

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK MEMBERIKAN PELUANG PEMULIHAN EKONOMI MASYARAKAT KELURAHAN SIMARE-MARE

Paisal Hamid Marpaung¹⁾, Khairunnisah²⁾, Rajab Ansari³⁾

¹⁾Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

^{2,3)}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

paisal.hamid@um-tapsel.ac.id

Abstract

This study addresses the shift from conventional to Digital Marketing strategies in simare-mare, in response to pandemic-induced marketing challenges. The research explores the impact of Digital Marketing training on local agricultural promotion, emphasizing its practical significance and economic sustainability. Employing qualitative methods, this research investigates the efficacy of Digital Marketing training through direct engagement, observations, and interviews. Thematic analysis reveals insights into the transition's outcomes and practical implications. The study highlights how Digital Marketing adoption benefits rural communities reliant on agriculture, enhancing market reach and cost-effectiveness. The findings underscore its potential for similar sectors and geographies, aiding pandemic resilience and sustainable development. The research shows that Digital Marketing training empowers communities like simare mare, enabling adaptation to dynamic conditions and improved economic prospects. Embracing digital strategies becomes pivotal for rural development, contributing to practical insights into Digital Marketing's contextual relevance and fostering resilience.

Keywords: Digital marketing; Training; Science; Smart terrarium.

Abstrak

Penelitian ini membahas peralihan dari strategi Pemasaran konvensional ke Digital di kelurahan simare-mare, sebagai respons terhadap tantangan pemasaran yang disebabkan oleh pandemi. Penelitian ini mengeksplorasi dampak pelatihan Pemasaran Digital terhadap promosi pertanian lokal, dengan menekankan signifikansi praktis dan keberlanjutan ekonomi. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menyelidiki keefektifan pelatihan Pemasaran Digital melalui keterlibatan langsung, observasi, dan wawancara. Analisis tematik mengungkap wawasan mengenai hasil transisi dan implikasi praktisnya. Studi ini menyoroti bagaimana adopsi Pemasaran Digital memberikan manfaat bagi masyarakat pedesaan yang bergantung pada pertanian, meningkatkan jangkauan pasar dan efektivitas biaya. Temuan ini menggaris bawahi potensinya untuk sektor dan geografi serupa, membantu ketahanan terhadap pandemi dan pembangunan berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan Pemasaran Digital memberdayakan masyarakat seperti simare mare, memungkinkan adaptasi terhadap kondisi dinamis dan meningkatkan prospek ekonomi. Penggunaan strategi digital menjadi hal yang sangat penting bagi pembangunan pedesaan, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap wawasan praktis mengenai relevansi kontekstual Pemasaran Digital dan memupuk ketahanan.

Keywords: Pemasaran Digital, Pelatihan, Sains, Terarium Pimtar.

PENDAHULUAN

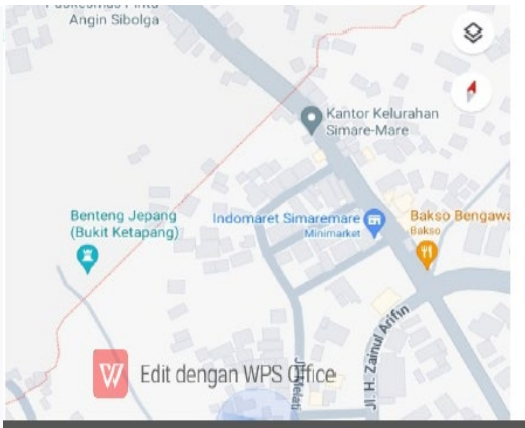
Sejak munculnya pandemi, kegiatan pemasaran di Desa Jatiwates yang menggunakan cara konvensional seperti pembuatan brosur, spanduk, pameran, dan kegiatan offline lainnya menjadi tidak efektif karena tidak adanya acara pameran dan seringnya penutupan pasar tradisional. Dampaknya, perekonomian warga Desa simare-mare, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengalami penurunan yang cukup signifikan. Untuk mengatasi permasalahan ini, desa tersebut menyadari adanya kebutuhan akan strategi pemasaran yang baru. Oleh karena itu, Pemasaran Digital kami manfaatkan untuk mendukung dan meningkatkan prospek perekonomian warga Desa simare-mare.

Pemasaran Digital adalah produk informasi berbasis teknologi yang mempromosikan produk atau layanan melalui media Internet (Eti & Bari, 2020) (Hawaldar et al., 2022). Menurut Kotler et al (2005), pemasaran mencakup peningkatan penjualan dan promosi produk dan layanan baru, branding, dan membina hubungan positif dengan pelanggan. Penerapan strategi Pemasaran Digital bermanfaat bagi produsen karena memungkinkan calon pelanggan memperoleh informasi produk yang beragam secara online (Budi et al, 2021) (Dini et al., 2023). Pemanfaatan Pemasaran Digital melalui sarana teknologi sangat relevan untuk mengembangkan badan usaha skala mikro di pedesaan, seperti Badan Usaha Milik Desa (Asriani et al., 2022) (Indriani et al., 2021). Dengan dilaksanakannya inisiatif pelatihan ini, diharapkan Komunitas menjadi mahir dalam memasarkan produknya melalui Pemasaran Digital.

METODE

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada beberapa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa simare-mare, peneliti berencana mengadakan kampanye kesadaran Pemasaran Digital dan sesi pelatihan untuk menciptakan TTG Smart Terrarium sebagai salah satu produk yang akan dipasarkan.

Dalam program pelatihan ini, pemangku UMKM di kelurahan simare-mare sepakat untuk mengikuti kampanye kesadaran Digital Marketing dan pelatihan produksi Smart Terrarium. Sebelum pelatihan Digital Marketing dilakukan penilaian kebutuhan melalui survei langsung yang melibatkan Ketua BUMDes dan pemangku UMKM di kelurahan simare-mare. Hasil observasi dan wawancara diketahui bahwa BUMDes mengoperasikan berbagai unit antara lain unit perdagangan (perlengkapan kantor), unit simpan pinjam, dan agen kredit prabayar. Produk andalan BUMDes antara lain minuman herbal jahe dan kunyit, keripik singkong, dan keripik pisang. BUMDes saat ini membutuhkan pemahaman tentang Pemasaran Digital dan menghadapi tantangan dalam memasarkan produknya. Pemangku kepentingan UMKM membutuhkan bantuan untuk memenuhi kebutuhan ekonominya akibat pandemi COVID-19. Pemangku kepentingan BUMDes dan UMKM mencari alternatif inovasi produk untuk meningkatkan prospek perekonomiannya.



Gambar 1. Peta Kelurahan Simare-mare

Berdasarkan temuan observasi, peneliti bermaksud untuk melakukan kampanye kesadaran Pemasaran Digital dan sesi pelatihan pembuatan TTG Smart Terrarium. Kegiatan kampanye dan pelatihan tersebut antara lain:

1. Kuliah dasar-dasar Pemasaran Digital kepada BUMDes dan pemangku UMKM di kelurahan simare-mare.
2. Pengenalan Internet, online marketplace, dan platform media sosial bagi warga kelurahan simare-mare sebagai alat komunikasi dan pemasaran produk masa depan.
3. Pelatihan pembuatan Produk Tepat Guna Teknologi yaitu Smart Terrarium sebagai salah satu produk yang akan dipromosikan melalui akun Digital Marketing di BUMDes simare-mare.

Setelah pelatihan, tahap selanjutnya adalah Bantuan Operasional. Tahapan ini dilakukan peneliti dan mahasiswa bekerjasama dengan BUMDes dan pemangku UMKM di kelurahan simare-mare, Kecamatan sibolga utara, kota sibolga. Pada fase ini mahasiswa

memperkenalkan berbagai platform media sosial yang cocok untuk komunikasi online dan beberapa marketplace yang akan digunakan untuk promosi dan pemasaran produk melalui akun BUMDes. Alur kerja kegiatan disajikan dalam diagram berikut.



Diagram 1. Alur Kerja

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pelibatan masyarakat yang dilakukan di kelurahan simare-mare, Kecamatan sibolga utara kota Sibolga terbilang sukses dan lancar. Adanya koordinasi, kolaborasi, dan keterlibatan masyarakat turut menyukseskan kegiatan pelibatan tersebut, sehingga memberikan kontribusi dan manfaat positif bagi warga, khususnya dalam transfer pengetahuan dan keterampilan dalam Digital Marketing serta terciptanya produk seperti Smart Terrarium. dalam lingkungan kelurahan simare-mare yang dapat dipasarkan. Sehingga inisiatif ini dapat mendukung dan meningkatkan prospek perekonomian kelurahan simare-mare. Antusiasme dan sambutan hangat dari Masyarakat sangat terpuji, dan warga juga menunjukkan dukungannya terhadap kegiatan pengabdian masyarakat di wilayahnya.



Gambar2. Kampanye kesadaran Pemasaran Digital dan sesi pelatihan pembuatan TTG Smart Terrarium sosialisasi Digital Marketing



Gambar 3. Pelatihan pembuatan Produk Tepat Guna Teknologi



Gambar 4. Foto bersama dengan perangkat desa dan masyarakat.

Proses pelaksanaan kegiatan pelibatan masyarakat ini secara keseluruhan berjalan lancar dan sukses. Komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait berjalan efektif dan kooperatif. kegiatan memenuhi kriteria dan relevansi dengan tema yang dipilih, sehingga memvalidasi kelayakan lokasi yang dipilih dan keselarasan dengan ruang lingkup. Demikian pula kampanye kesadaran Pemasaran Digital dan bimbingan teknis pembuatan Smart Terrarium yang dilakukan pada 20 Desember 2023, berhasil dilaksanakan. Partisipasi dan keterlibatan Komunitas bersifat kooperatif sehingga menghasilkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan di antara para peserta sepanjang proses keterlibatan.

Pengenalan Digital Marketing dan pelatihan pembuatan terarium membawa peningkatan signifikan dalam hal pengetahuan dan kemampuan teknis, dengan antusiasme yang tinggi dari para peserta atau masyarakat kelurahan simare-mare. Dari aspek produksi, Masyarakat menunjukkan kemampuannya dalam membuat terarium dengan menggunakan bahan lokal dari lingkungan kelurahan simare-mare dengan membuat lima terarium.

PEMBAHASAN

Studi yang disajikan menjawab tantangan yang dihadapi kelurahan simare-mare, khususnya dalam konteks kegiatan pemasaran, akibat perkembangan teknologi. Metode pemasaran konvensional seperti brosur, spanduk, dan pameran offline kehilangan efektivitasnya karena tidak adanya acara dan ditutupnya pasar tradisional, Kemunduran perekonomian yang dialami warga desa, khususnya yang bergerak di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM),

menyoroti pentingnya strategi pemasaran yang inovatif. Penelitian ini berupaya mengatasi permasalahan tersebut dengan memanfaatkan Pemasaran Digital untuk meningkatkan prospek perekonomian Masyarakat

Menurut Srividhya (2019) Bajraktari dan Ahmeti (2018), Pemasaran Digital muncul sebagai alat penting dalam lanskap saat ini, memungkinkan promosi produk dan layanan melalui media Internet. Ini memperkuat penjualan dan memfasilitasi pengenalan produk baru, branding, dan membina hubungan pelanggan (Durmaz & Akan, 2023) (Karen & Zai, 2022). Pendekatan digital ini sangat bermanfaat bagi usaha mikro berbasis pedesaan seperti Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang selama ini menghadapi tantangan pemasaran tradisional (Parks & eparks, 2020) (Saura et al., 2020). Inisiatif studi ini untuk memberikan pelatihan Pemasaran Digital dan pembuatan Smart Terrarium menunjukkan pendekatan multifaset untuk mengatasi tantangan-tantangan ini.

Penilaian kebutuhan menunjukkan bahwa baik BUMDes maupun pemangku kepentingan UMKM di Desa Jatiwates terbuka untuk menerima Pemasaran Digital dan meningkatkan pemahaman mereka. Kesenjangan pengetahuan yang teridentifikasi dalam Pemasaran Digital sejalan dengan kesulitan yang ditemukan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Kesenjangan ini merupakan peluang untuk pertumbuhan dan inovasi dalam Komunitas. Selain itu, diversifikasi produk, termasuk produk andalan seperti minuman herbal dan keripik, menunjukkan adanya potensi perluasan dan peningkatan produk.

Kampanye kesadaran Pemasaran Digital dan pelatihan produksi Smart Terrarium yang direncanakan menjanjikan dalam mendorong ekosistem ekonomi yang lebih tangguh dan sejahtera di Desa Jatiwates. Pendekatan multifaset ini bertujuan untuk memberdayakan Komunitas lokal dengan strategi pemasaran modern dan keterampilan praktis. Keberhasilan pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut, yang ditunjukkan dengan tanggapan positif, antusiasme yang tinggi, dan partisipasi aktif anggota masyarakat, mencerminkan relevansi dan pentingnya inisiatif-inisiatif tersebut.

Kesimpulannya, penelitian ini menekankan pada menjembatani kesenjangan antara pemasaran tradisional dan teknik Pemasaran Digital modern. Ini menawarkan peta jalan yang berharga bagi masyarakat pedesaan yang menghadapi tantangan ekonomi yang diperburuk oleh pandemi ini. Keberhasilan pelaksanaan inisiatif pelatihan dan respon antusias Masyarakat menunjukkan potensi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui pendekatan inovatif, memberikan manfaat bagi pengusaha perorangan dan kesejahteraan kolektif masyarakat.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program setelah selesainya Penerapan Teknologi Tepat Guna kepada Masyarakat di lapangan disajikan sebagai berikut:

1. Memberikan dukungan operasional pada akun Digital Marketing memungkinkan BUMDes memasarkan produknya melalui akun tersebut secara efektif.
2. Melakukan monitoring proses produksi terrarium untuk mengatasi kesulitan dan kesalahan jika ditemui.

KESIMPULAN

Hasil dari kampanye kesadaran Pemasaran Digital dan pelatihan produksi Terarium Cerdas telah menunjukkan peningkatan pemahaman tentang Pemasaran Digital dan kreativitas masyarakat. Hal ini dicontohkan dengan terciptanya produk Smart Terrarium baik oleh para pemangku kepentingan BUMDes maupun UMKM, serta selanjutnya pemasaran produk tersebut melalui jalur Digital Marketing. Secara keseluruhan, kampanye kesadaran Digital Marketing dan pelatihan produksi Smart Terrarium terbukti efektif dan menjadi solusi yang tepat untuk meningkatkan prospek perekonomian masyarakat.

Efektivitas ini dibuktikan dengan partisipasi antusias dan keterlibatan masyarakat yang kooperatif, sehingga menghasilkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peserta selama proses pembuatan Smart Terrarium. Setelah kampanye kesadaran Pemasaran Digital, terlihat peningkatan ketekunan Komunitas dalam mempromosikan dan menjual produk mereka melalui platform media sosial dan pasar online.

Kesimpulannya, kegiatan yang dilakukan telah berkontribusi secara efektif dalam meningkatkan pemahaman Komunitas tentang Pemasaran Digital dan memupuk potensi kreatif mereka, serta dibuktikan dengan keberhasilan pembuatan dan pemasaran produk Smart Terrarium. Pendekatan kampanye dan pelatihan yang komprehensif terbukti menjadi solusi yang tepat untuk meningkatkan kondisi perekonomian masyarakat di kelurahan simare-mare.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih diucapkan kepada

Pemerintah Kota Sibolga melalui Lurah dan Babinsa setempat. Kerjasama yang dibina ini diharapkan dapat menjadi suatu kerjasama jangka panjang yang memberikan dampak positif bagi generasi mudah di sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Asriani, A., Herdhiansyah, D., Rizka, S., & Rismawan, Y. (2022). Penerapan Digital Marketing Berbasis Facebook Pada Umkm Kerupuk Sagu.
- Bajraktari, N., & Ahmeti, A. (2018, April 9). *Application of Marketing in Interest as a Factor of Development of Enterprises in Digital Economy*.
- Budi Harto, Abdul Rozak, & Arief Yanto Rukmana. (2021). Strategi Marketing Belah DoerenMelalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*.
- Parks, E., & eparks. (2020). *Digital Marketing Proposal for Small Businesses: A Review of Digital Marketing Strategies Regarded as Best Practices for Brand Expansion*.
- Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., & Rodríguez Herráez, B. (2020). Digital Marketing for Sustainable Growth: Business Models and Online Campaigns Using Sustainable Strategies. *Sustainability*, 12(3), 1003. <https://doi.org/10.3390/su12031003>