

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING, TEKNIK FOTO PRODUK DAN  
PENGOLAHAN MINYAK JELANTAH DI DUKUH SRUMBUNG,  
KALURAHAN SEGOROYOSO, KECAMATAN PLERET,  
KABUPATEN BANTUL, DIY**

Herman Wahyu Dwi Maelana<sup>1</sup>, Irine Diana Sari Wijayanti<sup>2</sup>, Purnama Andri  
Murdapa<sup>3</sup>, Purwanta<sup>4</sup>, Wahyudiyono<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta  
Email: herman@amayogyakarta.ac.id

*ABSTRACT*

*Digital marketing training, product photo techniques and processing used cooking oil into candles are appropriate training in accordance with the times and the use of waste that can be further utilized. The purpose of this activity is to explain how to cultivate a creative, innovative, and independent entrepreneurial spirit through training on Digital Marketing, how to do product photos to make them attractive and used cooking oil waste treatment to create new products that can increase residents' income. This activity was held in Srumbung, Kalurahan Segoroyosot, Kapanewon Pleret, Kabupaten Bantul, DIY and was attended by the surrounding community. This activity is carried out by lecture and practice methods. Through lectures and practice activities, the community can understand the material presented and can practice directly. The community is active and responsive in this service activity.*

*Keywords: digital marketing, product photos, used cooking oil waste processing*

**ABSTRAK**

Pelatihan *digital marketing*, teknik foto produk dan pengolahan minyak jelantah menjadi lilin merupakan pelatihan tepat guna sesuai dengan perkembangan jaman dan pemanfaatan limbah yang dapat dimanfaatkan lebih lanjut. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menjelaskan bagaimana menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang kreatif, inovatif, dan mandiri melalui pelatihan mengenai *Digital Marketing*, bagaimana melakukan foto produk agar menarik dan Pengolahan limbah minyak jelantah untuk menciptakan produk baru yang dapat menambah pendapatan warga. Kegiatan ini diselenggarakan di Dukuh Srumbung, Kalurahan Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY dan dihadiri oleh masyarakat di sekitarnya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik. Melalui kegiatan ceramah dan praktik, masyarakat dapat memahami materi yang disampaikan dan dapat melakukan praktik secara langsung. Masyarakat aktif dan responsif dalam kegiatan pengabdian ini.

Kata kunci: *digital marketing*, foto produk, pengolahan minyak jelantah

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Di era yang serba *digital* sekarang ini, *digital marketing* menjadi metode baru yang sangat berperan penting dalam memasarkan suatu bisnis, terutama bisnis seperti jual beli *online*. *Digital marketing* dapat membangun, meningkatkan, dan mempertahankan reputasi suatu bisnis secara *online*, pada semua *platform digital*. *Digital marketing* dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau *brand* produk atau jasa yang dilakukan melalui media *digital*. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efisien. Dengan semakin mudahnya akses internet saat ini, jumlah pengguna internet pun semakin meningkat setiap harinya. Orang-orang lebih sering menghabiskan waktu di internet. Kegiatan berbelanja juga saat ini lebih banyak dilakukan secara *online*, ini berarti pemasaran *offline* tidak seefektif dulu.

UMKM menjadi salah satu tiang penyangga perekonomian dari sebuah negara. Pada kegiatan ini kami membahas salah satu peluang usaha yang bisa dilakukan secara skala rumahan dengan peluang yang cukup menjanjikan saat ini, yakni pemanfaatan minyak jelantah sebagai bahan baku lilin aroma terapi. Lilin aroma terapi merupakan lilin yang beraroma menenangkan dan menjadi salah satu produk yang sangat diminati saat ini. Karena berbahan baku dari minyak jelantah, secara tidak langsung akan mengurangi limbah minyak jelantah. Pengolahan lilin aroma terapi berbahan dasar minyak jelantah diolah dengan cara penyaringan, pelelehan, pencetakan, dan pengemasan yang menarik. Walaupun berbahan dasar dari minyak jelantah, produk yang dihasilkan sama seperti lilin aroma terapi pada umumnya.

Visual berupa foto suatu produk yang akan dijual melalui toko *online* memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang bisnis *online*. Bukan hanya melalui situs toko *online* saja, beberapa media promosi *online* seperti media sosial (khususnya *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*) juga memerlukan suguhan

visual produk yang semenarik mungkin agar banyak pengunjung yang tertarik dan berminat membeli barang tersebut. Fotografi produk sudah pasti akan mewakili *brand* produk. Terlebih didukung kualitas fotografi yang baik, calon konsumen akan semakin yakin dengan *brand* produk. Jika calon konsumen sudah merasa yakin dengan *brand* produk, peluang konsumen untuk membeli produk sangat besar. Para pengunjung toko *online* sangat senang membandingkan produk dengan jenis yang sama antar toko *online*. Oleh karenanya, pelaku usaha harus memberikan nilai lebih pada produk, yaitu dengan menampilkan foto terbaik dari produk. Ketika calon konsumen sudah mulai tertarik dengan fotografi produk, dukung promosi produk dengan bahasa promosi yang menarik serta kemudahan bertransaksi.

*Digital marketing* sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak. Berikut definisi dan pengertian digital marketing dari beberapa sumber sebagai berikut:

1. Menurut Purwana dkk (2017), digital marketing adalah aktivitas mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial.
2. Menurut Nadya (2016), digital marketing adalah pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing).
3. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2016), digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring

social.

4. Menurut Chaffey (2002), digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (*website, e-mail, data base, digital TV* dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya *blog, feed, podcast*, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran (Riadi, 2020)

Padukuhan Srumbung, yang terletak di sebelah tenggara wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, tepatnya di Desa Segoroyoso, Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul, merupakan salah satu padukuhan yang sebagian besar warga masyarakat adalah petani dan pedagang dan sebagian lainnya adalah pegawai atau karyawan. Namun, berdasarkan observasi yang dilakukan, pemahaman akan pengenalan mengenai digitalisasi produk dan foto produk yang dipublikasikan melalui dunia maya masih menjadi kendala yang menjadikan usaha warga Srumbung mengalami stagnasi. Hal ini menjadi ide untuk memberikan penyuluhan kepada warga masyarakat Padukuhan Srumbung melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tema yang dipilih supaya dapat menggabungkan permasalahan warga adalah membangun jiwa kewirausahaan yang kreatif, inovatif dan mandiri untuk mewujudkan nilai ekonomi yang sejahtera.

Mengingat warga sekitar yang rata-rata masyarakat dewasa dan pemuda/pemudi, maka kami mengangkat tema pelatihan *digital marketing*, teknik foto produk dan pengolahan minyak jelantah menjadi lilin dengan maksud agar masyarakat setempat dapat menjalankan bisnisnya di era *digital*.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan yang Kreatif, Inovatif dan Mandiri**

Kewirausahaan sangat penting bagi masyarakat, agar masyarakat dapat melakukan kegiatan kewirausahaan dan bagaimana memanfaatkan sebaik – baiknya kemampuan yang dimilikinya agar dapat merebut peluang usaha yang tersedia setiap saat dan melakukan kegiatan secara mandiri (Mardia, 2021). Kewirausahaan tidak hanya bakat bawaan sejak lahir atau urusan pengalaman

lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan. Mereka yang menjadi wirausaha adalah orang – orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita – citanya (PO Abas Sunarya, 2011).

Kewirausahaan terdapat dalam setiap jiwa manusia, tetapi mereka tidak dapat memaksimalkan nilai yang dimilikinya sehingga dapat menjadi wirausahawan (Suryana dan Bayu, 2015). Dorongan seseorang untuk menjadi wirausahawan, yaitu:

1. Laba. Seorang wirausaha dapat menentukan berapa laba yang dikehendaki dan keuntungan yang akan diperoleh serta berapa yang akan dibayarkan kepada pihak lain dan karyawannya.
2. Kebebasan. Bebas mengatur waktu, bebas dari aturan yang menekan dan bebas dari aturan budaya organisasi.
3. Impian personal. Bebas mencapai standar hidup yang diinginkan, bebas dari rutinitas kerja yang membosankan. Imbalan untuk menentukan misi, visi dan impian sendiri.
4. Kemandirian dan memiliki rasa bangga, karena dapat mandiri dalam segala hal dengan usaha sendiri (Basrowi ,2011)

Faktor yang paling mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausahawan adalah agar memperoleh prestasi dan kebebasan pribadi. Mereka bertindak menjadi pengusaha dengan kesadaran dan kesengajaan penuh. Mereka yang mempunyai intensi kewirausahaan tinggi biasanya melakukan pekerjaan (Hisrich et al., 2008).

Di samping faktor di atas, seorang wira usaha juga perlu memiliki ketrampilan dan pengetahuan. Keterampilan berwirausaha adalah kemampuan menggunakan ide dan kreatifitas melalui pelatihan dan pembelajaran untuk menciptakan dan menghasilkan sesuatu mempunyai nilai tambah untuk kepentingan sendiri dan orang lain. (Astiti, 2014). Sedangkan pengetahuan yang harus dimiliki wirausaha meliputi:

1. Bekal pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis dan lingkungan usaha yang ada.
2. Bekal pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Bekal pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis (Rusdiana, 2014).

Setelah memiliki ketrampilan dan bekal pengetahuan, wirausaha memberikan manfaat yang banyak. Manfaat adanya para pengusaha antara lain:

1. Berusaha memberikan bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya.
2. Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.
3. Memberikan contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun, tetapi tidak melupakan perintah agama.
4. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat sebagai pribadi unggul yang patut diteladani.
5. Sebagai generator pembangunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, dan kesejahteraan.
6. Berusaha mendidik para karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, tekun dan jujur dalam menghadapi pekerjaan.
7. Berusaha mendidik masyarakat agar hidup secara efisien, tidak berfoya-foya, dan tidak boros (Basrowi,2011).

Wirausaha diartikan sebagai pelatihan dan pendampingan usaha, membuka usaha dan mendatangkan penghasilan, terhindar dari ancaman pengangguran juga menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya sendiri. Sedangkan kewirausahaan adalah sebuah poses yang mengintegrasikan peluang (opportunity), sumber daya(resources) dan orang (wirausahawan). Minat berwirausaha akan timbul ketika seseorang memiliki ketertarikan dan merasa mampu untuk melakukan usaha. Menurut Summers (2000) minat berwirausaha disebabkan adanya kejadian yang memicu, persepsi keinginan,

kecenderungan untuk berperilaku proaktif dan kepercayaan individu pada kemampuannya untuk berhasil (Kiki Zulfa, 2020). Beberapa ahli mendefinisikan minat berusaha. Minat berwirausaha, menurut Subandono, adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Suryawan mendefinisikan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. Cahyaning (2014) juga berpendapat minat berwirausaha adalah keinginan dalam diri individu yang berjiwa berani menciptakan usaha agar meraih sukses untuk kehidupan yang lebih baik. Paulina (2011) Intensi berwirausaha yaitu keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko (Josia Sanchaya Hendrawan, 2017).

Arti dari kata kreatif, kreatif adalah menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain, atau menghubungkan hal – hal yang tadinya tidak berhubungan. Sedangkan kreativitas adalah kemampuan untuk merancang, membentuk, membuat atau melakukan sesuatu dengan cara baru atau lain (Kurnia Dewi, 2020). Selain kreatif, hal lain yang diperlukan dalam berwirausaha adalah inovatif. Arti dari kata inovatif adalah menciptakan sesuatu yang belum pernah ada menjadi ada atau menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda (Kurnia Dewi, 2020).

Inovasi dapat dilakukan dalam berbagai usaha. Hal ini misalnya inovasi bidang (produk) barang atau jasa yang diperjualbelikan, (harga) pemberian harga yang berbeda dengan sebelumnya, (tempat) tempat menjual barang yang lebih inovatif misal melalui sosial media, dan *ecommerce*, (promosi) promosi dilakukan diberbagai tempat dengan berbagai cara misal melalui

media sosial *facebook, whatsapp, instagram, tiktok* dan lain-lain. Promosi langsung melalui hadiah untuk pelanggan dengan memberikan sampel produk baru secara gratis, promo harga diskon dan lain sebagainya, selanjutnya (membangun *image/ selera* masyarakat) menciptakan produk lama dengan varian bentuk dan rasa yang berbeda, khas dari tempat lain.

Hal tersebut layak untuk dilakukan demi mempertahankan kelangsungan usaha. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan pendapatan yang lebih karena jangkauan penjualannya juga lebih luas, lebih banyak dan lebih jauh. Jangkauan penjualan yang jauh sebaiknya disiasati dengan kemasan yang berkualitas. Kemasan berfungsi untuk menjaga produk tetap aman, awet dan terjaga kualitasnya. Kemasan juga dapat dijadikan sarana untuk promosi dan memberikan image di masyarakat pula. Berkaitan dengan promosi dapat juga dilakukan dengan memperbaiki kemasan. Hal ini juga menunjang penjualan ke pangsa pasar yang lebih luas dari sebelumnya. Berkaitan dengan kemasan yang diperhatikan adalah tentang (1) bentuknya yang ergonomi (mudah untuk dibawa, ditata, artistik, aman). (2) Kemasan memuat merk, nama produk, komposisi, kehalalan, selogan, alamat produksi, tanggal kelayakan konsumsi, kontak layanan konsumen).

### **Meningkatkan Penjualan Produk yang Kreatif dan Inovatif**

Peningkatan penjualan dapat diusahakan oleh seorang pengusaha. Hal ini dapat dilakukan dengan cara segmentasi pasar yang diperluas, diperbanyak dan merambah segmen baru. Peran kemasan pada produk adalah sebagai simbol pengingat untuk konsumen (Yavike Renata Santoso, 2018). Lebih lanjut fungsi kemasan (Widiati, 2019) adalah (1) Sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen. (2) Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain. (3) Memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan



kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Pemberian label dan merek pada makanan dan produk lain sangat penting sebagai pembeda terhadap pesaing.

Peningkatan penjualan produk dengan kreatif dan inovatif dapat dilakukan dengan melakukan inovasi dalam hal kemasan. Hal ini dilakukan karena kemasan memberikan fungsi sebagai brand image dan sebagai media promosi produk untuk masyarakat. Kemasan yang unik, kreatif mudah diingat oleh masyarakat sebagai salah satu cara masyarakat mengenal, dan pembeda produk yang dicarinya. Hal tersebut di atas harapannya dengan kemasan yang identik inovatif membuat masyarakat tidak salah pilih dan beli produk dengan begitu penjualan dapat meningkat dengan sendirinya.

### ***Digital Marketing (Pemasaran Digital)***

*Digital marketing* diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi pemasaran digital. Definisi *digital marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran yang melibatkan penggunaan jaringan dan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu (Faradilla, 2023)

*Digital marketing* adalah usaha memasarkan produk atau jasa menggunakan media digital dan internet. Dengan kata lain, digital marketing bisa dilakukan di berbagai platform mulai dari *website*, *email*, hingga media sosial. Digital marketing menjadi strategi pemasaran yang efektif dan banyak digunakan oleh berbagai jenis perusahaan. Sebab, *digital marketing* menawarkan lebih banyak manfaat dari pemasaran konvensional. Salah satunya adalah mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya rendah (Benefita, 2022).

*Digital marketing* bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti :

1. meningkatkan pangsa pasar;
2. meningkatkan jumlah komentar pada sebuah *blog* atau *website*;
3. meningkatkan pendapatan penjualan;
4. mengurangi biaya, misalnya biaya distribusi atau promosi;

5. mencapai tujuan merek, seperti meningkatkan kesadaran merek;
6. meningkatkan ukuran database;
7. mencapai tujuan *Customer Relationship Management*, seperti meningkatkan kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, atau tingkat referensi pelanggan;
8. memperbaiki manajemen rantai suplai, seperti dengan meningkatkan koordinasi anggota, menambahkan mitra, atau mengoptimalkan tingkat persediaan.

Sedangkan manfaat dari *digital marketing* atau pemasaran digital di antaranya yaitu:

1. Pemasaran Digital menghubungkan kalian dengan konsumen di internet.
2. Pemasaran Digital menghasilkan penjualan yang tinggi.
3. Pemasaran Digital membuat kalian lebih hemat.
4. pemasaran Digital mengaktifkan layanan pelanggan *real-time*.
5. Pemasangan Digital menghubungkan kalian dengan konsumen yang menggunakan perangkat *mobile*.
6. Pemasaran Digital membantu menghasilkan pendapatan tinggi.
7. Pemasaran Digital memberikan Roi yang lebih tinggi dari kampanye .
8. Pemasaran Digital menjaga posisi kalian terhadap pesaing.
9. Pemasaran Digital membantu kalian bersaing dengan perusahaan besar.
10. Pemasaran Digital mempersiapkan kalian untuk *era internet of things*.

(Dosen pendidikan, 2023)

Dalam melaksanakan pemasaran digital, perusahaan atau badan usaha memerlukan beberapa strategi yang dilakukan. Strategi-strategi yang digunakan dalam pemasaran digital di antaranya adalah *content marketing*, *mobile marketing*, *integrated digital marketing*, *continuous marketing*, *personalized marketing* dan *visual marketing*.

### **Foto Produk**

Bersumber dari *Cooconut Product Photography*, *product photography* atau fotografi produk adalah suatu cara bagaimana kita mengambil gambar dari suatu produk. Hal tersebut dilakukan agar dapat menjelaskan bentuk dan fungsi produk tersebut. Selain itu, hal ini juga akan membuat membuat produk itu menarik agar bisa laris terjual. Foto produk ternyata adalah salah satu faktor yang dapat membuat dagangan lebih laris. Bersumber dari Weebly, 75% pembeli pada *ecommerce* menganggap foto produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian (Perdana, 2023)

Fotografi produk atau sering disebut foto produk adalah salah satu bentuk fotografi komersial. Tujuan utamanya untuk menghadirkan tampilan produk berupa foto yang sebaik mungkin. Foto produk diperlukan untuk memberi deskripsi produk dengan lebih jelas secara visual kepada konsumen mengenai bentuk fisik dan fungsi dari produk tersebut. Dalam dunia digital marketing, foto produk adalah tentara garda paling depan dalam proses pemasarannya. Jika sebuah foto produk sudah menarik perhatian, secara otomatis konsumen menjadi lebih mengetahui dan mengenal produk yang di-branding (Moedasir, 2022)

## II. METODE

### a. Metode yang dipakai

Metode dalam program pengabdian masyarakat ini, dengan memberikan penyuluhan atau ceramah secara langsung, disertai dengan tanya jawab antara peserta dengan pemateri.

### b. Bahan dan alat yang digunakan

Bahan materi penyuluhan atau ceramah berupa slide *powerpoint*, ditampilkan menggunakan LCD Proyektor dan beberapa alat praktek lainnya, di antaranya yaitu handphone, kompor, panci.

### c. Lokasi dan sasaran peserta kegiatan pengabdian masyarakat

Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, di rumah Bapak Dukuh Agus Susilo, Dukuh Srumbung, Kalurahan Segoroyoso,

Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat umum khususnya warga masyarakat Padukuhan Srumbung, Kalurahan Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY.

d. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:

Hari : Minggu  
Tanggal : 4 Juni 2023  
Jam : 08.00 WIB s/d 11.30 WIB

e. Pelaksana Dan Pembagian Tugas

Pemateri dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Herman Wahyu Dwi Maelana, Irine Diana Sari Wijayanti, Purnama Andri Murdapa, Purwanta, Wahyudiyono.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan *Digital Marketing* yang dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 4 Juni 2023 bertempat di Kediaman Kepala Dukuh Srumbung, Segoroyoso, Pleret, Kab. Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan ini terbagi menjadi dua yaitu, Penyuluhan *Digital Marketing* dan Pemeriksaan Kesehatan. Sebelum kegiatan dimulai panitia melakukan *briefing* terlebih dahulu demi kelancaran kegiatan. Peserta mengisi daftar hadir dan mendapatkan konsumsi serta nomor antri untuk pemeriksaan kesehatan. Acara dimulai pukul 08.00 WIB dibuka oleh Naila Wahyu Ningsih dan Fransikus Mardion Gawan selaku pembawa acara. Pembukaan acara dengan menyanyikan lagu Indonesia raya dan Mars AMA Yogyakarta. Selanjutnya, ketua panitia memberikan sambutan, dilanjutkan oleh sambutan Dosen Pembimbing Akademik Bapak Drs. H. Purnama Andri Murdapa, M.M. Kemudian Ibu Duri Hidayahni, A.Md.M selaku Perwakilan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) AMA Yogyakarta. Dilanjutkan sambutan dari Kepala Dukuh Srumbung, Bapak

Agus Susilo. Sambutan dari Wakil Direktur 1 AMA Yogyakarta sekaligus membuka acara pada kegiatan tersebut oleh Bapak Wahyudiyono, S.E., M.M. Pemateri yang akan menyampaikan paparan materi di antaranya Bapak Herman Wahyu Dwi Maelana, Ibu Irine Diana Sari Wijayanti, Bapak Purnama Andri Murdapa, Bapak Purwanta, dan Bapak Wahyudiyono.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan atau pelatihan mengenai pengetahuan dan pemahaman mengenai pemasaran digital, pendokumentasian produk yang menarik dan pemanfaatan limbah minyak jelantah untuk menciptakan peluang produk baru. Para pemateri menjelaskan mengenai pemasaran digital yang dimulai dengan definisi pemasaran digital, jenis jenis pemasaran digital yang sederhana yang dapat diaplikasikan langsung oleh peserta.

Pemateri menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pemasaran digital adalah suatu bentuk kegiatan usaha untuk memasarkan produk atau jasa menggunakan media digital dan internet. Digital marketing bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai platform mulai dari *website*, *email*, hingga media sosial. Pemasaran digital menjadi massif dengan asumsi bahwa saat ini orang lebih banyak

menggunakan media internet. Digital marketing menjadi strategi pemasaran yang efektif dan banyak digunakan oleh berbagai jenis perusahaan. Sebab, digital marketing menawarkan lebih banyak manfaat dari pemasaran konvensional. Salah satunya adalah mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya rendah.



Gambar 1. Pemateri Digital Marketing

Pelatihan ini mengenalkan cara memasarkan digital dengan menggunakan media sosial. Pemasaran dengan menggunakan media sosial (*Social media marketing*) adalah salah satu upaya promosi melalui media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter, TikTok*, dan lain-lain. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dan berkomunikasi dengan calon konsumen. Namun demikian, pemateri mengatakan bahwa meskipun sekadar *posting-posting* dan *reply* konten viral,

sebenarnya pemasaran dengan menggunakan media sosial perlu dilakukan perencanaan dengan baik karena karakter orang dalam setiap channel sosial media itu berbeda. Artinya, pemasar perlu mendalami *social media marketing* untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan setiap platform. Tujuannya, tentu supaya pemasar dapat merencanakan dan merancang strategi *marketing* yang cocok dan sejalan dengan misi bisnis yang dilaksanakan.



Gambar 2. Pemateri tentang fotografi komersial

Pemateri berikutnya, menyampaikan tentang bagaimana memasarkan secara digital, salah satu hal lain yang perlu untuk diperhatikan dengan baik adalah mengenai produk. Dalam hal penggunaan digital, yang utama dari produk adalah penampilan produk yang ditunjukkan atau ditampilkan dalam laman media sosial. Penampilan produk dalam hal ini yang dimaksud dalam bentuk foto. Foto produk

yang menarik akan menambah daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk lebih lanjut. Pada kesempatan ini, materi yang diberikan adalah mengenai bagaimana melakukan pemotretan produk yang menarik. Foto produk dalam dunia digital memiliki tujuan sebagai fotografi komersial. Foto komersial ini bertujuan untuk menampilkan produk berupa foto produk yang akan ditawarkan atau dipasarkan dengan tampilan yang terbaik. Foto produk berguna untuk menggambarkan barang dengan lebih detail secara visual kepada konsumen mengenai bentuk fisik dan fungsi dari produk tersebut.

Dalam paparannya, pemateri menyampaikan bahwa dalam memfoto produk dapat menggunakan telepon genggam/telepon cerdas yang dimiliki oleh para peserta sehingga tidak harus menggunakan kamera tertentu. Pemateri menyebutkan bahwa hal-hal yang perlu dipersiapkan dalam melakukan pemotretan di antaranya adalah mempersiapkan latar belakang/*background* foto yang polos dan berwarna netral seperti putih dengan tujuan dari warna putih yaitu akan menonjolkan sisi detail dan memberi kesan cerah dari produk, mendapatkan pencahayaan yang terang dan lebih baik pencahayaan dari sinar matahari, mengambil foto dari berbagai sudut dan melakukan pengeditan setelah foto selesai dilakukan

Sesi berikutnya, pemateri memaparkan mengenai peluang dengan melihat lingkungan dan bahan-bahan yang tersedia di lingkungan masyarakat Dukuh Srumbung. Sebagian besar masyarakat di Dukuh Srumbung memiliki mata pencaharaan sebagai besar adalah pedagang, pekerja musiman, dan penyembelih hewan (jagal). Masyarakat memanfaatkan kulit hewan yang disembelih dengan membuat kerupuk kulit (dikenal dengan kerupuk rambah). Salah satu bahan yang digunakan untuk membuat kerupuk rambah ini adalah minyak goreng. Minyak goreng yang digunakan setelah beberapa kali penggorengan akan menjadi minyak residu (dikenal dengan minyak jelantah) dan biasanya minyak jelantah ini dijual kepada orang lain. Berdasarkan hal ini, pemateri memberikan wawasan baru dengan memberikan pelatihan pemanfaatan minyak jelantah untuk menambah pendapatan masyarakat yang dapat dikembangkan lebih lanjut dengan cara-cara yang

modern melalui digital sebagaimana yang diuraikan dan dijelaskan oleh pemateri-pemateri sebelumnya.

Pengolahan minyak jelantah yang dijabarkan oleh pemateri adalah pengolahan minyak jelantah menjadi lilin. Minyak jelantah disaring dan ditambahkan beberapa bahan yang muda didapatkan di toko/warung sekitar dan dicetak dengan media/alat cetak yang didapatkan dengan mudah di sekitar. Dengan biaya yang rendah, akan didapatkan produk yang menarik dan dapat dijual secara bebas.

Para pemateri selain memberikan pengetahuan berupa paparan mengenai definisi, manfaat, tujuan, strategi, juga memberikan pelatihan secara langsung dengan melakukan praktek yang dibantu oleh mahasiswa-mahasiswa. Pada materi pemasaran digital, masyarakat diajarkan bagaimana membuat akun media sosial dan bagaimana mengunggah gambar atau video. Selanjutnya, pada tema mengenai pembuatan foto produk, masyarakat diberikan kesempatan untuk mempraktekkan dengan menggunakan telepon cerdas yang dimiliki dengan peraga pembuatan akun media sosial bagi yang belum memiliki media sosial dan praktek melakukan pemotretan produk peraga yang telah diberikan. pembuatan lilin dari minyak jelantah juga dipraktekkan kepada masyarakat dengan beberapa bahan sudah disiapkan oleh pemateri dan mahasiswa.



Gambar 7. Praktik pembuatan lilin dari minyak jelantah



Praktik pembuatan lilin dari minyak jelantah dipilih karena bahan dan alat mudah dicari serta pengerjaannya tidak sulit. Selain itu terdapat praktik fotografi produk yang dapat meningkatkan citra produk dalam melakukan bisnis *digital marketing*. Praktik fotografi produk dipilih karena visualisasi produk terhadap calon pembeli sangat penting dalam bisnis *digital marketing*.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga melibatkan mahasiswa untuk membantu penyiapan lokasi, pelaksanaan abdimas dan kegiatan praktiknya.



Gambar 8. Foto bersama

Kegiatan ini ditutup dengan melakukan foto bersama antara perangkat padukuhan, pemateri, mahasiswa dan masyarakat.

#### **IV. KESIMPULAN**

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan berjalan dengan lancar dengan menggunakan metode ceramah dan praktik dengan lokasi di Dukun Srumbung, Kalurahan Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY dan diikuti oleh masyarakat di sekitar Dukun Srumbung, Kalurahan Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY.
2. Materi pelatihan dan praktik yang dijelaskan mengenai pemasaran digital,

pemotretan foto produk dan pengolahan minyak jelantah menjadi lilin.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat AMA Yogyakarta yang telah mendukung pelaksanaannya.
2. Bapak Lurah Kalurahan Segoroyoso yang telah membantu dan mendukung kegiatan ini.
3. Bapak Dukuh Srumbung yang telah membantu dan menyediakan fasilitas untuk pelatihan dan praktik kegiatan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
4. Masyarakat Dukuh Srumbung yang aktif dan responsif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.
5. Mahasiswa Kelas C4 AMA Yogyakarta yang membantu dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Benefita. (2022). *Apa Itu Digital Marketing? Pengertian, Kelebihan, dan Contohnya*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/digital-marketing-adalah/>
- Faradilla. (2023). *Apa Itu Digital Marketing? Definisi, Manfaat, dan Strateginya*. <https://www.hostinger.co.id/tutorial/apa-itu-digital-marketing>.
- Dosenpendidikan, A. (2023, Mei 22). *digital-marketing-adalah*. Diambil kembali dari <https://www.dosenpendidikan.co.id/>: <https://www.dosenpendidikan.co.id/digital-marketing-adalah/>
- Iramani, K. d. (2013). *Studi Financial Managemen Behavior pada Masyarakat Surabaya*. . Surabaya: journal of Bussiness and Banking.
- Josia Sanchaya Hendrawan, H. S. (2017). PENGARUH SIKAP MANDIRI, MOTIVASI, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2 (September), 291–314. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/897>.
- Kiki Zulfa. (2020). *Menumbuhkan Minat Berwirausaha*. Kompasiana. [www.kompasiana.com/kikizulfa3859/5fb8cfad8ede4833b00bb783/menumbuhk](http://www.kompasiana.com/kikizulfa3859/5fb8cfad8ede4833b00bb783/menumbuhk)

an-minat-berwirausaha

- Kurnia Dewi, H. Y. (2020). *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Mardia, A. H. (2021). *Kewirausahaan*. Medan: Kita Menulis: *modal-usaha-pengertian-jenis-dan-fungsinya*. (2021, November 2). Diambil kembali dari <https://kumparan.com/>: <https://kumparan.com/>
- Moedasir, A. (2022, Juli 30). *Fungsi Foto Produk Meningkatkan Reputasi Bisnis, Meningkatkan Brand Awareness*. Diambil kembali dari <https://majoo.id/>: <https://majoo.id/solusi/detail/foto-produk#:~:text=Funsi%20Foto%20Produk%201%201.%20Meningkatkan%20Reputasi%20Bisnis,Brand%20Awareness%20...%206%206.%20Meningkatkan%20Omzet%20>
- Perdana, A. (2023, Maret 14). *foto-produk*. Diambil kembali dari <https://glints.com/id/lowongan/foto-produk-adalah/>: <https://glints.com/id/lowongan/foto-produk-adalah/>
- PO Abas Sunarya, S. A. (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Prasetyo, B. (2013, April 29). *Pengertian Modal dalam Berwirausaha*. Diambil kembali dari <https://www.kompasiana.com/bayuprasetyo/552b270df17e618b76d6240b/pengertian-modal-dalam-berwirausaha>
- Priscillia Chandra, A. S. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Teman Sebaya dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Menabung*. Jakarta: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Universitas Tarumanegara Jakarta.
- Riadi, M. (2020, September 22). <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/digital-marketing.html>. Diambil kembali dari Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com>
- Supriyadi, D. (2022, Maret 30). *Manajemen Keuangan UMK*. Diambil kembali dari Slideshare: <https://www.slideshare.net/supiyadi/manajemenkeuanganukm1ppt>
- Wdiati, A. (2019). Peran Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM di "Mas Pak" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Akutansi FEB, Universitas Tanjungpura*.
- Yavike Renata Santoso, E. Y. (2018). DKV Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra. 8.