

Sosialisasi Produk Digital Maketing Dalam Mengoptimalkan Potensi Ekonomi Masyarakat Desa Purisemanding

Widy Taurus Sandy*, Nanda Agvi Oktavia
STIE PGRI Dewantara Jombang
Korespondensi*: widy.taurus@gmail.com

Abstrak

Pengabdian penting bagi civitas akademika STIE PGRI DEWANTARA untuk memahami kondisi pedesaan dan kaitannya dengan perencanaan kurikulum untuk mengetahui dukungan dan permasalahan yang ada di masyarakat. Program ini akan berjalan selama kurang lebih satu bulan pada bulan Februari 2023. Hasil yang diharapkan antara lain terbentuknya individu-individu tangguh yang peduli ketika melayani masyarakat. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital memberikan tantangan bagi pengembangan dan pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa Purisemanding. Prosesnya meliputi koordinasi dengan aparat desa, wawancara kepada pemangku UMKM, penyiapan materi berdasarkan kebutuhan UMKM di desa Purisemanding, dan pelaksanaan acara sosialisasi pemasaran digital. Pelaksanaan program sosialisasi pemasaran digital merupakan salah satu jenis pengembangan masyarakat yang dilakukan rombongan ke desa Purisemanding. Program ini bertujuan untuk menambah pengetahuan tentang pentingnya pemasaran digital bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan pengembangan usaha. Tahapan kegiatannya meliputi pendataan informasi UMKM, sasaran sosialisasi kepada aparat desa, masyarakat, dan pemangku UMKM, serta pelaksanaan program bekerjasama dengan tim pengabdian

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Pemasaran Digital, Pembangunan Perdesaan, UMKM, Desa Purisemanding.

Abstract

Service is important for the STIE PGRI DEWANTARA academic community to understand rural conditions and their relationship to curriculum planning to find out the support and problems that exist in the community. This program will run for approximately one month in February 2023. The expected results include the formation of strong individuals who care when serving the community. The lack of knowledge about digital marketing poses challenges for the development and marketing of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Purisemanding village. The process includes coordination with village officials, interviews with MSME stakeholders, preparing materials based on the needs of MSMEs in Purisemanding village, and holding digital marketing outreach events. Implementation of the digital marketing outreach program is one type of community development carried out by the group in Purisemanding village. This program aims to increase knowledge about the importance of digital marketing for MSMEs to increase sales and business development. The activity stages include collecting data on MSME information, outreach targets to village officials, the community and MSME stakeholders, as well as implementing programs in collaboration with the community service team.

Keywords: Community Empowerment, Digital Marketing, Rural Development,

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pedoman pelaksanaan pengabdian penting untuk memahami keadaan kabupaten terkait dengan perlunya memahami keterbatasan dan permasalahan yang ada dalam memberikan informasi penting tentang proses konstruksi sebagai sarana memanfaatkan dan menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat.

Kajian ini dilakukan selama kurang lebih 1 (satu) bulan, tepatnya pada bulan Februari 2024. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah mampu melahirkan individu yang peka dan memiliki rasa tanggung jawab yang kuat dalam mengabdikan kepada masyarakat. Proses penelitian ini memerlukan dukungan penduduk sekitar sehingga dapat

menghasilkan keputusan yang tidak memihak dan masuk akal. terhadap proses pembangunan, serta semakin pentingnya hak dan kebutuhan dalam proses tersebut., mampu memenuhi kebutuhannya sendiri, dan mampu memanfaatkan banyak potensi sehari-hari yang ada guna meningkatkan tingkat kesejahteraan.

Dalam kaitan ini, tim pengabdian mempunyai kemampuan berperan sebagai *problem solver*, motivator, entertainer, dan *enabler* dalam proses penyelesaian permasalahan masyarakat. Dengan inovasi ini diharapkan tim pengabdian mampu mengembangkan diri menjadi pemimpin atau agen perubahan yang berintegritas dan terampil dalam menangani permasalahan yang dihadapi masyarakat luas. Program kerja tim membantu pemberdayaan di lingkungan masyarakat desa Purisemanding dengan membenahan sarana dan prasarana.

2. Profil Mitra Binaan

Desa Purisemanding adalah salah satu desa yang berada dipinggiran dan termasuk di dalam wilayah Kecamatan Plandaan, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur. Desa tersebut memiliki 7 dusun yaitu diantaranya: Dusun Ngrembyong, Puri A, Puri B, Bululowo, Ngayun, Semanding, dan Turi. Desa tersebut merupakan tanah dataran yang memiliki struktur tanah lempung berpasir. Dimana kondisi tanah lempung berpasir cocok digunakan dalam sektor pertanian dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bercocok tanam atau bertani. Lahan pertanian yang sangat luas menjadi salah satu sumber mata pencaharian bagi masyarakat desa Purisemanding.

Desa Purisemanding yang mayoritas masyarakat desa tersebut memeluk agama Islam. Masyarakat desa tersebut sungguh beragam dengan adanya keberagaman tersebut menjadi salah satu ciri khas daya tarik desa Purisemanding dari aspek adat istiadat, lembaga pendidikan, mata pencaharian dan lain-lain. Desa Purisemanding merupakan salah satu dari 13 desa di wilayah Kecamatan Plandaan yang terletak 2,5 Km ke arah Utara selatan dari Kecamatan Plandaan, Desa Purisemanding merupakan wilayah yang berbatasan dengan Kecamatan Ploso, serta mempunyai luas wilayah seluas 488,11 hektar.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran digital merupakan proses mempromosikan sesuatu, seperti barang atau jasa, menggunakan media atau teknologi digital. Menurut Kleindl dan Burrow (2005) mendefinisikan digital marketing sebagai suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide harga, promosi dan distribusi. Sehingga dapat digambarkan sebagai upaya membangun dan memelihara hubungan yang sangat bermanfaat baik bagi konsumen maupun produsen. Dalam dunia bisnis, semakin banyak orang yang mengetahui tentang bisnis yang akan mereka jalankan dan semakin cepat pula mereka bisa mendapatkan kesepakatan bisnis. Pemasaran digital penting untuk mencapai pasar yang lebih luas melalui metode yang lebih praktis dibandingkan dengan metode riset pasar tradisional. Tujuan dari adanya pemberdayaan masyarakat ini yaitu membentuk sebuah individu dan masyarakat yang mandiri dalam merencanakan konsep hingga menjadi suatu pengembangan strategi dalam memasarkan sebuah produk maupun jasa. Strategi pemasaran digital memiliki beberapa keunggulan dibandingkan strategi pemasaran tradisional, yakni: PERTAMA, menjangkaau target pasar yang lebih luas, KEDUA, mendongkrak angka penjualan, KETIGA, lebih hemat.

Selain memiliki keterampilan pemasaran digital yang kuat, mereka juga memiliki tipe yang mudah dipelajari. Pertama, berdasarkan strategi, 1) *Push Digital Marketing* merupakan salah satu jenis metode yang menawarkan produk kepada pelanggan secara

diam-diam sehingga mereka dapat menerima hasil pembelian dengan cepat. 2) *Pull Digital Marketing*: Dalam promosi pull digital marketing, frontalitas tidak selalu diperlukan. Iklan semacam ini biasanya dibuat sedemikian rupa sehingga membuat pemirsanya penasaran dan ingin mengetahui lebih jauh tentang produk yang dijual. Ringkasnya, berdasarkan penjangkauan media, strategi yang digunakan adalah: 1) situs web; 2) bayar per klik; 3) pemasaran mesin pencari (SEM); 4) pemasaran media sosial (SMM); dan 5) pemasaran email.

Tujuan Digital Marketing Selain meningkatkan penjualan, kesadaran produk, dan pangsa pasar, pemasaran digital juga memiliki tujuan lain, seperti meningkatkan standar pengembalian produk dan meningkatkan komunikasi karyawan dengan pelanggan atau calon pelanggan.

C. METODE PELAKSANAAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor terpenting dalam perekonomian Indonesia. UMKM mempunyai kemampuan menyumbang 97% dari seluruh jam kerja dan dapat menyumbang hingga 60,4% dari seluruh investasi yang dilakukan di Indonesia. UMKM yang dijalankan di pedesaan adalah salah satu UMKM yang bermanfaat terutama dalam untuk perekonomian nasional. Desa Purisemanding adalah salah satu desa yang terdapat berbagai macam UMKM dari kerajinan tangan hingga makanan. Namun dalam pengembangan dan pemasaran usaha dihadapkan dengan beberapa tantangan. Salah satu tantangan tersebut yaitu kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing. Metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah tersebut, yakni: 1) Menyampaikan materi secara langsung, 2) Diskusi dengan melakukan sesi tanya jawab.

Penyampaian materi dilakukan secara langsung mengenai digital marketing bagi UMKM. Pemateri menyampaikan materi dengan memberikan contoh UMKM yang sukses dalam menggunakan media digital dan memasarkan produk. Diharapkan pelaku UMKM di desa Purisemanding mengetahui pentingnya iklan online bagi UMKM pada era kemajuan teknologi. Tahapan yang bisa dilakukan yaitu: *Tahapan awal*, Pada tahapan ini yang dilakukan adalah koordinai dengan perangkat desa untuk menentukan UMKM di Desa Purisemanding yang dilibatkan dalam kegiatan sosialisasi digital marketing. Melakukan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengetahui kegiatan mulai dari pengolahan hingga pemasaran produk UMKM. Persiapan materi berdasarkan dari kekurangan UMKM di Desa Purisemanding. Serta melakukan persiapan peralatan dan perlengkapan seperti daftar hadir peserta, microphone, konsumsi, dan lainnya. *Tahapan pelaksanaan*, Pada tahapan ini adalah pelaksanaan sosialisasi digital marketing di desa Purisemanding dengan penyampaian materi secara langsung atau ceramah. Dan dihadiri oleh pelaku UMKM di desa Purisemanding, perangkat desa, dan masyarakat desa Purisemanding. *Tahapan monitoring dan evaluasi*, Pada tahapan ini diharapkan dari kegiatan sosialisasi digital marketing dapat memberikan pengetahuan, manfaat penggunaan *digital marketing*, dan strategi pemasaran bagi UMKM pada era kemajuan teknologi.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan sosialisasi Digital Marketing dilaksanakan pada hari Sabtu, 17 Februari 2024 dengan pembicara Bapak Widy Taurus Sandy SE. MSM, beserta tim penulis, mahasiswa, dan masyarakat desa purisemanding yang digelar di pendopo balai desa purisemanding.

Dosen & Mahasiswa mendampingi masyarakat dalam kegiatan tersebut untuk membantu melancarkan kegiatan sosialisasi digital marketing. Tahapan dari kegiatan ini dimulai dengan mengkoordinasi tim penulis dengan tim lapangan yang mensurvei beberapa UMKM yang ada di desa. Kegiatan ini berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan digital marketing kepada para pelaku UMKM. Selanjutnya, melakukan musyawarah kepada perangkat desa purisemanding, tim penulis dan mahasiswa.



Gambar 1: Sosialisai Digital Marketing Pada Masyarat Pedesaan di Pendopo Balai Desa Purisemding

E. PENUTUP

Pengabdian ini adalah program untuk mengabdikan kepada masyarakat dengan pendekatan keilmuan dan sektoral dalam kurun waktu saat ini. Program Kuliah Pengabdian ini dilakukan dalam kurun waktu 1 bulan. Dengan adanya program pengabdian ini dimaksudkan untuk membantu keberhasilan mahasiswa ikut berpartisipasi serta berperan secara aktif dalam lingkungan bermasyarakat. Dalam kehidupan Fokus masyarakat tidak hanya pada ilmu yang harus diterapkan, namun juga pada bagaimana mahasiswa dapat belajar dan menjadi bagian dengan lingkungan masyarakat. Program pengabdian ini dapat menjadi tempat sementara untuk dosen & mahasiswa dalam belajar hidup dan mengabdikan di masyarakat.

Ketika teknologi semakin banyak digunakan di kalangan masyarakat umum, pemasaran media sosial menjadi semakin penting. Diharapkan melalui pemahaman dan penggunaan konsep pemasaran digital, masyarakat umum dapat meningkatkan jumlah hari beroperasinya setiap bisnis.

Melalui program kegiatan yang kami kembangkan sebagai penulis, kami bersyukur telah mendapat kesempatan untuk berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat umum mengenai pemasaran digital melalui interaksi yang berkualitas. Dan semoga pada akhirnya dapat menjadi inspirasi bagi peraturan perundang-undangan yang disahkan oleh masyarakat luas dan juga UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Fairza, G. (2017). *Pengaruh Online Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Penjualan Tahunan Merk Lokal Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Hasibuan, E., Daulay, S., Nst, A. M. Z., & Annisa, P. (2022). Sosialisasi Penerapan Digital Marketing Pada Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Desa Karya Maju, Kecamatan Tanjung Pura, Langkat. *Jurnal Gemilang Masyarakat (JPMG)*, 2(4), 85-87.
- Maryanto, M., Chalim, M. A., & Hanim, L. (2022). Upaya Pemerintah Dalam Membantu Pelaku Usaha Umkm Yang Terdampak Pandemi Covid-19. *Audi Et AP: Jurnal Penelitian Hukum*, 1(01), 1-11.
- Putri, A. D., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., & Febrina, E. G. (2023). Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 147-153.
- Putri, R., Selvi, S., & Harahap, S. B. (2023). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA PEMASARAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(10), 61-70.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Rahmi, M. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha Umkm Kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 1(1), 5-14.

- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Scopindo media pustaka.