

Pelatihan Digital Marketing Produk Potensi Desa Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat

Erlan Darmawan^{1*}, Nani Ronsani Thamrin², Mia Maulianingsih³, Alfiani Azzahra⁴

^{1*}(Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan, Indonesia)

²(Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kuningan, Indonesia)

^{3,4}(Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan, Indonesia)

Article History

Diajukan: tgl/bln/thn

Diterima: tgl/bln/thn

Diterbitkan: tgl/bln/thn

Kata Kunci:

Pelatihan; Digital Marketing;
Produk; Potensi.

Keyword:

Training; Digital Marketing;
Product; Potential.

*Corresponding author

Erlan Darmawan
erlan.darmawan@uniku.ac.id

Abstrak

Pelatihan Digital Marketing ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dalam melakukan pemasaran produk potensi desa sehingga masyarakat mampu memahami dan menguasai proses pemasaran produknya melalui Digital Marketing. Bentuk pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui penyuluhan berikut pelatihan didalamnya mengenai cara memasarkan produk dengan istilah Digital Marketing dengan menggunakan metode presentasi dan demonstrasi. Dampak sosial yang diharapkan dalam pengabdian ini adalah masyarakat dapat memasarkan produknya dengan cakupan daerah yang lebih luas.

Abstract

This Digital Marketing training is a community service activity that aims to empower the community in marketing village potential products so that the community is able to understand and master the process of marketing their products through Digital Marketing. This form of community service is carried out through counseling along with training in it on how to market products with the term Digital Marketing using presentation and demonstration methods. The expected social impact in this service is that people can market their products with a wider area coverage.

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu ujung tombak perekonomian negara, karena hanya UMKM yang dinilai mampu bertahan ditengah persaingan bisnis serta krisis ekonomi bangsa. Namun dalam pelaksanaannya para pelaku usaha UMKM masih mengalami permasalahan diantaranya adalah mereka memiliki kekurangan modal untuk mengembangkan usahanya yang akhirnya kegiatan produksi menjadi terhambat sehingga otomatis berpengaruh terhadap pemasukan. Yang akhirnya para pelaku UMKM ini mencari pinjaman modal dari bank, namun terdapat kendala juga, kadang mereka seringkali gagal dalam meminjam diakrenakan tidak memenuhinya persyaratan untuk meminjam uang di bank. Mengakibatkan usahanya tidak ada peningkatan bahkan justru ditinggalkan dan mencoba beralih ke usaha yang lain. Selain permasalahan modal usaha, permasalahan lain yang ditemukan adalah kurangnya pengetahuan dari para pelaku usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya, tidak memahami pemasaran digital sehingga untuk menghasilkan inovasi produkpun belum bisa dilakukan. Hal inilah yang menjadi dasar penulis untuk melakukan pengabdian terhadap masyarakat untuk dapat mengembangkan produk potensinya melalui penyuluhan yang didalamnya terdapat pelatihan mengenai cara memasarkan produk dengan memanfaatkan digital Marketing.

Menurut [1] Digital marketing merupakan pemasaran digital yang menerapkan internet dan teknologi digital terkait dalam hubungannya dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran dengan semakin majunya dunia teknologi saat ini, semakin banyak pula media yang bisa dijadikan untuk proses pemasaran secara digital. Salah satunya adalah media sosial menurut [2] dalam bukunya social media marketing menjelaskan bahwa media sosial merupakan sebuah proses kolaborasi dalam membentuk, menyebarkan, mengubah, dan menghancurkan informasi. Sehingga peluang partisipasi dalam sisoal media dapt membantu pelaku usaha dalam melakukan pemasarannya guna mencapai tujuan bisnisnya.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di desa Kedungarum Kuningan Jawa Barat, berupa Penyuluhan yang didalamnya terdapat pelatihan mengenai cara memasarkan produk melalui digital marketing Kegiatan ini ditujukan untk memberikan pengetahuan dalam memahami proses pemasaran secara digital dengan memanfaatkan sosial media serta meningkatkan keterampilan para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi dalam rangka memperluas jangkauan pasar. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah (1) metode presentasi, dimana metode ini bertujuan untuk menyampaikan materi mengenai Digital Marketing atau dengan kata lain pemasaran Online kepada masyarakat; (2) Metode Demonstrasi, metode ini digunakan untuk memperlihatkan/melakukan simulasi tata cara penggunaan media sosial seperti Intagram, Facebook, Youtube, Whatsapp, dan aplikasi pendukung pemasaran seperti google bisnis, market place dan lain sebagainya; (3) Metode Diskusi, metode ini digunakan untuk melakukan diskusi dengan para pelaku usaha yang masih belum paham dan proses yang berkaitan dengan digital marketing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan ini diikuti oleh para pelaku usaha kecil menengah baik mandiri maupun home industry.mereka mendapatkan materi materi yang berkaitan denga digital marketing. Materi tersebut terdiri dari beberapa bagian diantaranya adalah (1) materi tentang Smart Enterpreneur, materi ini berisi tentang bagaimana membangun mindset para enterpreuneur dimana pribadi dari masing masing pelaku UMKM tidak hanya sebagai tukang produk ataupun penjual barang dalam kegiatan rutinitasnya, tetapi harus dibarengi dengan membangun impian sebagai salah satu kekuatan dalam berusaha untuk mencapai kesuksesan selain itu juga menumbuhkan keyakinan kepada mereka bahwa setiap pribadi dari mereka itu memiliki kelebihan dadn keberanian untuk menjadikan dirinya luar bisa biasa dibandingkan orang lain. (2) materi tentang mengenal internet yang aman dan sehat.

Dalam materi ini diperkenalkan tentang aplikasi pencarian, tekniknya pencarian dalam search engine, pengaturan atau setting aplikasi sehingga aman dalam berselancar di dunia maya, sehingga diharapkan peserta dapat memaksimalkan dan familiar dalam berselancar melalui mesin pencari. ;(3) materi tentang cara mebuat media penawaran seperti intagrammarketing,whatsapp marketing, dan media sosial lainnya, sehingga mereka bisa lebih terampil dalammemanfaatkn media sosial. Selain itu juga mereka diperkenalkan tentang penggunaan google bisnis untuk memasukan profil bisnis mereka serta lokasinya yang dapat dilihat semua orang di google maupun google mapdan dapat berinteraksi disana.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar dengan antusias dari para peserta.mereka lebih tertarik dengan penyampaian materi menggunakan metode demonstrasi / simulasi karena mereka terlibat secara langsung untuk mencoba menjelajah dan memanfaatkan berbagai aplikasi sosial media dan google bsnis serta aplikasi marketplace yang ada, sehingga lebih memahami dan mengerti cara memanfaatkannya, tinggal meningkatkan ide kreativitas dalam mengembangkan proses pemasarannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada LPPM Universitas Kuningan yang telah mendukung proses pengabdian terhadap masyarakat yang telah dilakukan sehingga acara berjalan dengan sukses dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2016). *Digital Marketing*, Sixth Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Supratman, S. G., Siti Maesyaroh, & Dadang Hamdani. (2023). Workshop Penerapan Teknologi Informasi untuk Aparatur Desa Guna Menyongsong Smart Society 5.0. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 2(2), 29–33. <https://doi.org/10.25134/jise.v2i2.30>
- Evans, Dave. (2012). *Social Media Marketing – An Hour a Day*. Indiana: John Willey & Sons, Inc.
- Fauziah, Aah Sumiah, Dede Irawan, Harun Assidik, & Abdul Aziz Alfarizy. (2023). Media Sosial Sebagai Teknologi Informasi Penggerak Percepatan Pemanfaatan Potensi Desa Mekarjaya Ciawigebang Kuningan. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.25134/jise.v2i1.29>