



Pelatihan Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Peningkatan Literasi Masyarakat di Desa Marga Mulya, Kabupaten Tangerang

YB Andre Marvianta, Daniel Widjaja, Rita Amelinda, Roseline Manuela Anwar, Bambang Siswanto, Adrie Frans Assa

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Krida Wacana (Ukrida)
Jln. Tanjung Duren Raya no. 4, Jakarta Barat
ybam@ukrida.ac.id

Abstract

Along with the development of information technology has emerged a new way of marketing products through digital marketing. The community needs to utilize information technology to increase people's income. Through this Community Service activity, the Management Study Program at Krida Wacana Christian University (UKRIDA) in Jakarta has seen the potential to introduce the benefits of information technology in order to improve the economy of the local community in Marga Mulya village, Tangerang regency, Banten. The methods used are lectures and discussions. This method is used because the people of Marga Mulya village still lack information about the use of digital facilities in marketing their products. A series of digital marketing introduction activities were carried out so that participants were more familiar with other alternatives in marketing their products as well as to increase material insight and digital marketing potential to develop their business.

Keywords: digital marketing, community literacy, counseling

I. Pendahuluan

Melalui salah satu kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan masyarakat di sekitarnya. Masyarakat diharapkan dapat merasakan manfaatnya terhadap keberadaan perguruan tinggi sebagai sarana peningkatan literasi maupun peningkatan pendapatan mereka.

Ada beberapa masalah di desa Marga Mulya, Kabupaten Tangerang yang selama ini kurang diperhatikan, antara lain: masyarakat di desa Marga Mulya masih kurang memiliki pengetahuan dan ketrampilan memadai untuk memasarkan produknya melalui alternatif lainnya yang kini sudah populer, yaitu memasarkan produk-produk mereka secara *online*. Hal ini mengakibatkan antara lain, masyarakat kurang tanggap terhadap adanya peluang pasar secara jeli. Selain itu, jangkauan pemasaran masih terbatas di sekitar desa Marga Mulya melalui pasar tradisional, kegiatan pemasaran yang masih mengandalkan cara-cara tradisional ini telah membatasi peluang peningkatan pendapatan mereka bagi keluarga.

Perkembangan teknologi seperti *e-commerce* telah menjadi bagian penting bagi setiap pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital tersebut. Keberadaan *e-commerce* tidak hanya dapat membantu memasarkan produk, namun juga meningkatkan jumlah wirausahawan baru sebagai para calon pengguna potensial melalui pemanfaatan digital marketing ini. Hal tersebut pada akhirnya akan meningkatkan kualitas tenaga kerja warga desa Marga Mulya, Tangerang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Marga Mulya ini bertujuan untuk: 1) Membuka wawasan peluang memasarkan produk masyarakat di desa Marga Mulya menggunakan sarana promosi berbasis internet, 2) Memotivasi masyarakat di desa Marga Mulya tentang manfaat berbisnis dengan sarana internet guna menjangkau masyarakat yang lebih luas, 3) Memberikan gambaran kepada masyarakat desa Marga Mulya bagaimana cara mempromosikan produk mereka di internet dan bagaimana caranya produk kita dapat dikenal di daerah-daerah lain secara lebih luas.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, perguruan tinggi diharapkan dapat turut berpartisipasi memberikan stimulus bagi pertumbuhan ekonomi melalui pemberdayaan masyarakat ini.

E-commerce turut mengubah perilaku bagi banyak orang untuk membeli dan menjual bukan hanya secara tradisional melainkan secara *online*, sehingga menyebabkan hal-hal yang selama ini dikerjakan secara manual telah menjadi semakin praktis [1].

Digital marketing merupakan istilah yang umum digunakan untuk menyebut suatu kegiatan pemasaran dengan cara elektronik yaitu melalui media internet [2,3].

Pemanfaatan media teknologi dalam mengembangkan sistem pemasaran secara digital mengakibatkan kegiatan pemasaran dapat dilaksanakan kapan saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Penggunaan internet dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan yang lebih efektif dibandingkan cara tradisional karena dapat menjangkau pasar sasaran yang lebih luas [4].

Terbitnya Undang-undang No. 6 Tahun 2014 tentang desa menunjukkan bahwa masyarakat di pedesaan perlu didorong agar lebih giat dalam program pemberdayaan

masyarakat di desa masing-masing. Banyak potensi desa yang dapat dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi sebagai salah satu sarana peningkatan pendapatan masyarakat, seperti program digitalisasi pemasaran [5].

Solusi yang akan dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode ceramah dan diskusi. Kegiatan penyuluhan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang peluang untuk aspek pemasaran, jika selama ini masyarakat hanya mengetahui dan melaksanakan kegiatan pemasaran secara tradisional, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memerikan edukasi pemanfaatan kegiatan pemasaran melalui media online. Penyuluhan ini juga bertujuan menambah wawasan aspek-aspek pemasaran secara tradisional dan secara online sehingga dapat memperluas pengetahuan masyarakat untuk menjangkau kegiatan pemasaran yang lebih luas, dan diharapkan kelak akan meningkatkan pendapatan masyarakat di desa Marga Mulya [6-8].

Pemanfaatan teknologi digital ini untuk peningkatan jangkauan pemasaran berbagai produk milik masyarakat di desa Marga Mulya. Digitalisasi pemasaran adalah usaha atau proses pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana dalam kegiatan pemasaran [9]. Meskipun demikian, Miyazaki dan Fernandez mengingatkan perlunya keamanan system terhadap tarif dari produk-produk online yang dibelanjakan para konsumen [10].

II. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melalui teknik ceramah atau penyuluhan dan dilanjutkan dengan teknik diskusi tanya jawab. Sasaran peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari Program Studi Manajemen Ukrida ini adalah para warga di Desa Marga Mulya, Kecamatan Mauk, Kabupaten Tangerang.

Desa Marga Mulya masuk dalam wilayah Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Desa Marga Mulya terletak di dekat pesisir utara pulau Jawa. Pemilihan Desa Marga Mulya ini sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam rangka peningkatan pendapatan masyarakat, sehingga kegiatan ini adalah suatu upaya pemberdayaan ekonomi keluarga di desa Marga Mulya, kabupaten Tangerang.

Sebagian besar mata pencaharian penduduk desa tersebut yakni adalah sebagai nelayan, selain itu juga terdapat masyarakat yang bermata pencaharian sebagai peternak dan buruh pabrik. Berdasarkan kondisi yang ada, hampir sebagian besar masyarakat di Desa Marga Mulya belum memahami pemanfaatan perkembangan teknologi dalam bidang marketing. Untuk itulah, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang peluang memasarkan produk melalui media digital.

III. Diskusi

Pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan pada hari Jumat tanggal 19 Agustus 2022, serta dilaksanakan dalam bentuk pengenalan pemasaran secara *online* bagi masyarakat di Desa Marga Mulya, Kabupaten Tangerang, Banten. Ceramah dilaksanakan di Aula desa (Gambar 1 dan 2). Kegiatan penyuluhan ini dihadiri oleh 22 orang peserta masyarakat desa Marga Mulya. Sesi ceramah dan penyuluhan tentang pemanfaatan pemasaran melalui media digital dimulai terlebih dahulu. Peserta perlu mengenal apa manfaat dan peluang yang akan diperoleh bila peserta memanfaatkan media internet dalam kegiatan pemasaran mereka, selain memasarkan melalui sarana yang sudah mereka kenal yaitu pemasaran konvensional.



Gambar 1. Suasana Diskusi Pengenalan Digital Marketing

Pemasaran secara *online* pada dasarnya tidak berbeda jauh dengan pemasaran secara konvensional. Meskipun demikian, ketika pemasar hendak memasarkan secara *online*, mereka perlu mengetahui seluk beluk dunia internet dan cara menyiasati peluang-peluangnya agar tercapai tujuan bisnisnya.

Setelah melakukan sesi presentasi ini, peserta mengikuti sesi tanya jawab dengan berdiskusi hal-hal yang belum mereka ketahui tentang arti penting memanfaatkan peluang dalam pemasaran secara *online* itu sebagai peluang yang seharusnya perlu mereka raih manfaatkan pula. Perubahan *mindset* dari hanya memasarkan produk secara tradisional lalu memanfaatkan peluang pemasaran secara *online* ini perlu dilakukan edukasi yang berkelanjutan agar semakin tumbuh kesadaran keinginan menggapai peningkatan pendapatan keluarga melalui media internet pula.



Gambar 2. Foto Bersama Tim Penyuluh dengan Peserta

IV. Kesimpulan

Berdasarkan upaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di desa Marga Mulya ini, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat desa Marga Mulya ini membantu dalam kegiatan pemasaran mereka. Adanya edukasi manfaat pemasaran digital ini telah motivasi anggota mitra untuk memanfaatkan kegiatan pemasaran secara digital pula. Kurangnya edukasi bagi mitra tentang manfaat pemasaran *online* ini, maka perlu adanya pembinaan lebih lanjut kepada para anggota mitra.

Daftar Pustaka

- [1] Mas'ud M. Pemanfaatan teknologi sistem informasi untuk meningkatkan penjualan hasil produk UMKM logam di Kota Pasuruan. *ENGAGEMENT*. 2017;1(2):185-197.
- [2] Jinling C, Chuncan L, Tong S, Tao S. Modeling e-Commerce website quality with quality function deployment. *International Conference on e-Business Engineering*. 2009.
- [3] Hutahaean J, Mulyani N, Azhar Z. Pelatihan e-Commerce untuk meningkatkan pendapatan melalui kokedama (pelatihan daring) bagi kumpulan marga Rajagukguk. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2020;1(2):41-45.
- [4] Yap AY. Enabling e-Commerce growth through the social construction of a virtual community"s culture. *Journal of Electronic Commerce Research*. 2022;3(4):279-294.
- [5] Saputra AD, Widjaja A. Implementasi sistem penjualan online berbasis e-Commerce menggunakan business model canvas pada cosy distro. *IDEALIS*. 2019;2(5):9-15.
- [6] Irawan Y, Diana, Marlina. Optimalisasi produksi dan pemasaran aksesoris jilbab dari kain perca di Desa Tambon Baru. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2016;22(3):121 – 125.
- [7] Afifah, Suryani Y. Serundeng ubi sebagai salah satu peluang usaha dalam meningkatkan pendapatan keluarga: Studi kasus pada usaha Marisa di Kota Padang. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2016;22(3):126-130.
- [8] Sulila I. Pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas manajemen dan mutu produk pada kelompok kerajinan Karawo di Desa Bongo. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2016;22(3):96-102.
- [9] Evasar AD, Utomo YB, Ambarwati D. Pelatihan dan pemanfaatan e-Commerce sebagai media pemasaran produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. *CENDEKIA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2019;1(2):75-84.
- [10] Miyazaki AD, Fernandez A. Consumer perceptions of privacy and security risks for online shopping. *The Journal of Consumer Affairs*. 2001;35(1):27-44.