



Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Agar pengabdian yang akan dilakukan dapat memenuhi kriteria yang ada dalam Permendikbud No. 49 Tahun 2014, diperlukan mediator untuk menggali potensi daerah yang dapat dikembangkan.

Oleh karena itu Studi Penjajakan ini sekaligus merupakan langkah awal untuk melakukan kerjasama dengan Pusat Kegiatan Belajar Mandiri (PKBM) Bina Terampil Mandiri. Dengan demikian dapat dilakukan analisis kekuatan, kelemahan internal desa, serta analisis Peluang dan ancaman yang dimungkinkan dihadapi oleh Desa Kertawangi tersebut.

Pada tahap kedua yaitu pelaksanaan, dimulai dengan penyampaian materi mengenai pelatihan pemasaran secara digital (*digital marketing*) selama 40 menit dan dilanjutkan dengan pembahasan kasus secara bersama-sama beserta tanya jawab dengan masyarakat sasaran selama 30 menit.

Tahap terakhir yaitu evaluasi dimana masyarakat sasaran mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk melihat seberapa besar penyerapan materi yang diberikan, apakah materi yang disampaikan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran, serta apa materi yang dibutuhkan oleh masyarakat sasaran untuk kegiatan abdimas berikutnya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh 25 peserta yang telah memiliki usaha maupun sedang merintis usaha rumah makan atau produk lokal di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. 23 masyarakat sasaran menilai bahwa setuju dan sangat setuju bahwa kegiatan yang dilaksanakan sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran.

Narasumber memberikan materi mengenai pembuatan website sederhana, dalam pemberian materi narasumber menggali apakah masyarakat sasaran telah melakukan pemasaran mereka menggunakan media atau belum. Sebagian besar masyarakat sasaran sudah mengenal pemasaran menggunakan media social atau ecommerce namun masih menggunakan facebook, dan belum

### 5. Referensi

Prasetyowati, Andy., Martha, Jefry Aulia., dan Indrawati, Aniek, 2020, *Digital Marketing*, Edulitera.

Republik Indonesia. 2014. *Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 No. 7. Sekretariat Negara. Jakarta.

sama sekali mengenal bagaimana cara pemasaran membuat website.

Setelah penyampaian materi dan dari proses tanya jawab dan soal kasus yang diberikan, sebagian besar masyarakat sasaran telah paham dengan materi yang disampaikan, sehingga masyarakat sasaran dapat mengetahui langkah-langkah pembuatan website dan harus sampai sejauh mana mereka memulai dari langkah tersederhana.

### 4. Kesimpulan

Dari rekapitulasi hasil feedback diatas, jumlah prosentase jawaban setuju dan jawaban sangat setuju atas pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebesar 98%. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini direspon dengan baik oleh masyarakat sasaran, dan kami berharap kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat, khususnya pengusaha rumah makan di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. Diharapkan di Desa Kertawangi dengan adanya pelatihan ini seperti yang dinyatakan oleh Rapisari (2016) akan mendapatkan perhatian dan mempertahankan pelanggan dimana hal ini merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan di dunia bisnis yang semakin kompetitif

Rapisari, Diana., 2016, *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan kepuasan Pelanggan*, *Jurnal Cakrawala* Vol. 10 No. 2.