

Sosialisasi Kunci Sukses Menjadi *Entrepreneur* Muda dalam Meningkatkan *Product, Branding, dan Marketing* bagi Karang Taruna di Desa Kayoman Gunung Kidul

Alfat Khaharsyah¹, Syamsul Hadi^{2*}, Clarita Dwiyantri^{3*}

^{1,2,3} Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

*Correspondence: ✉ syamsul.hadi@ustjogja.ac.id; alfat@ustjogja.ac.id; clarita.dwiyantri@gmail.com

Article history:

Received
Oktober 28, 2023

Revised
November 01, 2023

Accepted
November 01, 2023

ABSTRACT

Purpose – This research explores the socialization strategies for young entrepreneurs' key success factors, focusing on product enhancement, branding, and marketing for Karang Taruna in the Kayoman Village, Serut, Gedangsari, Gunung Kidul, Yogyakarta. The aim of this research is to assist members of Karang Taruna in understanding fundamental business concepts, developing high-quality products, strengthening brand identity, and enhancing the effectiveness of their marketing strategies.

Method – This community engagement initiative involves market analysis, training sessions, and consultations with successful entrepreneurs and branding experts.

Findings – The findings of this initiative indicate that through effective socialization, a deep understanding of target markets, development of innovative products, and appropriate branding and marketing strategies, Karang Taruna members can enhance their competitiveness in the business realm. This study highlights the importance of a holistic approach in nurturing entrepreneurial skills at the local level, which, in turn, can positively contribute to economic growth and community development in the area.

Keywords. Socialization, Young Entrepreneurs, Product, Branding, and Marketing.

Histori Artikel:

Diterima
28 Oktober, 2023

Direvisi
01 November, 2023

Disetujui
01 November, 2023

ABSTRAK

Tujuan – Pengabdian ini membahas strategi sosialisasi kunci sukses menjadi entrepreneur muda dengan fokus pada peningkatan produk, branding, dan pemasaran bagi Karang Taruna di Desa Kayoman, Serut, Gedangsari, Gunung Kidul, Yogyakarta. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk membantu anggota Karang Taruna memahami konsep dasar bisnis, mengembangkan produk yang berkualitas, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka.

Metode – Metode pengabdian ini melibatkan analisis pasar, pelatihan, dan pendekatan konsultasi dengan pengusaha sukses dan pakar branding.

Hasil – Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa melalui sosialisasi yang efektif, pemahaman mendalam tentang pasar sasaran, pengembangan produk inovatif, serta strategi branding dan pemasaran yang tepat, anggota Karang Taruna dapat meningkatkan daya saing mereka dalam bisnis. Temuan ini

menyoroti pentingnya pendekatan holistik dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan muda di tingkat lokal, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan komunitas di daerah tersebut.

Keywords: Sosialisasi, *Entrepreneur* Muda, *Product*, *Branding*, dan *Marketing*

Copyright ©2023 by Alfat Khaharsyah, Syamsul Hadi, Clarita Dwiyantri

Published by CV. PIRAMIDA AKADEMI



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Karang taruna yang mengikuti kegiatan *Sosialisasi Kewirausahaan* di Balai Desa Kayoman yang diselenggarakan oleh Mahasiswa KKN Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Padepokan 67 pada Minggu, 9 Juli 2023 merupakan perkumpulan pemuda pemudi RT 010 dan 011/RW 02, Desa Kayoman, Gedangsari, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Karang taruna Desa Kayoman turut mengapresiasi baik dan dengan antusias memberikan *feedback* positif kegiatan sosialisasi kewirausahaan yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN.

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar (Mirna Noventri, I., dkk. 2022).

Memberikan pendidikan dan pelatihan bagaimana memanfaatkan sumber pendanaan untuk pengembangan usaha (Wahyuni, L., Sofilda, E., Dizar, S., & Hamzah, M.Z., 2022). Kegiatan sosialisasi kewirausahaan bertemakan *Kunci Sukses Menjadi Entrepreneur Muda dalam Meningkatkan Product, Branding, dan Marketing* ini bertujuan untuk memberikan pandangan kepada karang taruna Desa Kayoman dalam menggali potensi-potensi usaha yang memungkinkan yang ada di lingkungan sekitar yang dapat dijadikan sebagai peluang bisnis kecil rumahan.

Desa Kayoman memiliki potensi yang cukup banyak. Beberapa potensi terkait usaha pada bidang makanan di Kayoman yang dapat dijalankan adalah bersumber dari pohon pisang. Dari pohon pisang, banyak bagian yang dapat dimanfaatkan seperti daun pisang digunakan sebagai pembungkus makanan; buah pisang diolah menjadi keripik, *pie*, bolu, jus, dsb.; pelepah pisang diolah menjadi keripik dengan berbagai bumbu gurih, pedas/balado, dsb.; jantung pisang dimasak sayur atau pun sambal kalengan. Potensi usaha lain yang dapat dikembangkan karang taruna Desa Kayoman adalah budidaya lele. Setelah masa panen, lele-lele tersebut dapat diolah menjadi kerupuk lele, abon lele, stik lele, dsb..

Sementara untuk mempromosikan produk-produk tersebut bisa melalui sosial media *facebook*, *instagram*, *tiktok*, dsb. dan secara langsung dengan brosur serta banner. Selain kegiatan sosialisasi kewirausahaan berlangsung yang dipaparkan oleh beberapa dosen, teman-teman Mahasiswa UST juga mengisi kegiatan *Workshop*

Tutorial Pembuatan Lilin Aroma Terapi sebagai Bisnis yang didemonstrasikan langsung oleh Clarita Dwiyantri prodi Manajemen dan Avilia Anggraini prodi Psikologi untuk menunjang *Pemberdayaan Masyarakat Menuju Entrepreneur yang Mandiri* sesuai dengan KKN Tematik. Produk lilin aroma terapi ini merupakan olahan limbah lilin yang sudah tidak digunakan lagi kemudian dimanfaatkan menjadi produk yang memiliki nilai jual. Tidak hanya sebagai lilin aroma terapi untuk pengharum ruangan namun juga berfungsi sebagai relaksasi tubuh dan dapat *merefresh* pikiran.

Usaha lain yang ditekuni pemuda pemudi Desa Kayoman di RT 010 adalah budidaya lele yang menjadi salah satu usaha yang menguntungkan. Terdapat beberapa kolam buatan yang dijadikan tempat untuk memelihara anakan-anakan lele tersebut sesuai dengan sortiran. Ada yang berukuran kecil hingga sedang. Pemberian pakan pelet pun dijadwalkan setiap pagi dan malam hari agar pertumbuhan lele cepat. Gambar 1. dan 2. di bawah ini adalah demonstrasi proses pembuatan lilin aroma terapi yang dilakukan secara manual oleh perwakilan 2 Mahasiswa KKN sebagai pemenuhan program kerja individu.



Gambar 1. Demonstrasi proses pembuatan lilin aroma terapi yang dilakukan secara manual oleh perwakilan 2 Mahasiswa KKN.



Gambar 2. Proses pencairan lilin dan pencampuran pewangi.

.Berbagai kendala dari berbagai aspek kegiatan kolaborasi kedua padepokan masih dirasakan terlihat seiring perkembangan lingkungan eksternal dan dinamika internal seperti proses perijinan yang diajukan, dinamisasi pasar yang kian meluas, pengetahuan yang minim akan perkembangan teknologi digital, dan regenerasi kecintaan terhadap produk lokal.

Sosialisasi kewirausahaan yang bertemakan *Kunci Sukses Menjadi Entrepreneur Muda dalam Meningkatkan Product, Branding, dan Marketing* ini diupayakan sebagai perwujudan pemberdayaan masyarakat khususnya karang taruna Dusun Kayoman, Serut, Gedangsari, Yogyakarta dalam meningkatkan perekonomian di Dusun tersebut melalui pembekalan materi dan praktik demonstrasi yang telah dilakukan yaitu tips menjadi *entrepreneur* sukses di usia muda, pemanfaatan aplikasi canva sebagai penunjang *entrepreneur* (tutorial pembuatan desain logo), *product branding* dan *marketing* (termasuk media pemasaran untuk promosi usaha), serta potensi-potensi usaha makanan dan barang di Kayoman.

METODE

Metode pelaksanaan sosialisasi kewirausahaan kunci sukses menjadi *entrepreneur* muda dalam meningkatkan *product, branding, dan marketing* bagi karang taruna di Desa Kayoman, Serut, Gedangsari, Gunungkidul, Yogyakarta sebagai berikut:

- a. Sesi pengenalan masing-masing anggota padepokan 67 dan padepokan 68.
- b. Profiling CV dosen UST dari prodi Manajemen dan Teknik Mesin.
- c. Profiling tips menjadi *entrepreneur* sukses di usia muda, pemanfaatan aplikasi canva sebagai penunjang *entrepreneur* (tutorial pembuatan desain logo), *product branding* dan *marketing* (termasuk media pemasaran untuk promosi usaha), serta potensi-potensi usaha makanan dan barang di Kayoman.
- d. Identifikasi gap internal:
- e. Gap terkait *product, branding, dan marketing*.
- f. Gap terhadap alat produksi dan bahan pembuatan lilin aroma terapi.
- g. Gap pemahaman tentang penggunaan aplikasi canva untuk pembuatan logo usaha, dsb. sebagai bahan promosi.
- h. Gap media pemasaran dan optimasi media.
- i. Solusi dari identifikasi gap dengan melakukan:
- j. Sharing dan diskusi *product, branding, dan marketing*.
- k. Sharing dan diskusi peningkatan dan perawatan alat produksi serta bahan pembuatan lilin aroma terapi agar memiliki nilai ekonomis.
- l. Praktik dan diskusi tutorial pembuatan logo usaha dengan canva sebagai aplikasi sederhana bagi pemula.
- m. Sharing dan diskusi efektifitas jaringan pemasaran terkait media pemasaran dan optimasi media promosi/iklan.
- n. Setelah melaksanakan tahapan di atas, kami melakukan evaluasi dengan berdiskusi bersama ketua karang taruna Dusun Kayoman untuk melihat lebih dalam potensi-

potensi usaha yang tepat bagi karang taruna setelah mengikuti kegiatan sosialisasi kewirausahaan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis situasi terhadap lingkungan sekitar yang ada di Dusun Kayoman dalam proses bisnis/usaha kecil yang bisa dijalankan oleh karang taruna yang sudah didiskusikan sebelumnya, bahwa ditemukan berbagai macam keunikan dalam menjalankan beberapa referensi usaha kecil pada karang taruna Dusun Kayoman ini. Baik dari segi aspek *product*, *branding*, dan *marketing* usaha serta media pemasaran untuk promosi juga tutorial pembuatan desain logo dengan canva. Untuk menciptakan kemandirian berkelanjutan dengan memulai bisnis/usaha kecil bagi karang taruna mulai dari bahan mentah usaha hingga produk layak siap jual yang memiliki nilai ekonomis, maka ditemukan beberapa permasalahan yang sudah teridentifikasi dan beberapa solusi yang telah diberikan kepada karang taruna.

3.1. Temuan Hasil Identifikasi Masalah Berbasis Kebutuhan

Permasalahan yang ditimbulkan karang taruna Dusun Kayoman dapat dilihat dari aspek ekonomi, dijabarkan menjadi beberapa yaitu:

Marketing. Marketing mencakup aktivitas mulai dari riset pasar, segmentasi pelanggan, pemosisian dan penyampaian pesan, harga dan pengemasan, strategi masuk ke pasar, komunikasi pemasaran, pemberdayaan penjualan, peluncuran produk, pengukuran kinerja, umpan balik serta wawasan pelanggan. Namun, dari yang sudah dijalankan karang taruna yaitu budidaya lele belum dilakukannya pemasaran yang optimal terlihat dari tidak adanya logo usaha dan pemasaran yang belum cukup baik sehingga proses bisnis/usaha kecil menjadi tidak terarah dan menciptakan keos dalam bisnis. Terutama pada aspek manajerial Sumber Daya Manusia serta legalitas produk yang masih belum jelas sehingga tidak mudah untuk mencapai *Sustainability* di dalam proses bisnis (Hadi, 2022).

Produksi. Produksi yang dilakukan masih bersifat manual sehingga sedikit memakan waktu dalam proses pembuatannya sampai produk jadi. Hal ini dalam proses menunggu sampai lilin kering menjadi kurang efisien bila terlalu lama dan bisa berdampak pada kurangnya kompetitif bersaing. Dari aspek tata ruang masih terlihat ala kadarnya dan dari aspek ergonomi masih jauh dari standar, tata ruangan yang tidak representatif ini berdampak pada produk yang akan dijual.

Penggunaan aplikasi canva dalam menunjang produk. Penggunaan aplikasi canva mulai dari proses pengenalan beberapa fitur yang ada seperti pembuatan logo. Namun, kurangnya pemahaman terkait canva di kalangan karang taruna Kayoman ini yang menyebabkan produk dari potensi-potensi peluang usaha tidak dapat berkembang serta belum juga menggunakan aplikasi canva sebagai penunjang dalam

usaha yang dijalankan. Sehingga belum dibuatnya suatu logo produk sebagai bahan promosi dalam pemasarannya.

Media pemasaran dan optimasi. Proses pemasaran yang terjadi selama ini lebih pada *direct selling/door to door* atau penjualan langsung produk kepada konsumen, atau menemui konsumen secara langsung dan belum sepenuhnya beradaptasi di kanal digital apalagi berorientasi untuk ekspansi secara digital (Hadi dkk., 2022).

Solusi Hasil Identifikasi Permasalahan Berbasis Kebutuhan

Solusi hasil identifikasi permasalahan berbasis kebutuhan permasalahan usaha yang dijalankan karang taruna Kayoman dilihat dari aspek ekonomi dijabarkan menjadi 4 yaitu: Sharing dan diskusi *product, branding, dan marketing*, sharing dan diskusi peningkatan dan perawatan alat produksi serta bahan pembuatan lilin aroma terapi agar memiliki nilai ekonomis, praktik dan diskusi tutorial pembuatan logo usaha dengan canva sebagai aplikasi sederhana bagi pemula, terakhir yaitu sharing dan diskusi efektifitas jaringan pemasaran terkait media pemasaran dan optimasi media promosi/iklan.

Sharing dan diskusi *product, branding, dan marketing* untuk mengatasi permasalahan *marketing*

Peningkatan terkait *product, branding, dan marketing* dinilai perlu dilakukan agar UKM mampu berdiri secara mandiri, kreatif, maju dan modern untuk mempersiapkan masyarakat dalam menghadapi era digital saat ini. Dengan perkembangan era digitalisasi ini masyarakat dituntut untuk pandai berkreasi dan berinovasi melalui berbagai sumber daya yang melimpah. Semakin banyak tantangan yang dihadapi namun juga semakin mudah dalam memperoleh berbagai macam informasi melalui berbagai media yang ada.

Saat sharing berlangsung terlebih dahulu melakukan profiling *product, branding, dan marketing* yang telah dilakukan sehingga dapat mengidentifikasi berbagai kendala atau gap yang terjadi seperti yang terungkap pada bagian temuan hasil identifikasi masalah berbasis kebutuhan di atas. Sharing dan diskusi ini diawali dengan pertanyaan fundamental yaitu "Kenapa perlu ditingkatkan?" dari sini muncul berbagai argumen seperti "Membangun hubungan serta koordinasi yang baik", "Menjaga agar lingkungan kerja tetap damai", "Nyaman dan menularkan aura yang positif", "Mendorong agar bisa lebih memiliki rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya", "Agar mencapai tujuan bersama". Dari pernyataan ini tersirat harapan keinginan untuk memperbaiki pengelolaan usaha terkait *product, branding, dan marketing*. Berikut gambar saat proses sharing dan diskusi *product, branding, dan marketing* serta produksi yang akan dibahas pada sub berikutnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Proses sharing dan diskusi *product, branding, dan marketing* serta produksi bersama karang taruna Dusun Kayoman.

Kemudian diskusi dilanjutkan dengan pemahaman mendalam tentang proses menjadi *entrepreneur* sukses di usia muda, seperti: mengidentifikasi *passion* yang dimiliki, Membuat *business plan* sekaligus menganalisis dan mengeksekusi, tidak mengulur-ulur waktu, penanganan satu masalah sebelum ke masalah berikutnya, tidak takut mencoba dan gagal, kerja keras yang konsisten, mengembangkan *networking*, memahami perihal keuangan, belajar marketing. Selain itu, karang taruna Kayoman juga dibekali pemahaman tentang *product, branding, dan marketing*. Setelah melakukan sharing dan diskusi ini pemahaman karang taruna Kayoman menjadi lebih paham berkisar 90%.

Sharing dan diskusi terkait produksi yang memiliki nilai ekonomis untuk mengatasi permasalahan produksi

Meningkatkan produksi dan efisiensi adalah fokus utama dari banyak UKM yang melakukan proses produksi dalam merubah material menjadi produk yang siap digunakan oleh konsumen. Hal yang sering kali menjadi permasalahan adalah ketika produksi harus ditingkatkan namun tidak dibersamai dengan peningkatan sumber daya usaha itu sendiri serta peralatan produksi yang mendukung kecepatan transformasi. Dilihat dari permasalahan karang taruna Kayoman masih kebingungan terkait dengan produksi usaha. Keterbatasan jarak yang membuat saya beserta rekan saya dalam mendemonstrasikan masih menggunakan peralatan manual sehingga sedikit memakan waktu dalam proses pembuatan produk, hal ini jelas menjadi kurang efisien dan berdampak pada kurangnya kompetitif dalam bersaing. Sehingga dalam kesempatan sharing dan diskusi fokus pada identifikasi kebutuhan produksi untuk menunjukkan produktifitas dan meningkatkan daya saing salah satunya adalah alat pembuatan lilin aroma terapi berupa panci dan kompor.

Identifikasi dibagi menjadi dua bagian yaitu identifikasi kebutuhan jangka panjang dan identifikasi kebutuhan jangka pendek. Jika berbicara jangka panjang seperti kebutuhan tetap atau rata-rata per bulan. Sedangkan jangka pendek bersifat sementara atau musiman. Setelah proses identifikasi ditemukan berbagai kebutuhan yang sifatnya *urgent* untuk mendukung produksi yang benar-benar dibutuhkan,

artinya harus sejalan dengan market yang dimiliki sehingga akan terjadi keseimbangan antara produksi produk dan distribusi produk.

Praktik dan diskusi tutorial pembuatan logo usaha dengan canva sebagai aplikasi sederhana bagi pemula

Dalam menjalankan suatu usaha harus memiliki produk brand yang bagus untuk dipasarkan kepada masyarakat, salah satunya juga diperlukannya logo usaha untuk menunjang berkembangnya usaha itu sendiri. Dengan begitu, menggunakan aplikasi canva merupakan keputusan yang tepat bagi para pemula khususnya karang taruna Dusun Kayoman dalam membuat logo usaha karena masih awam. Sehingga dapat memudahkan mereka dalam pengaplikasiannya.

Sharing dan diskusi efektifitas jaringan pemasaran terkait media pemasaran dan optimasi media promosi/iklan

Pengembangan iklan media sosial dan *website* dirancang untuk membangun bisnis karena mudah dilakukan oleh siapa saja. Penggunaan *platform* media sosial dan *website*, terutama aktivitas pemasaran saling melengkapi karena memiliki kekurangan dan kelebihan pada masing-masing *platform* tersebut. Karena konsumen memiliki keinginan dan tingkat kepercayaan yang berbeda saat berbelanja *online*. Dari hasil pemetaan permasalahan di atas jelas bahwa saat ini proses pemasaran masih berfokus pada *direct selling/door to door* atau penjualan langsung produk kepada konsumen, atau menemui konsumen secara langsung dan belum sepenuhnya beradaptasi di kanal digital apalagi berorientasi untuk ekspansi secara digital. Terlihat dari diskusi ini karang taruna Kayoman paham tentang pemasaran menggunakan berbagai aplikasi namun sayangnya belum tau cara bagaimana melakukannya sehingga diperkirakan pemahaman masih 50%.

Fokus utama dalam melakukan efektifitas jaringan pemasaran, optimasi media promosi/iklan dengan memberikan teknik sederhana cara menggunakan kanal fundamental seperti: penggunaan *marketplace facebook*

Marketplace facebook. Optimasi marketplace facebook ini dilakukan dengan membuka akun facebook, karena kami yakin bahwa semua sudah memiliki akun facebook. Untuk memulainya semua fokus pada *icon marketplace facebook* yang gambarnya seperti rumah. Kemudian menekan icon tersebut dan mulai mengisi data, mengambil foto, memberikan harga, serta menulis deskripsi selengkap-lengkapnyanya, dan di akhiri dengan menekan tulisan "terbitkan" pada bagian kanan atas.

Setelah melakukan praktik ini karang taruna Dusun Kayoman merasakan manfaatnya, walaupun dengan waktu yang sangat singkat namun hasilnya sudah bisa dirasakan langsung oleh mereka, karena begitu mudahnya melakukan optimasi jaringan pemasaran menggunakan kanal digital yang sangat familiar dengan keseharian karang taruna dan pemahaman yang didapat setelah melakukan praktik ini bisa mencapai 80%.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Setelah mengikuti sosialisasi yang bertemakan kewirausahaan, yang partisipan bisa dapatkan adalah selain relasi, saling berkomunikasi. Hasil yang telah dicapai dengan adanya pengabdian yang telah dilakukan pada Karang Taruna Dusun Kayoman terletak di Gedangsari, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta sangat positif dan menuai apresiasi baik langsung dari Karang Taruna Kayoman. Berikut Gambar 4 menunjukkan aktifitas se usai mengikuti rangkaian kegiatan pemberdayaan Karang Taruna Kayoman.



Gambar 4. Aktifitas se usai mengikuti rangkaian kegiatan pemberdayaan Karang Taruna Dusun Kayoman

Manfaat dan dampak yang dirasakan oleh Karang Taruna Kayoman sebagai berikut:

Aspek product, branding, dan marketing

Pemahaman mendalam tentang proses menjadi *entrepreneur* sukses di usia muda, seperti: mengidentifikasi *passion* yang dimiliki, Membuat *business plan* sekaligus menganalisis dan mengeksekusi, tidak mengulur-ulur waktu, penanganan satu masalah sebelum ke masalah berikutnya, tidak takut mencoba dan gagal, kerja keras yang konsisten, mengembangkan *networking*, memahami perihal keuangan, belajar marketing. Selain itu, karang taruna Kayoman juga dibekali pemahaman tentang *product, branding, dan marketing*.

Produksi

aspek internal yang perlu dan segera dikembangkan yaitu *upgrade* peralatan produksi.

Aplikasi canva

Tutorial penggunaan aplikasi canva dalam pembuatan logo usaha.

Efektifitas jaringan pemasaran

Mampu melakukan penggunaan *marketplace facebook* dalam menjual secara cepat.

Karang taruna Kayoman saat ini sudah memiliki ketrampilan, namun perlu dikembangkan sejalan dengan perubahan VUCA (*volatility, uncertainty, complexity, dan ambiguity*) yang semakin tinggi.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diberikan adalah kegiatan sosialisasi kewirausahaan bersamaan dengan pembuatan lilin aroma terapi. Kegiatan proses pendampingan ini menghasilkan target capaian keberhasilan program diantaranya sharing dan diskusi *product, branding, dan marketing* untuk mengatasi permasalahan marketing mencapai 90%, sharing dan diskusi terkait produksi yang memiliki nilai ekonomis untuk mengatasi permasalahan produksi, praktik dan diskusi tutorial penggunaan aplikasi canva mencapai 80%, dan terakhir sharing dan diskusi efektifitas jaringan pemasaran, optimasi media promosi/iklan untuk mengatasi permasalahan media pemasaran dan optimasi.

Saran kami, hal ini penting untuk tetap terus dilanjutkan dan dikembangkan pada saat program pendampingan selesai dan dapat ditularkan pada dusun lainnya karena kembali lagi, bahwa keberhasilan suatu usaha tergantung kepada sinergi mencapai tujuan bersama karang taruna Kayoman dan juga pelatihan serta ilmu yang diterima dari kegiatan ini dapat dibagikan kepada generasi penerus kelompok tani dan pengelola selanjutnya maupun masyarakat setempat.

REFERENSI

- Hadi, S. (2022). *MANAJEMEN STRATEGI, Mendapatkan & Mempertahankan Keunggulan Kompetitif* (1 ed.). UST-Yogyakarta.
- Hadi, S., Rosiana, A., Widiastuti, R., Pebrianti, E., & Hidayati, S. (2022). Pengembangan Produk Dan Wisata Kakao Kelompok Tani “Ngudi Mulyo” Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul Berbasis Digital Marketing (Google Ads) Dan Sistem Kerja Berbasis Ergonomi. *ADARMA. Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Janabadra*, 9, 6.
- Suharto, F., Kirana, K. C., & Hadi, S. (2022). Analysis of The Effect of Competence and Work Placement on Public Service Performance Through “Satriya” Work Culture in Samsat Bantul. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 6(1), 165. <https://doi.org/10.32493/JJSDM.v6i1.20402>.
- Wahyuni, L., Sofilda, E., Dizar, S., & Hamzah, M.Z. (2022). Peluang Sumber Pendanaan Bisnis pada Sekolah Kewirausahaan Bina Amanah Cordova. *Dirkantara Indonesia*.