

SURAT TUGAS
No.0149/C.01/LPPM-UBSI/III/2026

Tentang
Panitia Pengabdian Masyarakat LPPM UBSI

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, dengan ini menugaskan :

Penanggung Jawab : Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana : 201303138 Ahmad Al Kaafi
Anggota : 201909278 Aji Sumandito
201103245 Rizal Amegia Saputra
200703072 Suparni

15230903 Firli Asri Maghribi
17220894 Ahmad Maulana

Bertanggung jawab terhadap jalanya acara dari awal s/d akhir sebagai Panitia Pengabdian Masyarakat UBSI berupa Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor masa penugasan pada:

Tanggal : 25 April 2026
Tempat : UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor
Perumahan Villa Asia, Blok C6/9, RT04/09, Desa
Susukan Kec. Bojonggede Kab. Bogor

Surat tugas dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 2 Maret 2026

Ketua LPPM

Universitas Bina Sarana Informatika



Agus Junaidi, M. Kom

Tembusan

- Rektor UBSI
- Arsip
- Ybs

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SKEMA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
MANDIRI**



**Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk
Meningkatkan Produktivitas Kelompok Pengolahan Dan Pemasaran Hasil
Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor**

Oleh:

AHMAD AL KAAFI (0616078901)

SUPARNI, M.KOM (0311068301)

AJI SUMANDITO, M.KOM (0429117806)

RIZAL AMEGIA SAPUTRA (201103245)

FIRLI ASRI MAGHRIBI (15230903)

AHMAD MAULANA (17220894)

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

AGUSTUS 2026

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor
2. Mitra : UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Ahmad Al Kaafi
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 201303138
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Program Studi : Informatika (S1)
 - f. Email : ahmad.akf@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 3
Nama Anggota : 200703072 Suparni
201909278 Aji Sumandito
201103245 Rizal Amegia Saputra
- Mahasiswa yang terlibat : 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Bojonggede
 - b. Kabupaten/Kota : Kabupaten Bogor
 - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya yang disetujui : Rp.9.675.000,-

Jakarta, 19 Agustus 2026

Mengetahui
Rektor UBSI

Ketua Pelaksana



Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi,
M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng



Ahmad Al Kaafi M.Kom

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Agus Junaidi, M. Kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
RINGKASAN	iv
I. PENDAHULUAN	1
II. METODE PELAKSANAAN	3
III. LUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT).....	4
IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)	5
V. REALISASI BIAYA	6
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	7
DAFTAR PUSTAKA	8
LAMPIRAN.....	9

RINGKASAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Namun, Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit yang berlokasi di Kabupaten Bogor masih menghadapi sejumlah kendala, di antaranya keterbatasan literasi digital anggota, kurangnya keterampilan dalam pembuatan konten digital yang menarik, serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk perikanan. Untuk menjawab permasalahan tersebut, diselenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan dengan judul “Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.” Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam merancang, membuat, dan mengelola konten digital secara efektif guna mendukung pemasaran produk. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan praktis dan partisipatif, meliputi penyampaian materi mengenai konsep digital marketing, teknik pembuatan konten kreatif menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva, serta strategi publikasi dan pengelolaan media sosial. Selain itu, peserta juga diberikan pendampingan dalam menyusun perencanaan konten (content planning) agar kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara konsisten dan terarah. Luaran dari kegiatan pengabdian ini berupa peningkatan keterampilan mitra dalam pengelolaan konten digital, tersusunnya konten promosi produk perikanan, serta publikasi hasil kegiatan dalam bentuk artikel ilmiah atau media massa. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan Kelompok BINANGKIT mampu meningkatkan jangkauan pemasaran, memperkuat branding produk, serta meningkatkan produktivitas usaha secara berkelanjutan.

I. PENDAHULUAN

Di era transformasi digital yang berkembang pesat, pemanfaatan teknologi informasi khususnya media digital telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (1). Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi telah bertransformasi menjadi strategi utama dalam pemasaran, branding, serta perluasan jangkauan pasar(2). Salah satu bentuk implementasi nyata dari transformasi tersebut adalah penggunaan konten digital marketing berbasis media sosial yang mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efektif (3)(4)(5)(6).

Sektor perikanan sebagai salah satu penopang ekonomi masyarakat lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pendekatan digital. Namun demikian, banyak pelaku UMKM perikanan yang masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan konten pemasaran. Padahal, konten digital yang menarik dan terstruktur dapat meningkatkan nilai jual produk serta memperkuat citra usaha di mata konsumen.

Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit merupakan salah satu kelompok UMKM yang bergerak di bidang pengolahan hasil perikanan di Kabupaten Bogor. Kelompok ini memiliki potensi produk yang cukup baik, namun belum didukung oleh strategi pemasaran digital yang optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan konten digital agar mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha secara berkelanjutan (7)(8).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan kinerja UMKM, baik dari sisi pemasaran maupun penjualan(9)(3). Selain itu, penguatan literasi digital juga menjadi faktor penting dalam mendukung transformasi UMKM menuju ekosistem ekonomi digital (10)(5)(11).

Dengan memandang potensi luar biasa yang terkandung dalam teknologi, kami bertekad untuk menjembatani kesenjangan digital dan membantu anggota dan pengurus Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit untuk menguatkan kapasitas organisasi dalam pengelolaan konten digital secara mandiri dan berkelanjutan. Melalui proposal pengabdian kepada masyarakat ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kemajuan dan keberlanjutan.

Dalam pelaksanaannya, metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat berupa workshop yang diselenggarakan secara tatap muka untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan Teknologi. Oleh karena itu, kami mengambil inisiatif untuk

menyelenggarakan Workshop “Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor”, agar mereka memiliki pengetahuan yang mendukung guna melaksanakan berbagai kegiatan mereka.

1. Analisis Situasi

Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit merupakan kelompok usaha berbasis masyarakat yang berlokasi di Perumahan Villa Asia, Desa Susukan, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor. Kelompok ini bergerak dalam pengolahan hasil perikanan seperti produk olahan ikan yang memiliki potensi ekonomi cukup tinggi di wilayah tersebut.

Secara umum, kegiatan usaha yang dilakukan oleh kelompok Binangkit meliputi proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran produk. Namun, pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional dan terbatas pada lingkup lokal, seperti penjualan langsung atau melalui jaringan relasi. Pemanfaatan media digital, khususnya media sosial sebagai sarana promosi, masih belum optimal.

Dari aspek sumber daya manusia, sebagian besar anggota kelompok belum memiliki keterampilan yang memadai dalam pembuatan konten digital yang menarik dan informatif. Konten yang dihasilkan masih sederhana, belum memiliki konsep branding, serta belum mampu menarik perhatian pasar yang lebih luas. Selain itu, belum terdapat perencanaan konten yang terstruktur, seperti penjadwalan posting, strategi visual, maupun copywriting yang efektif.

Padahal, berdasarkan berbagai studi, penggunaan konten digital yang terencana dan konsisten dapat meningkatkan engagement konsumen serta memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan (Wijoyo et al., 2021; Saputra & Handayani, 2022). Oleh karena itu, penguatan kapasitas dalam bidang konten digital menjadi kebutuhan yang mendesak bagi kelompok Binangkit.



Gambar 1. Kegiatan Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit

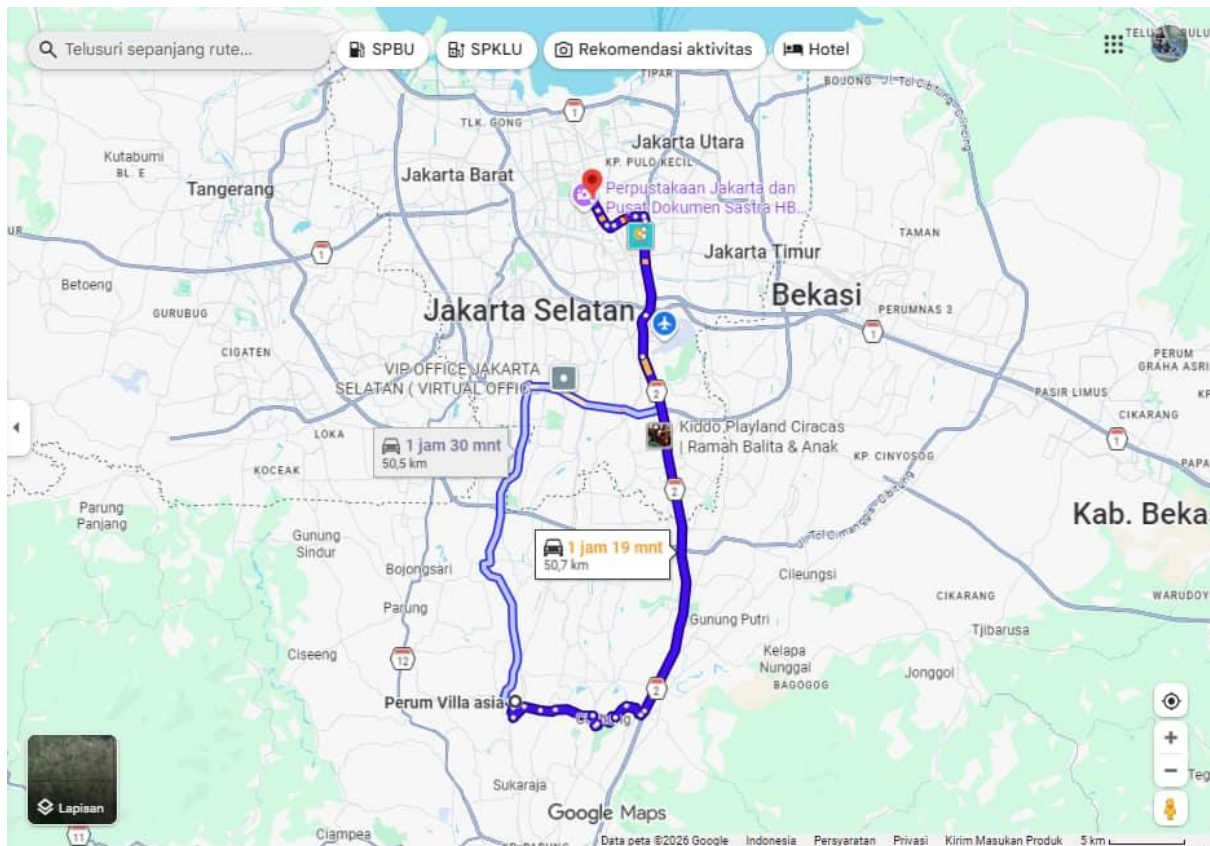
2. Peta Lokasi Mitra

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit yang beralamat di Perumahan Villa Asia, Blok C6/9, RT 04 RW 09, Desa Susukan, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor.

Lokasi tersebut merupakan kawasan pemukiman yang cukup berkembang dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang didominasi oleh sektor UMKM, termasuk usaha pengolahan hasil perikanan. Akses menuju lokasi mitra relatif mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum.

Adapun jarak antara lokasi mitra dengan Universitas Bina Sarana Informatika yang beralamat di Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kecamatan Senen, Kota Jakarta Pusat adalah sekitar 50,7 kilometer.

Kedekatan geografis ini menjadi faktor pendukung dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya dalam hal koordinasi, pelaksanaan pelatihan, serta kegiatan pendampingan secara berkelanjutan.



Gambar 2. Map Jarak Lokasi Tempat Pengabdian Masyarakat dengan Kampus.

2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil analisis situasi dan identifikasi kebutuhan mitra, diperoleh beberapa permasalahan utama sebagai berikut:

a. Rendahnya literasi digital dalam pembuatan konten

Sebagian besar anggota belum memiliki keterampilan dalam membuat konten digital yang menarik, baik dari segi desain visual maupun penyusunan pesan (copywriting).

b. Belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran

Media sosial belum dimanfaatkan secara strategis sebagai media promosi, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas.

c. Tidak adanya perencanaan dan strategi konten digital

Belum terdapat perencanaan konten seperti kalender konten, konsep branding, maupun strategi komunikasi digital yang terarah.

d. Kurangnya kemampuan dalam membangun branding produk

Produk yang dihasilkan belum memiliki identitas visual dan narasi pemasaran yang kuat, sehingga sulit bersaing di pasar digital.

II. METODE PELAKSANAAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi Kelompok Binangkit diperlukan workshop yang berjalan sesuai target dengan metode yang menarik sehingga kegiatan Peningkatan Literasi Digital dapat terlaksana secara maksimal. Metode pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan tersebut disusun melalui tahapan berikut:

1. Pelatihan dilaksanakan diawali dengan pembukaan dan penyampaian materi.
2. Materi yang disampaikan berisi teori dan praktik
3. Selanjutnya peserta akan diberikan tutorial berupa peningkatan Literasi Digital sesuai dengan materi
4. Evaluasi dilaksanakan setelah Pelatihan dilaksanakan dengan mengamati perkembangan peserta dalam peningkatan Literasi Digital.

III. LUARAN YANG DICAPAI (*OUTPUT*)

Berikut ini adalah capaian dan target luaran, yaitu yang dituangkan pada Tabel 1. Capaian Luaran.

Tabel 1. Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Artikel di media masa cetak atau elektronik di BSI NEWS dengan judul “Naik Kelas Lewat Konten, Kelompok BINANGKIT Mulai Adaptasi Pemasaran Modern” tanggal tayang Apr 28, 2026	Lokal di BSI News (https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/naik-kelas-lewat-konten-kelompok-binangkit-mulai-adaptasi-pemasaran-modern/)	Ya
2	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Ya
		Keterampilannya meningkat	Ya
		Pelayanannya meningkat	Ya

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah berupa publikasi pada media masa dengan tautan sebagai berikut: <https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/naik-kelas-lewat-konten-kelompok-binangkit-mulai-adaptasi-pemasaran-modern/>



PENGABDIAN MASYAR...

Naik Kelas Lewat Konten, Kelompok BINANGKIT Mulai Adaptasi Pemasaran Modern

By Niken — On Apr 28, 2026



BSINews, Bogor – Dalam upaya mendorong transformasi digital di sektor pengolahan hasil perikanan, tim dosen Fakultas Teknik dan Informatika **Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI)** menggelar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pelatihan bertajuk penguatan strategi konten berbasis media sosial bagi Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan BINANGKIT.

UBSI dorong pelaku olahan perikanan manfaatkan media sosial untuk perluas pasar

Artikel Terpopuler

Mau Jadi Insinyur? Ini 5 Kampus dengan Jurusan Teknik Elektro Terbaik di Jakarta

Jul 13, 2026 4,037 0

Kampus Terbaik di Yogyakarta Versi uniRank Jurusan yang Paling Diminati

Jul 6, 2026 3,805 0

5 Deretan Kampus dengan Jurusan Teknologi Informasi Terbaik di Jakarta

Jul 13, 2026 3,440 0

Sedang Cari Kampus dengan Jurusan Manajemen Terbaik di Jakarta? Cek 5 Pilihannya

Jul 14, 2026 2,322 0

5 Pilihan Kampus Terbaik di Pontianak Versi UniRank 2026, Simak Jurusan Unggulannya

Jul 6, 2026 1,371 0

5 Deretan Kampus dengan Jurusan Perhotelan Terbaik di Jakarta yang Dapat Dipilih

Jul 14, 2026 1,371 0

IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (*OUTCOME*)

Partisipasi mitra terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, sebagaimana dijelaskan dalam tabel dibawah:

Tabel 2 Partisipasi Mitra Terhadap Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Kegiatan	Partisipasi Mitra	Luaran Kegiatan
1	Survey	Menyediakan tempat Memberikan informasi kebutuhan mitra	Proposal Pengabdian Kepada Masyarakat
2	Pembuatan materi dan modul konten digital	Mereview isi materi dan modul	Materi pelatihan Modul konten digital
3	Pemaparan Materi dan Pendampingan pemanfaatan konten digital	Menyediakan tempat Menyediakan peserta	Pembuatan Spanduk dan Pamflet Kegiatan
4	Evaluasi	Peserta mengisi kuesioner yang dibagikan	Kuesioner yang telah diisi Laporan Kegiatan Press Release Kegiatan

Manfaat pelatihan yang diperoleh mitra berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang pemanfaatan teknologi. Untuk melihat respon kepuasan terhadap kegiatan pelatihan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, panitia meminta para peserta mengisi kuesioner. Berikut rangkuman hasil kuesionernya:

Tabel 3. Jenis kelamin

No	Parameter	Freq	Percent
1	Laki-Laki	5	36%
2	Perempuan	9	64%
Jumlah Responden		14	100%

Tabel 4. Usia

No	Usia	Freq	Percent
1	< 20 Tahun	1	7%
2	20-35 Tahun	2	14%
3	35-50 Tahun	7	50%
4	>50 Tahun	4	29%
Jumlah Responden		14	100%

Tabel 5. Rekap Perhitungan Frekuensi Jawaban Responden

F4. Jika kegiatan ini diadakan kembali, seberapa besar minat anda untuk berpartisipasi kembali?		Freq	Percent
1.	Sangat Tidak Berminat	0	0%
2.	Tidak Berminat	0	0%
3.	Cukup Berminat	10	71%
4.	Berminat	1	7%
5.	Sangat Berminat	3	21%
Jumlah respon		14	100%

F5. Bagaimana persepsi anda terhadap kegiatan ini secara keseluruhan?		Freq	Percent
1.	Sangat Tidak Puas	0	0%
2.	Tidak Puas	0	0%
3.	Cukup Puas	5	36%
4.	Puas	7	50%
5.	Sangat Puas	2	14%
Jumlah respon		14	100%

V. REALISASI BIAYA

Berikut **biaya** yang dikeluarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Honor Tutor	1		1000000	1000000
2	Honor Anggota Tutor	4		250000	1000000
Total Honor					2000000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Fotokopi Bahan Materi	25	Jilid	20000	500000
2	ATK	1	Paket	350000	350000
3	Spanduk	1	Pcs	200000	200000
4	Biaya Cetak	1	PCs	50000	50000
Total Belanja Bahan					1100000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL 830					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Snack Keseluruhan	25	Pack	35000	875000
2	Souvenir	25	Paket	50000	1250000
Total Belanja Barang Non Operasional					2125000
BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Transport Tutor	1	-	200000	200000
2	Transport Anggota	5	-	150000	750000
3	Transport Peserta	25	-	100000	2500000
4	Kuota Internet	25	-	40000	1000000
Total Biaya Perjalanan					4450000
Total Keseluruhan					9675000

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan workshop dan pendampingan mengenai strategi digital marketing berbasis media sosial bagi Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit dapat terlaksana dengan baik, lancar, serta sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Kegiatan ini memberikan pemahaman praktis mengenai konsep digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta pembuatan konten digital kreatif sebagai media promosi produk UMKM perikanan.
2. Peserta menunjukkan antusiasme dan partisipasi yang tinggi selama pelaksanaan kegiatan. Hal tersebut terlihat dari keterlibatan aktif peserta dalam sesi diskusi, praktik pembuatan konten digital, serta kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi yang diberikan untuk mendukung aktivitas pemasaran produk melalui media sosial.
3. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menyusun strategi pemasaran digital, membuat desain konten menggunakan aplikasi pendukung seperti Canva, menyusun caption yang menarik, serta merancang perencanaan konten (content planning) yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.
4. Kegiatan ini turut mendorong peningkatan kapasitas Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit dalam membangun identitas (branding) produk, memperluas jangkauan promosi melalui media sosial, serta mendukung peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM di era transformasi digital.

Adapun saran yang dapat diberikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Diharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih komprehensif, seperti fotografi produk, pembuatan video promosi, pemanfaatan marketplace, social media advertising, analisis performa media sosial, serta pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dalam pembuatan konten pemasaran.
2. Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan Binangkit diharapkan dapat mengimplementasikan strategi konten digital yang telah dipelajari secara konsisten melalui penyusunan kalender konten, penguatan identitas visual produk, serta publikasi yang terjadwal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan jangkauan pasar.

3. Perlu adanya pendampingan lanjutan serta evaluasi secara berkala untuk memastikan penerapan strategi digital marketing berjalan secara optimal, sehingga kemampuan anggota kelompok terus berkembang dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta tren pemasaran digital yang dinamis.
4. Universitas Bina Sarana Informatika diharapkan terus memperluas program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada transformasi digital UMKM melalui kolaborasi dengan pemerintah daerah, komunitas usaha, maupun pemangku kepentingan lainnya sehingga mampu meningkatkan daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

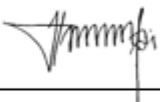
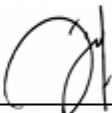
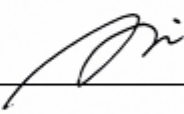
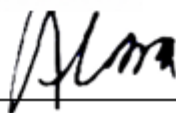
1. Lestari Nasution WS, Nusa P. Optimalisasi Peran Digital Di Era Pandemi Covid 19 Dalam Memperkuat UMKM. TRIDHARMADIMAS J Pengabdian Kpd Masyarakat Jakarta. 2022;2(2):58.
2. Afifah AF, Setiawan RT, Abdullah VSNH, Febriana ZA, Supriyono. Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan UMKM. J Pendidikan Tambusai [Internet]. 2025;09(01):1285–90. Available from: www.antaranews.com:
3. Nadya SN, Barokah I, Sarofi A. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Marketing Umkm Di Era Digital. J DIALOKA J Ilmu Mhs Dakwah dan Komun Islam. 2024;3(1):1–14.
4. Poodo F, Pabulo AM. Peran Konten Kreatif Dalam Pemasaran Media Sosial Untuk UMKM (Studi Kasus Ansalni Fashion). J BUDIMAS. 2024;6(2):1–7.
5. Awaliyah SR. AN. & RP. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Digital. J Komun dan Media. 2021;5(2):45–57.
6. Pratiwi Sakti BR, Fernanda R, M MA, Igo A. Pemanfaatan Instagram dalam Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Promosi UMKM Makanan Mochimoe Bogor Desa Pabuaran Bogor. J Abdimas Dedik Kesatuan. 2026;7(1):11–20.
7. Sagita NG, Kartikasari M, Asyrofi MH, Hayati KR. Optimalisasi Digital Marketing untuk Pengembangan UMKM Kelurahan Kebonsari Kecamatan Jambangan Kota Surabaya. J Abdi Masyarakat Indones. 2022;2(4):1325–32.
8. Putri H, Nurkasmir S, Nurjanah. Penguatan Kapasitas Komunitas Melalui Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa Sukamaju. J Pengabdian Kpd Masyarakat. 2025;2(2):65–73.
9. May Indry Saputri A, Iqbal Fasa M. Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. JICN J Intelektual dan Cendekiawan Nusantara [Internet]. 2024;(November):7388–98. Available from: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
10. Rahman F, Kusuma A, Afrizal AM, Ansori NH, Rahmadani. Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital. J Indones Manag [Internet]. 2025;5(4):1–6. Available from: <https://ejournal.uniramalang.ac.id/eduabdimas/article/view/6282>
11. Muhammad Robbiansa Pramadhika, Salsa Iswatun Nisa, Melia Kusnadi, Novita Putri, Sinar Mauliza Purnama, Muhamad Kosim. Strategi Branding Produk UMKM Melalui Optimalisasi Digital Marketing dan Media Sosial di Era Transformasi Digital. J Bisnis, Ekon Syariah, dan Pajak. 2025;2(3):28–43.

LAMPIRAN

Lampiran A. Absen Panitia

Absensi Tutor Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Teknik dan Informatika

Hari/Tanggal: Sabtu 25 April 2026

No	Nama Lengkap	Tanda Tangan
1	Ahmad Al Kaafi, M.Kom	
2	Suparni, M.Kom	
3	Aji Sumandito, M.Kom	
4	Rizal Amegia Saputra, M.Kom	
5	Firli Asri Maghribi	
6	Ahmad Maulana	

Lampiran B. Absen Peserta

**Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Bina Sarana Informatika
Tahun 2026**

Hari/Tanggal : Sabtu/25 April 2026

Mitra : Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan BINANGKIT

No	Nama Lengkap Peserta	Tanda Tangan
1	Lusya Nur Annisa	
2	Lina Indawati	
3	Titi Sari Azih	
4	Mimah	
5	Wiwik	
6	Amalia	
7	Hierlina	
8	Pipih	
9	Tati	
10	HAFIDH NUR SYA' BANI	
11	Dimas Jantuz Zamun	
12	MASAIL	

13	siti Maqitoh	8
14	pusuany	8
15	Mochtar	8
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		

Lampiran C. Surat Keterangan Mitra/Instansi



SURAT KETERANGAN Nomor. 04/KPPHPBN/IV/2026

Ketua Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan BINANGKIT menerangkan:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat : Jl. Kramat Raya No.9B, RT.2/RW.9
: Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
: Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

TELAH melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa **Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.**

Kegiatan telah dilaksanakan pada hari **Sabtu**, tanggal **25 April 2026** di **Sekretariat Villa Asia** dengan susunan panitia sebagai berikut:

Penanggung Jawab	Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM., M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana	Ahmad Al Kaafl, M.Kom
Tutor	Suparni, M.Kom
Anggota	Aji Sumandito, M.Kom
	Rizal Amegia Saputra, M.Kom
	Firli Asri Maghribi
	Ahmad Maulana

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 28 April 2026
Ketua Kelompok Pengolahan dan Pemasaran
Hasil Perikanan BINANGKIT



Lampiran D. Luaran PM (press release yang sudah terbit/dll)

<https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/naik-kelas-lewat-konten-kelompok-binangkit-mulai-adaptasi-pemasaran-modern/>

Naik Kelas Lewat Konten, Kelompok BINANGKIT Mulai Adaptasi Pemasaran Modern

BSINews, Bogor – Dalam upaya mendorong transformasi digital di sektor pengolahan hasil perikanan, tim dosen Fakultas Teknik dan Informatika [Universitas Bina Sarana Informatika](#) (UBSI) menggelar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pelatihan bertajuk penguatan strategi konten berbasis media sosial bagi Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan BINANGKIT.

UBSI dorong pelaku olahan perikanan memanfaatkan media sosial untuk perluas pasar

Kegiatan yang dilaksanakan pada Sabtu (25/4) di Desa Susukan, Kecamatan Bojonggede ini diikuti oleh anggota dan pengurus kelompok BINANGKIT. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

UBSI sebagai Kampus Digital Kreatif terus berkomitmen menghadirkan program yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Di tengah perkembangan era digital, kemampuan mengelola konten menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk, termasuk di sektor perikanan.

Ketua pelaksana kegiatan, Ahmad Al Kaafi, menjelaskan bahwa pelatihan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pemahaman, tetapi juga keterampilan praktis kepada peserta. Dalam keterangannya, ia menuturkan, “Melalui kegiatan ini, kami ingin memastikan bahwa mitra tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung. Harapannya, kelompok BINANGKIT dapat mengelola konten secara mandiri dan berdampak pada peningkatan penjualan produk.”ujarnya dalam keterangan rilis Sabtu (25/4).

Baca juga: [Visual Dakwah Makin Kuat, UBSI Dampingi Remaja Masjid Ar-Rahman Go Digital](#)

Kelompok BINANGKIT sendiri merupakan salah satu penggerak ekonomi lokal dengan potensi produk olahan perikanan yang cukup besar. Namun, keterbatasan dalam literasi digital, khususnya terkait branding dan strategi pemasaran, masih menjadi tantangan yang dihadapi.

Melalui pelatihan ini, tim UBSI memberikan materi yang aplikatif, meliputi teknik copywriting, desain komunikasi visual, serta penyusunan jadwal konten (editorial calendar) untuk menjaga konsistensi publikasi di media sosial. Pendekatan praktik langsung juga diterapkan agar peserta lebih mudah memahami materi.

Kegiatan ini turut melibatkan dosen lainnya, yakni Suparni, Aji Sumandito, dan Rizal Amegia, serta didukung oleh mahasiswa Firli Asri Maghribi dan Ahmad Maulana yang memberikan pendampingan teknis selama pelatihan berlangsung.

Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan mereka dalam mengikuti sesi praktik dan diskusi. Peserta tidak hanya mendapatkan wawasan baru, tetapi juga mampu menghasilkan konten sederhana yang

siap digunakan untuk promosi produk mereka.

Sebagai penutup, salah satu dosen yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu, Aji Sumandito juga menyampaikan harapannya terhadap pelaksanaan pelatihan. Dalam kesempatan tersebut, ia menuturkan, “Kami berharap pelatihan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan, sehingga peserta mampu mengembangkan strategi pemasaran digital secara mandiri dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.”tuturnya. **(Niken)**



Home > Pendidikan Masyarakat > Naik Kelas Lewat Konten, Kelompok BINANGKIT Mulai Adaptasi Pemasaran Modern



PENGABDIAN MASYARAKAT

Naik Kelas Lewat Konten, Kelompok BINANGKIT Mulai Adaptasi Pemasaran Modern

By Niken - On Apr 28, 2023

Share Facebook Twitter Instagram YouTube

BSI News, Bogor - Dalam upaya mendorong transformasi digital di sektor penghasilan hasil perikanan, tim dosen Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) menggelar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan bertajuk penguatan strategi konten berbasis media sosial bagi Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan BINANGKIT.

UBSI dorong pelaku olahan perikanan memanfaatkan media sosial untuk perluas pasar

Kegiatan yang dilaksanakan pada Sabtu (25/4) di Desa Sukukan, Kecamatan Bojonggede ini diikuti oleh anggota dan pengurus kelompok BINANGKIT. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

UBSI sebagai Kampus Digital Kreatif terus berkomitmen menghadirkan program yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Di tengah perkembangan era digital, kemampuan mengelola konten menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk, termasuk di sektor perikanan.

Ketua pelaksana kegiatan, Ahmad Al Kaifi, menjelaskan bahwa pelatihan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pemahaman, tetapi juga keterampilan praktis kepada peserta. Dalam keterangannya, ia menuturkan, "Melalui kegiatan ini, kami ingin memastikan bahwa mitra tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung. Harapannya, kelompok BINANGKIT dapat mengelola konten secara mandiri dan berdampak pada peningkatan penjualan produknya dalam kegiatan Ritsa Sabtu (25/4).

Baca juga: Visual Didahw Makin Kuat, UBSI Dampingi Remaja Masjid Ar-Rahman Go Digital

Kelompok BINANGKIT sendiri merupakan salah satu penggerak ekonomi lokal dengan potensi produk olahan perikanan yang cukup besar. Namun, keterbatasan dalam literasi digital, khususnya terkait branding dan strategi pemasaran, masih menjadi tantangan yang dihadapi.

Melalui pelatihan ini, tim UBSI memberikan materi yang aplikatif meliputi teknik copywriting, desain komunikasi visual, serta penyusunan jadwal konten editorial calendar untuk menjaga konsistensi publikasi di media sosial. Pendekatan praktik langsung juga diterapkan agar peserta lebih mudah memahami materi.

Kegiatan ini turut melibatkan dosen lainnya, yaitu Supardi, Aji Sumandito, dan Rizal Anugra, serta didukung oleh mahasiswa Firi Auri Maghribi dan Ahmad Maulana yang memberikan pendampingan teknis selama pelatihan berlangsung.

Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan mereka dalam mengikuti sesi praktik dan diskusi. Peserta tidak hanya mendapatkan wawasan baru, tetapi juga mampu menghasilkan konten sederhana yang siap digunakan untuk promosi produk mereka.

Sebagai penutup, salah satu dosen yang terlibat dalam kegiatan ini yaitu, Aji Sumandito juga menyampaikan harapannya terhadap pelaksanaan pelatihan. Dalam kesempatannya tersebut, ia menuturkan, "Kami berharap pelatihan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan, sehingga peserta mampu mengembangkan strategi pemasaran digital secara mandiri dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas," tuturnya. (Niken)

BSI News | Pendidikan Masyarakat > UBSI

Share Facebook Twitter Instagram YouTube



PREV POST Visual Didahw Makin Kuat, UBSI Dampingi Remaja Masjid Ar-Rahman Go Digital

NEXT POST Albar Setawan Lulus Diseminasi Jalur Obidangan UBSI, Disiplin Belajar Jadi Faktor Utama

You Might Also Like

UBSI Hadikan Edukasi Hukum dan HAM untuk Perkuat Kepedulian Warga Sukukan

BSI Explore Jadi Pengalaman Berharga, Carika Nur Mallura Kenang Pengabdian di Desa...

BSI Explore Jadi Pengalaman Berharga, Alami Begitulah Mengabdikan di Desa...

LEAVE A REPLY

Your email address will not be published.

Your Comment

Your Name *

Your Email *

Your Website

☐ Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

POST COMMENT

Artikel Terpopuler

Max Jadi Insinyur? Ini 5 Kampus dengan Jurusan Teknik Elektro Terbaik di Jakarta

Jul 13, 2023 4,027 < 0

Kampus Terbaik di Yogyakarta Versi Unifrank dan Jurusan yang Paling Diminati

Jul 6, 2023 1,105 < 0

5 Deretan Kampus dengan Jurusan Teknologi Informasi Terbaik di Jakarta

Jul 13, 2023 1,140 < 0

Sekarang Cari Kampus dengan Jurusan Manajemen Terbaik di Jakarta? Cek 5 Pilihannya

Jul 14, 2023 1,352 < 0

5 Pilihan Kampus Terbaik di Postarak Versi Unifrank 2023, Simak Jurusan Unggulan

Jul 6, 2023 1,371 < 0

5 Deretan Kampus dengan Jurusan Perhotelan Terbaik di Jakarta yang Dapat Didit

Jul 14, 2023 1,379 < 0

Facebook
Join us on Facebook

Twitter
Join us on Twitter

YouTube
Join us on YouTube

Instagram
Join us on Instagram

news

Alamat :

Jl. Dewi Sartika No.295, RW3, Caringin, Kec. Caringin, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13650

Rute & Maps

© 2023 - BSI News. All Rights Reserved.

A part of Universitas BSI

Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 1. Pembukaan oleh Panitia Pelaksana



Gambar 2. Penyampaian Materi



Gambar 3. Diskusi dan Tanya Jawab





Gambar 4. Pengisian Kuesioner



Gambar 5. Foto Bersama



KELOMPOK PENGOLAHAN DAN PEMASARAN HASIL PERIKANAN

“BINANGKIT”

DESA SUSUKAN KECAMATAN BOJONGGEDE KABUPATEN BOGOR
Perumahan Villa Asia, RT04/09, Desa Susukan, Kec. Bojonggede, Kab. Bogor
Nomor Telepon : 0855-9160-4014, Email : binangkitsusukan@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor. 04/KPPHPBN/IV/2026

Ketua Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan BINANGKIT menerangkan:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat : Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9
: Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat
: Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

TELAH melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa **Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.**

Kegiatan telah dilaksanakan pada hari **Sabtu**, tanggal **25 April 2026** di **Sekretariat Villa Asia** dengan susunan panitia sebagai berikut:

Penanggung Jawab	Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM., M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana	Ahmad Al Kaafi, M.Kom
Tutor	Suparni, M.Kom
Anggota	Aji Sumandito, M.Kom
	Rizal Amegia Saputra, M.Kom
	Firli Asri Maghribi
	Ahmad Maulana

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bogor, 28 April 2026
Ketua Kelompok Pengolahan dan Pemasaran
Hasil Perikanan BINANGKIT





SERTIFIKAT



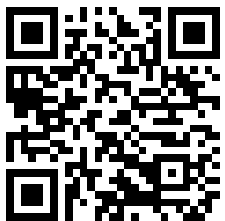
Diberikan Kepada

Ahmad Al Kaafi M.Kom

Sebagai Ketua Pelaksana

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 25 April 2026 dengan materi Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.

Jakarta, 2 Mei 2026
Ketua LPPM



Agus Junaedi, M. Kom





SERTIFIKAT



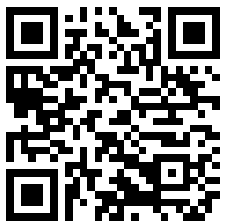
Diberikan Kepada

Aji Sumandito M. Kom

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 25 April 2026 dengan materi Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.

Jakarta, 2 Mei 2026
Ketua LPPM



Agus Junaedi, M. Kom





SERTIFIKAT



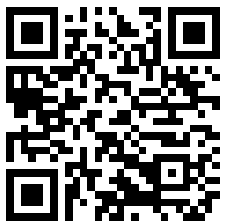
Diberikan Kepada

Rizal Amegia Saputra M.Kom

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 25 April 2026 dengan materi Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.

Jakarta, 2 Mei 2026
Ketua LPPM



Agus Junaedi, M. Kom





SERTIFIKAT



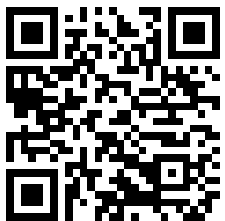
Diberikan Kepada

Suparni M.Kom

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 25 April 2026 dengan materi Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.

Jakarta, 2 Mei 2026
Ketua LPPM



Agus Junaedi, M. Kom





SERTIFIKAT



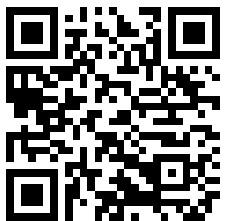
Diberikan Kepada

Firli Asri Maghribi

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 25 April 2026 dengan materi Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.

Jakarta, 2 Mei 2026
Ketua LPPM



Agus Junaedi, M. Kom





SERTIFIKAT



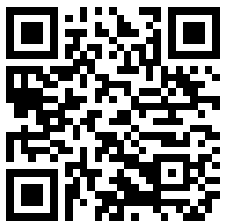
Diberikan Kepada

Ahmad Maulana

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 25 April 2026 dengan materi Penguatan Strategi Konten Digital Marketing Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM Perikanan Binangkit Kabupaten Bogor.

Jakarta, 2 Mei 2026
Ketua LPPM



Agus Junaedi, M. Kom

