permintaan Yayasan Yamaru (Yayasan Manuel Runtu), sebuah yayasan yang memberikan kepedulian penuh kasih kepada penyandang disabilitas ganda yaitu disabilitas mental dan fisik. Penyandang disabilitas ganda (tidak dapat melakukan aktivitas apapun), dirawat mulai dari bayi, remaja dan dewasa bahkan sampai meninggal dunia. Karena dianggap tidak berguna, memalukan, dan karena kemiskinan, para penderita ini ditelantarkan oleh orang tuanya. Yayasan Yamaru karena tekanan kemanusiaan secara sukarela tanpa memandang suku, asal dan agama merawat para penderita ini. Perawatan tersebut membutuhkan dana untuk mendukung kegiatan kemanusiaan tersebut. Para Bruder (biksu atau rohaniwan Katolik) dibantu masyarakat sekitar mendirikan berbagai usaha, yaitu pertanian dan perkebunan, pembuatan benda-benda religi Katolik dan pembuatan garmen atau konveksi. Bagaimana usaha mikro ini dapat bertahan dan berkembang sementara manajer yayasan menghadapi akses pasar kapasitas bisnis yang terbatas? Universitas Katolik De La Salle melalui pendekatan multidisiplin melakukan kegiatan pendampingan dan pelatihan untuk memperkuat pemasaran digital bagi para pengusaha mikro yayasan. Metode yang digunakan adalah melalui pelatihan dan pendampingan rutin setiap hari Jumat untuk meningkatkan akses pasar melalui teknologi informasi dan media sosial. Tujuan dari PKM ini adalah untuk meningkatkan kapasitas usaha mereka dan memperluas jaringan pemasaran dan penjualan produk mereka.

Kata Kunci: Digital Marketing; Usaha Mikro; Marketplace.

Abstract

Community Service activities have been carried out every Friday from 3 June 2022 until now, at the Yamaru Foundation's request (Manuel Runtu Foundation) request. This foundation provides compassionate care to people with double disabilities, namely mental and physical disabilities. People with multiple disabilities (they cannot do any activity) are cared for, starting from infants, teenagers, and adults, even to death. Because they are considered useless and embarrassing, and because of poverty, these sufferers are abandoned by their parents. The Yamaru Foundation, because of humanitarian pressure, voluntarily takes care of these sufferers, regardless of ethnicity, origin, and religion. The treatment requires funds to support these humanitarian activities. The surrounding community assists the Brothers (Catholic monks or clergy) in setting up various businesses, namely agriculture and plantations, the manufacture of Catholic religious objects, and the manufacture of garments or convection. How can these micro-enterprises survive and thrive while foundation managers face limited business capacity market access? Through a multi-disciplinary approach, De La Salle Catholic University conducts mentoring activities and training to strengthen digital marketing for the foundation's micro-entrepreneurs. The method used is regular training and mentoring every Friday to increase market access via information technology and social media. This PKM aims to increase its business capacity and expand its marketing network and product sales.

Keywords: Digital Marketing; Micro Business; Marketplace.

PENDAHULUAN

YAMARU (Yayasan Manuel Runtu) didirikan oleh Bruder Han Geritsse CSD, seorang misionaris Belanda pada Tahun 1985 yang pada waktu itu mengelilingi tanah Minahasa dan menemukan banyak anak cacat yang belum mendapat perhatian penuh dari keluarga maupun pemerintah. Bruder Han Geritsse CSD memiliki gagasan untuk mengumpulkan anak-anak cacat tersebut dalam sebuah panti asuhan. Bruder Han Geritsse CSD pun bertemu dengan Michelle Brosbom CSD, seorang perempuan yang memiliki kepedulian yang sama untuk anak-anak cacat. Mereka bersama-sama mendirikan Panti Asuhan Sayap Kasih. Panti Asuhan Sayap Kasih didirikan pada tahun 2003 di Kabupaten Minahasa, namun pada tahun 2007 dipindahkan ke Kelurahan Woloan, Kota Tomohon untuk meningkatkan sarana prasarana serta fasilitas yang dibutuhkan untuk perawatan klien cacat ganda (fisik & mental).

YAMARU sebagai yayasan yang mengelola Panti Asuhan Sayap Kasih, harus menyiapkan kebutuhan pokok dengan kuantitas yang cukup banyak untuk anak-anak di panti asuhan. Selain mengasuh dan merawat anak-anak cacat yang ada di Panti Asuhan Sayap Kasih, para pengurus Panti Asuhan Sayap Kasih dan para pengasuh juga memiliki program *home visit* kepada anak-anak cacat di perkampungan di Sulawesi Utara, mengingat banyaknya anak-anak cacat yang belum mendapatkan perhatian penuh dari keluarga dan pemerintah. Oleh karena itu, para pengurus Panti Asuhan Sayap Kasih memiliki mimpi untuk mendirikan satu panti lagi untuk menampung anak-anak cacat dengan jumlah yang lebih besar. Untuk memenuhi kebutuhan pokok dan biaya operasional Panti Asuhan Sayap Kasih dan demi mewujudkan impian untuk mendirikan satu panti lagi untuk menampung lebih banyak anak-anak cacat demi mendapatkan perhatian khusus dan pelayanan yang layak, maka YAMARU membutuhkan dana yang cukup besar.

Selain mendapatkan bantuan pelayanan dan donasi dari para donatur dan sukarelawan, YAMARU Indonesia memiliki enam unit bisnis untuk menunjang biaya operasional yaitu: 1. KAPARE yang merupakan unit produksi dan penjualan patung natal, konveksi yang merupakan unit produksi kain. 2. Pax yang merupakan unit beli dan jual patung benda-benda keperluan beribadah umat Katolik, 3. Pertanian dan Peternakan yang merupakan unit produksi dan penjualan hasil produksi serta Panti Sayap Kasih yang merupakan unit terbesar dan merupakan unit yang bergerak dalam bidang sosial khususnya untuk menampung anak penyandang disabilitas.



Gambar 1. Kondisi Para Penderita Catat Ganda (YAMARU)

Penyandang *double disability* (disabilitas ganda mental dan fisik) yang ditampung pada yayasan Yamaru memang mereka baik anak-anak, remaja dan orang dewasa yang tidak bisa melakukan kegiatan apapun tanpa dibantu oleh para biarawan Katolik (Bruder) dan masyarakat sekitar yang peduli dengan program kemanusiaan kepada para penyandang disabilitas ganda. Para penyandang diabilitas tersebut sebagian besar memang dibuang oleh keluarganya diakibatkan oleh kemiskinan dan rasa malu melihat kondisi anaknya yang tidak mampu berbuat apa-apa. Bahkan untuk kegiatan pribadi seperti mandi, makan, dan kegiatan pribadi pun harus dibantu oleh orang lain. Yayasan Yamaru tergerak untuk merawat kehidupan mereka bahkan sampai meninggal dunia, hal ini tentu saja membutuhkan biaya untuk perawatan mereka. Oleh karenanya dibutuhkan unit-unit usaha untuk menopang kebutuhan para disabilitas ganda tersebut.

Permasalahan, Prioritas dan Justifikasi Kegiatan

Program PKM Universitas Katolik De La Salle kepada Yayasan Yamaru berangkat dari permintaan untuk bagaimana yayasan tersebut supaya dapat mendapatkan income yang lebih tinggi untuk mengatasi kekurangan pendanaan bagi aktivitas mereka yang harus mendanai perawatan para penderita cacat ganda yang menjadi misi cinta kasih Yayasan tersebut kepada sesama manusia tanpa mengenal suku, asal dan agama. Terbatasnya akses pemasaran produk-produk Yayasan Yamaru untuk *income generation*, atau pendapatan dari hasil usaha, keterbatasan akses pemasaran ini diakibatkan kurangnya pengetahuan tentang *channel of distribution* (saluran distribusi untuk menjual produk-produk mereka baik produk benda-benda keperluan ibadah umat Katolik, *garment* atau konveksi, dan hasil-hasil pertanian. Para Bruder dibantu oleh masyarakat sekitar menjadi pengelola tiga unit bisnis tersebut.

Selama ini aktivitas marketing dilakukan dengan cara konvensional yakni dengan menjual pada para pengepul yang tentu saja sangat terbatas jangkauannya serta seringkali menjual kepada para pengepul tidak berdaulat dalam hal menentukan harga dan sebagainya. Dengan adanya perkembangan teknologi pemasaran digital, permasalahan yang saat ini mereka hadapi seiring perkembangan dari waktu ke waktu, dan perkembangan teknologi yang sangat pesat membuahakan harapan untuk berdaulat dari para perantara dan pengepul dan menjangkau jejaring pasar yang lebih luas melalui teknologi digital bahkan yang sangat sederhana sekalipun melalui media sosial antara lain marketing via Facebook, Instagram, bahkan juga Whatsapp for business. Jangkauan jejaring pemasaran tidak saja pemasaran dalam konteks komersial namun juga jangkauan kepada pemasaran sosial untuk mendapatkan perhatian dari para pemangku kepentingan dan para donatur yang bersedia untuk menyumbangkan materinya untuk menopang kehidupan bagi para penderita cacat ganda, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Varadarajan et al. (2022) bahwa penguatan kapasitas usaha sektor kecil dan mikro melalui literasi digital akan dapat meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan sehingga dapat meningkatkan pendapat usaha tersebut. Hal ini dikuatkan juga oleh Trinugroho et al. (2022) yang melakukan penelitian usaha UMKM di Indonesia bahwa pelatihan dan pendampingan teknologi digital akan dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dan peningkatan penjualan serta *revenue*.

Prioritas utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh para dosen dan mahasiswa Universitas Katolik De La Salle Manado adalah untuk meningkatkan pendapatan Yayasan Yamaru berupa *income generation* melalui peningkatan penjualan produk-produk yang mereka usahakan melalui teknologi digital dalam hal ini adalah melalui media sosial untuk menjangkau kelompok sasaran konsumen yang lebih luas misalnya gereja-gereja di seluruh Indonesia tidak hanya disekitar Manado. Prioritas kedua adalah menjangkau para donatur dengan menginformasikan kegiatan-kegiatan yang Unika De La Salle lakukan sebagai pendamping Yayasan Yamaru. Prioritas ketiga adalah memberikan penguatan pengetahuan teknologi informasi kepada para biarawan Bruder dengan peningkatan kapabilitas teknologi informasi melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing mengingat dosen-dosen yang terlihat dalam PKM ini juga ada sebagian dari fakultas teknologi informasi dan komputer.

Adapun justifikasi kegiatan PKM ini adalah dengan diberikan pelatihan dan pendampingan pengetahuan teknologi informasi dan digital kepada para Biarawan Bruder dan masyarakat sekitar yang membantu di

yayasan Yamaru diproyeksikan akan meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran sampai dua kali lipat (lebih dari 100 persen) berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan di Kalimantan Selatan oleh (Naimah et al., 2020).

Justifikasi kegiatan PKM ini yang dalam jangka panjang akan meningkatkan kapasitas kemandirian berusaha kepada para Bruder dan masyarakat yang membantu untuk berkarya di Yayasan Yamaru sehingga dalam jangka panjang mereka akan mandiri dan mempunyai knowledge usaha yang dapat diandalkan bahkan untuk mewujudkan cita-cita mereka.

Pendampingan sektor usaha mikro, Sebagian besar rumah tangga Indonesia di Indonesia bergantung pada usaha mikro dan kecil untuk pendapatan mereka. Penetrasi ponsel dan internet meningkat secara substansial mendorong usaha mikro dan kecil untuk menggunakan inovasi berbasis teknologi yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha-usaha mikro tersebut. Usaha mikro di Indonesia, perlu adanya penggunaan inovasi berbasis teknologi termasuk teknologi keuangan digital dan penjualan online. Dengan melakukan hal tersebut, para usahawan mikro tersebut dapat meningkatkan pemahaman tentang hambatan untuk usaha mikro penggunaan teknologi digital di Indonesia. Hasil penelitian Trinugroho et al. (2022) mengungkapkan bahwa beberapa faktor bisnis serta karakteristik perusahaan dan pemilik memainkan peran penting dalam menjelaskan hambatan dalam mengadopsi inovasi digital. Penulis juga menemukan bahwa perusahaan dengan pendapatan dan penjualan yang lebih tinggi selama pandemi Covid-19 sebagian besar mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas bisnisnya (Trinugroho et al., 2022).

Selama seperempat abad terakhir, inovasi berbasis teknologi digital pada usaha mikro untuk menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan produk yang bernilai kepada pelanggan telah meningkat secara signifikan dalam pentingnya daya saing perusahaan. Inovasi berbasis teknologi digital telah bertransformasi dalam berbagai cara, seperti dampaknya terhadap perilaku pemasaran usaha mikro, perilaku pencarian dan perilaku pembelian konsumen, dan karakteristik struktural pasar usaha mikro. Dengan latar belakang ini, artikel ini memberikan perspektif tentang evolusi transformasi dan praktik dalam inovasi produk digital dan inovasi pemasaran digital pada usaha mikro. Secara khusus, artikel ini membahas pada aspek-aspek (a) inovasi pengembangan usaha dan (b) komunikasi langsung dan mediasi melalui platform social media dan pemasaran omni-channel pada usaha sector mikro, artikel ini memberikan ikhtisar tentang evolusi pada usaha sektor mikro dalam mengadopsi teknologi digital untuk pengembangan usaha (Varadarajan et al., 2022).

Membuka potensi digitalisasi pada sektor usaha mikro di pedesaan di Inggris penting untuk pengembangan masa depan bisnis sektor usaha mikro di daerah pedesaan. Penggunaan teknologi digital menghasilkan peluang baru untuk pengembangan bisnis usaha mikro, termasuk yang berlokasi di pedesaan, untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis dan pembangunan ekonomi, yang secara signifikan memberikan kontribusi untuk kemakmuran Inggris. Namun, pada perkembangannya konektivitas internet di daerah pedesaan sering terputus dan mempunyai akses yang rendah dan hal ini juga menyebabkan adanya literasi digital yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kunci tantangan digital, peluang digital, dan solusi untuk mengatasi kerugian digital bagi bisnis mikro pedesaan di Inggris di era digital (Tiwasing et al., 2022).

Literasi Digital, Para usahawan lingkup mikro perlu pemberdayaan melalui literasi digital memiliki berbagai definisi, antara lain interaksi manusia dengan internet (Irfan et al., 2022), dan platform pendidikan digital (Sugiantari, 2020). UNESCO dalam SDGs (Sustainable Development Goals) mendefinisikan literasi digital sebagai keterampilan atau keahlian yang terkait dengan aspek-aspek berikut: Keterampilan fungsional, Literasi kreatif, Keterampilan informasi, Berpikir kritis dan mahir dalam mengevaluasi, Keterampilan komunikasi, Kemampuan untuk berkolaborasi, Kemampuan keamanan elektronik atau keamanan digital, Kemampuan untuk memecahkan masalah melalui teknologi digital

Temuan penelitian (Irfan et al., 2022) membuktikan bahwa literasi digital secara signifikan mendukung peningkatan investasi dalam masyarakat di Pakistan. Penelitian Kass-Hanna et al., (2022) mendukung penelitian ini yang menemukan bahwa literasi digital masyarakat berpenghasilan rendah sangat mendorong inklusi keuangan dan ketahanan keuangan di Asia Selatan dan Afrika Utara.

Literasi media digital di kalangan perempuan di Indonesia masih tergolong rendah, terutama di daerah pedesaan. Responden penelitian perempuan mengungkapkan bahwa penggunaan internet hanya sebatas media sosial dan belum digunakan untuk tujuan bisnis. Namun, para responden mengakui bahwa menggunakan TIK akan meningkatkan harga diri mereka, mendapatkan rasa hormat dari teman, dan meningkatkan pengambilan keputusan terkait media sosial. Kepentingan keluarga dan anak (Suwana & Lily, 2017).

Sejauh ini, masih sedikit penelitian yang mengaitkan literasi digital di Indonesia, khususnya di kalangan pengusaha perempuan. Namun, (Aryanto & Wisnantoro, 2020) mengungkapkan literasi digital melalui media sosial di kalangan pengusaha di klaster batik pewarna alam di Bayat Klaten, Jawa Tengah, meningkatkan kinerja secara signifikan. Dengan usaha para pengusaha ini, mereka bahkan mampu menembus pasar luar negeri secara terbatas, misalnya di Jepang, AS, dan Italia. Pemanfaatan media sosial seperti Facebook untuk bisnis dapat mendongkrak penjualan produk batik pewarna alami baik secara nasional maupun internasional (Verhoef & Bijmolt, 2019).

Penelitian di atas juga didukung oleh Trinugroho et al. (2022), yang mengungkapkan bahwa dengan menggunakan big data, UMKM di Indonesia yang berjumlah sekitar 2.200 perusahaan dalam kelompok wirausaha muda relatif lebih adaptif dalam mengadopsi teknologi digital dibandingkan dengan kelompok yang lebih tua yang cenderung menjadi tantangan untuk diterima. Merangkul teknologi digital menyebabkan kinerja bisnis mereka terkena dampak pandemi covid-19. Upaya peningkatan literasi digital perlu menggunakan strategi yang disesuaikan dengan usia pengusaha.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Pemanfaatan dan Pendampingan *Digital Marketing* Pada YAMARU (Yayasan Manuel Runtu) Tomohon Sulawesi Utara. Peserta Kegiatan pendampingan dan pelatihan ini total diikuti oleh pengelola dan tenaga administrasi yayasan Yamaru berjumlah dua puluh satu orang, terdiri dari para Bruder (rohaniawan Katolik) berjumlah sebelas (11) orang, dan tenaga administrasi Yayasan Manuel Runtu (Yamaru) berjumlah sepuluh (10) orang. Metode Pelaksanaan Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode:

1. Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya peranan digital marketing bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi, dan pelaksanaan pencapaian e-commerce. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh usaha mikro yang telah sukses menggunakan media digital untuk kegiatan promosi. Sehingga diharapkan pelaku UMKM sadar akan pentingnya pemanfaatan digital marketing pada jaman sekarang.
2. Memberikan praktek langsung disertai tutorial pembuatan akun di media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah Google Bisnis dan akun bisnis di media sosial Instagram dan Facebook. Pemberian tutorial juga disertai dengan pengetahuan bagi usaha mikro tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di kedua media digital tersebut.

Peralatan dan bahan yang digunakan adalah sebagai berikut: 1) Laptop, LCD, dan layar proyektor yang berguna untuk menampilkan materi pelatihan dalam bentuk ceramah maupun praktek tutorial; 2) Gadget berupa *Cellphone* (HP) beserta paket data ataupun jaringan internet. Gadget ini berguna untuk mengakses media digital yang akan dibuat akunnya untuk pelaku usaha mikro tersebut. Langkah Kerja, Adapun langkah pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan, lokasi kegiatan, serta peserta kegiatan. Dalam koordinasi awal ini diharapkan dapat dipilih lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran.
2. Selain itu pihak yayasan Yamaru melibatkan semua Bruder dan karyawan yang dianggap tepat untuk mengikuti pelatihan utamanya yang masih muda. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, materi *print out* yang akan dibagikan kepada peserta, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, *back-drop* dan lain-lain.
3. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama yaitu berupa ceramah tentang pentingnya menggunakan digital marketing akan diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi ceramah kurang lebih 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab.
4. Kemudian pelaksanaan pelatihan sesi ke dua yaitu pemberian praktek serta tutorial membuat akun di Google bisnis dan Instagram beserta cara untuk mengelola akun tersebut dengan optimal. Lama sesi kurang lebih 60 menit. Materi praktek akan disampaikan oleh satu satu dari anggota pengusul.
5. Penulisan laporan kegiatan.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat di YAMARU (Yayasan Manuel Runtu) Tomohon yaitu dengan melakukan beberapa persiapan penting seperti menyusun tata cara kegiatan yang akan di laksanakan, melakukan persiapan alat-alat yang akan di gunakan, menentukan materi yang akan di presentasikan bagi para pengurus yang ada di Yamaru. Kegiatan pengabdian masyarakat pada YAMARU (Yayasan Manuel Runtu) Tomohon dilaksanakan setiap hari Jumat tanggal 3 Juni 2022 dengan kegiatan utama yaitu memberikan presentasi materi mengenai bagaimana *Digital Marketing* kepada yayasan YAMARU juga beberapa materi tentang:

1. Traffic
Traffic adalah *audience* atau *people* yang nantinya akan menjadi prospek bisnis yang akan kita jalani. Traffic demikian bisa dijangkau melalui iklan berbayar dan juga dengan cara organik
2. Landing Page
Landing Page adalah sebuah website, halaman sosial media yang disana terlampir informasi bisnis seperti email, produk, harga dan bahkan melakukan pembelian
3. Email Marketing & Whatsapp Business
Fitur promosi selanjutnya yang langsung menasar target lewat cara personal selling. Memungkinkan sebuah bisnis bisa berinteraksi secara pribadi kepada konsumen
4. Payment System
Sistem pembayaran yang sangat mudah dan efektif harus dimiliki oleh sebuah bisnis jika mereka ingin menggaet pasar online
5. Komunitas
Adanya komunitas dapat membantu engagement antara bisnis dan masyarakat. Target dan segmentasi yang tepat sangat dibutuhkan untuk penjualan melalui komunitas
6. Pembuatan *platform* Google Business dan Facebook Business

Dalam gambar berikut, tim pengabdian prodi Manajemen yang terdiri atas dosen dan mahasiswa, secara bersama hadir dan memberikan kontribusi kepada para pengurus Panti Sayap Kasih Woloan, Tomohon. Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pengurus panti dan pengurus unit-unit bisni tentang bagaimana memanfaatkan secara cepat dan tepat berbagai saluran media sosial, diantaranya dengan mengajarkan membuat akun bisnis WhatsApp, mengoptimalkan akun bisnis Facebook, membuat akun bisnis email dengan memakai akun Google, juga turut mendampingi pemegang akun social media agar perkembangan penjualan produk-produk dari unit-unit bisnis bisa terpantau dan tersalur dengan baik, mengajarkan membuat konten-konten yang menarik untuk diupload pada akun-akun media social, dan bagaimana menjangkau pasar-pasar konsumen yang lebih luas dengan menggunakan sosial media.

Hasil yang dicapai hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian pada Masyarakat dengan judul Pelatihan Pemanfaatan dan Pendampingan *Digital Marketing* Pada YAMARU (Yayasan Manuel Runtu) Tomohon Sulawesi Utara. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran usaha mikro yang dilakukan oleh para dosen dan mahasiswa ini dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut: 1. Koordinasi dengan pihak yayasan Yamaru pada hari Jumat, tanggal 3 Juni 2022 selaku Mitra Pengabdian untuk menentukan lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran. Adapun tanggal yang disepakati adalah hari Jumat, 3 Juni 2022 pukul 10.00 – 13.00 WITA. Hari dan jam ini disepakati sesuai dengan kesediaan UMKM selaku mitra Pengabdian. Selain itu dari hasil koordinasi ditetapkan bahwa sekurang-kurangnya peserta yang hadir diwakili oleh 10 orang tenaga marketing, dan 2 orang tenaga staff yayasan Yamaru.



Gambar 2. Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat di YAMARU Bersama Mahasiswa

Dalam gambar berikut, tim pengabdian prodi Manajemen yang terdiri atas dosen dan mahasiswa, secara bersama hadir dan memberikan kontribusi kepada para pengurus Panti Sayap Kasih Woloan, Tomohon. Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pengurus panti dan pengurus unit-unit bisnis tentang bagaimana memanfaatkan secara cepat dan tepat berbagai saluran media sosial, diantaranya dengan mengajarkan membuat akun bisnis WhatsApp, mengoptimalkan akun bisnis Facebook, membuat akun bisnis email dengan memakai akun Google, juga turut mendampingi pemegang akun sosial media agar perkembangan penjualan produk-produk dari unit-unit bisnis bisa terpantau dan tersalur dengan baik, mengajarkan membuat konten-konten yang menarik untuk diupload pada akun-akun media social, dan bagaimana menjangkau pasar-pasar konsumen yang lebih luas dengan menggunakan sosial media

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat pada YAMARU (Yayasan Manuel Runtu) Tomohon dapat di simpulkan bahwa Pengetahuan dan pemahaman tentang Digital Marketing oleh YAMARU bertambah. Serta pemahaman bagaimana melakukan pemasaran yang baik dalam usaha yang di jalankan oleh YAMARU bisa memperoleh profit dan bisa di kenal oleh banyak orang. Kegiatan ini dilakukan oleh para dosen dan mahasiswa Universitas Katolik De La Salle Manado Sulawesi Utara.

PUSTAKA

- Aryanto, V. D. W., & Wismantoro, Y. (2020). Women Green Entrepreneurs Orientation in Relation with SMEs' Batik Performance Using Online Social Media. *International Journal of Computers*, 5(1), 37–51.
- Irfan, E., Ali, Y., & Sabir, M. (2022). Analysing role of businesses' investment in digital literacy: A case of Pakistan. *Technological Forecasting and Social Change*, 176, 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121484>
- Kass-Hanna, J., Lyons, A. C., & Liu, F. (2022). Building financial resilience through financial and digital literacy in South Asia and Sub-Saharan Africa. *Emerging Markets Review*, 51, 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100846>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Sugiantari, N. L. (2020). The utilization of google classroom and zoom meeting as distance learning media in covid-19 pandemic. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(3n), 1–10.
- Suwana, F., & Lily. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 212–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.10.004>
- Tiwasing, P., Clark, B., & Gkartzios, M. (2022). How can rural businesses thrive in the digital economy? A UK perspective. *Heliyon*, 8(10), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10745>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45, 102156. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Varadarajan, R., Welden, R. B., Arunachalam, S., Haenlein, M., & Gupta, S. (2022). Digital product innovations for the greater good and digital marketing innovations in communications and channels: Evolution, emerging issues, and future research directions. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 482–501. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.002>
- Verhoef, P. C., & Bijmolt, T. H. A. (2019). Marketing perspectives on digital business models: A framework and overview of the special issue. *International Journal of Research in Marketing*, 36(3), 341–349. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.08.001>

Format Sitasi: Umboh, I.A, Korompis, M.J, Petrus, P., Sumual, L.P., Sengkey, R. Sepang, S., Timbuleng, J., (2023). Pelatihan Pemanfaatan dan Pendampingan Digital Marketing pada Yamaru (Yayasan Manuel Runtu) Tomohon Sulawesi Utara. *Reswara. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 4(1): 469-476. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2490>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))