

PENGENALAN DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI MASYARAKAT DESA MEKARMULYA KECAMATAN GARAWANGI KABUPATEN KUNINGAN PROVINSI JAWA BARAT

**Tito Sugiharto¹, Heri Herwanto², Rio Priantama³, Mohammad Irwansyah Somantri⁴,
Sepphirotul Ajiziyah⁵**

^{1, 2, 3, 4, 5} Universitas Kuningan,
tito@uniku.ac.id, heri.herwanto@uniku.ac.id, rio.priantama@uniku.ac.id,
20190810043@uniku.ac.id, 20190810125@uniku.ac.id

Abstract: Mekarmulya village is administratively one of the villages included in the Garawangi sub-district. There are several home-made food production houses that are managed independently by the Mekarmulya village community. Some home products that are managed independently by the Mekarmulya village community include Roti, Golono, and Emping. The conventional sales process has several shortcomings/weaknesses including the marketing process of traditional food products is still limited only in the Kuningan district area, the profit of the Mekarmulya village community is slightly reduced from the normal selling price due to a reduction in distribution costs. The difficulty of access for consumers from outside the Kuningan district to buy/obtain home-cooked food products from Mekarmulya village. The conventional sales process in the current era has not been able to improve the general economy of society. The specific target to be achieved in this community service activity is to increase the insight and knowledge of community members in using technology through digital marketing activities. The method of activities that will be carried out using the Lecture, Discussion and Practice method of digital marketing. The activity lasts for 3 days starting from analyzing the condition of the village and village communities, conducting seminars, and conducting training.

Keywords : Mekarmulya Village, Digital Marketing, Consumers, Technology

PENDAHULUAN

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang memiliki banyak potensi baik budaya, pariwisata, kuliner, dan olahan makanan tradisional. Setiap desa di kabupaten Kuningan memiliki berbagai macam jenis olahan makanan tradisional. Salah satu desa yang memiliki ragam olahan makanan rumah adalah desa Mekarmulya. Desa Mekarmulya adalah salah satu desa di kecamatan Kuningan, kabupaten Kuningan, wilayah ini dikepalai oleh seorang kepala desa atau kuwu. Desa Mekarmulya memiliki jumlah penduduk sebanyak 1855 terdiri dari 964 laki-laki dan 891 perempuan. Desa Mekarmulya memiliki iklim tropis dan angin muson, dengan temperatur bulanan berkisar antara 18 °C - 32 °C. Mayoritas masyarakat desa Mekarmulya memiliki pekerjaan sebagai buruh, petani, dan pedagang. Beberapa produk rumah yang dikelola oleh masyarakat Desa Mekarmulya diantaranya Roti, Golono, Emping, Rangginang, Gadung, Ketempling, Keripik Pisang, Gemblong, dan Keripik Singkong. Masyarakat Desa Mekarmulya dalam proses pemasaran produk makanan rumah masih menggunakan cara konvensional, yaitu dengan cara menjual produk langsung ke konsumen dan bekerjasama dengan toko oleh-oleh makanan tradisional.

Proses penjualan konvensional memiliki beberapa kekurangan/kelemahan diantaranya proses pemasaran produk makanan tradisional masih terbatas hanya di Kabupaten Kuningan, keuntungan masyarakat desa Mekarmulya sedikit berkurang dari harga normal penjualan karena adanya pengurangan dari biaya pendistribusian dan dipengaruhi juga oleh kondisi pandemi covid 19. Sulitnya akses konsumen dari luar

kabupaten Kuningan untuk membeli/mendapatkan produk makanan tradisional dari desa Mekarmulya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dibutuhkan sebuah inovasi pengenalan dan pemanfaatan Digital Marketing untuk Pemasaran produk olahan makanan rumahan. Dengan adanya pengenalan dan pemanfaatan Digital Marketing ini maka dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat desa Mekarmulya berupa peningkatan promosi dan pemasaran produk olahan makanan rumahan. Oleh karena itu kami melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mekarmulya dengan tema “Pengenalan dan Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Desa Mekarmulya Kecamatan Garawangi Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat”. Rumusan permasalahan bagi Pihak Mitra, yaitu Masyarakat desa Mekarmulya berkenaan dengan Pemanfaatan dan Pengenalan Digital Marketing secara lebih operasional sebagai berikut. Bagaimana memanfaatkan dan menggunakan aplikasi Digital Marketing sebagai alat bantu untuk sarana jual beli di desa Mekarmulya?. Bagaimana cara meningkatkan kemampuan masyarakat dalam penggunaan Digital Marketing?. Bagaimana meningkatkan pemahaman dalam penggunaan aplikasi Digital Marketing? Pemahaman yang dimaksud meliputi: Pemahaman Digital Marketing, Pemahaman penggunaan aplikasi Digital Marketing, Pemahaman implementasi aplikasi Digital Marketing

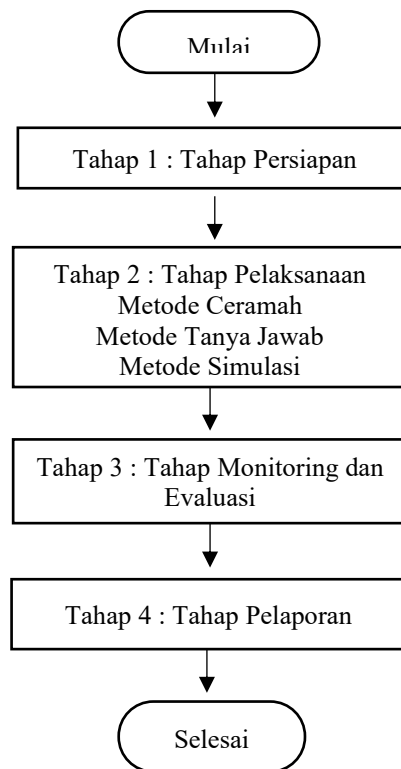
Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat desa Mekarmulya kecamatan Garawangi kabupaten Kuningan yang memiliki olahan makanan tradisional dan rumahan. Pemilihan dan penetapan sasaran pelatihan ini mempunyai pertimbangan rasional-strategis dalam kaitannya dengan upaya membantu menerapkan pengenalan dan pemanfaatan Digital Marketing dan melatih penggunaannya. Kegiatan pelatihan ini merupakan bentuk dukungan dari Program Studi Teknik Informatika S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan dalam rangka mengimplementasikan pengenalan dan pemanfaatan teknologi informasi berbasis Digital Marketing. Aplikasi pengenalan dan pemanfaatan teknologi informasi berbasis Digital Marketing ini dapat menjadi media promosi tambahan dalam rangka meningkatkan penjualan masyarakat.

Mengacu pada latar belakang permasalahan yang diajukan untuk dipecahkan maka tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: mengidentifikasi persoalan / kebutuhan masyarakat desa Mekarmulya, terkait dengan pemasaran produk dengan menggunakan Digital Marketing. Selain itu Untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat desa Mekarmulya dalam penggunaan Digital Marketing. Untuk mencoba melakukan proses jual beli produk olahan makanan rumahan dengan menggunakan teknik Digital Marketing. Memberikan dan menerapkan aplikasi Digital Marketing.

Justifikasi pengusul bersama mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut: memberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai penggunaan teknologi Informasi dalam bentuk pengenalan aplikasi Digital Marketing. menerapkan dan mengimplementasikan aplikasi Digital Marketing. Demo Aplikasi Digital Marketing untuk pemasaran produk olahan makanan rumahan

METODE

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini berupa pengenalan dan pemanfaatan Digital Marketing. Setelah diberikan pelatihan, selanjutnya mereka dibimbing untuk menerapkan hasil pelatihan dalam rangka meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi informasi berbasis Digital Marketing. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 : Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Adapun masing-masing tahapan dijelaskan sebagai berikut, 1) Tahap Persiapan, Rencana kegiatan yang akan dilaksanakan adalah melaksanakan survey, observasi, dan wawancara dengan perangkat desa. 2) Tahap Pelaksanaan, rencana kegiatan yang akan dilaksanakan adalah pemberian materi dengan rincian menggunakan metode ceramah diisi dengan pemaparan materi dari Tito Sugiharto dengan materi Pemanfaatan Digital Marketing, materi berikutnya disampaikan oleh Heri herwanto terkait Tata Cara Penggunaan Marketplace dan Media Sosial untuk berjualan. 3) Tahap Monitoring dan Evaluasi, Rencana kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu tahap monitoring dan evaluasi dilakukan kegiatan pengisian survey pelaksanaan kegiatan. 4) Tahap Pelaporan, rencana kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu penyusunan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bukti keterlaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mekarmulya.

HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Hasil karya dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mekarmulya ini adalah adanya peningkatan kemampuan pengenalan dan pemanfaatan Digital Marketing bagi masyarakat desa Mekarmulya kecamatan Garawangi.

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini kegiatan yang dilakukan dimulai dengan melaksanakan survey, observasi, dan wawancara dengan perangkat desa terkait dengan kebutuhan dan identifikasi masalah yang ada di desa Mekarmulya. Pada Gambar 2 merupakan proses pelaksanaan tahap persiapan.



Gambar 2 : Melakukan survey dan identifikasi masalah

Dari hasil tahap 1, tahap persiapan didapat data bahwa desa Mekarmulya memiliki masalah dalam hal penguasaan teknologi informasi dan masalah dalam melakukan pemasaran digital untuk produk-produk yang dibuat oleh warga masyarakat desa Mekarmulya. Oleh karena, maka desa Mekarmulya meminta untuk diadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan untuk membuka wawasan warga masyarakat dan meningkatkan penjualan produk-produk masyarakat melalui digital marketing.

Dari hasil diskusi dan wawancara maka ditentukanlah pelaksanaan pelatihan dan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari selasa, 23 November 2021 bertempat di Aula desa Mekarmulya.

Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan terdapat tiga metode kegiatan yang dilaksanakan, yaitu: metode ceramah, metode tanya jawab, metode simulasi. Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang pengenalan dan pemanfaatan Digital Marketing untuk penjualan produk olahan makanan rumahan. Pada Metode ceramah diisi dengan pemaparan materi dari Tito Sugiharto dengan materi Pemanfaatan Digital Marketing.



Gambar 3 : Materi pemanfaatan digital marketing

Materi berikutnya disampaikan oleh Heri herwanto terkait Tata Cara Penggunaan Marketplace dan Media Sosial untuk berjualan. Dengan pemberian materi ini peserta sangat antusias untuk mencoba memasarkan dan mempromosikan usahanya menggunakan marketplace dan digital marketing.



Gambar 4 : Materi tata cara penggunaan marketplace dan media social

Dalam tahap pelaksanaan seluruh tim bekerja sesuai dengan tugas dan fungsinya, untuk mencatat notulensi kegiatan dilakukan oleh Rio Priantama. Sementara itu untuk pemasangan peralatan dilakukan oleh dua orang mahasiswa yaitu Mohammad Irwansyah Somantri, Sepphirotul Ajiziyah.

Setelah pemaparan materi dilakukan selanjutnya dilakukan metode Tanya jawab dan simulasi. Dalam metode tanya jawab ini sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tema pelatihan maupun saat mempraktekkannya, Metode ini memungkinkan peseta menggali pengetahuan sebanyak-banyaknya tentang pengenalan dan pemanfaatan teknologi informasi berbasis web. Sedangkan metode simulasi ini dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada para peserta pelatihan untuk mempraktekan materi pelatihan yang diperoleh. Harapannya, peserta pelatihan akan benar-benar menguasai materi pelatihan yang diterima, mengetahui tingkat kemampuannya dalam menerapkan Digital Marketing dan kemudian mengidentifikasi kesulitan-kesulitan (jika masih ada) untuk kemudian dipecahkan atau ditemukan solusinya.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Pada tahapan ke 3 yaitu tahap monitoring dan evaluasi dilakukan kegiatan pengisian survey pelaksanaan kegiatan. Dari hasil survey didapatkan hasil sebanyak 90% peserta merasa sangat puas dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mekarmulya ini. Masyarakat berharap kegiatan pengabdian ini dapat dilakukan dengan jadwal yang ritun setiap bulannya.

Tahap Pelaporan

Pada tahap ke 4 yaitu tahap pelaporan dilakukan kegiatan penyusunan laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bukti keterlaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mekarmulya.



Gambar 5 : Diskusi dan penyusunan laporan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sudah menjadi solusi untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan terkait pemasaran produk olahan makanan rumahan yang ada di masyarakat desa Mekarmulya. Solusi permasalahan yang ada pada Mitra dari program kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut, 1) Meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi khususnya untuk Digital Marketing melalui seminar dan praktek. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi informasi (TI) telah menjadi kebutuhan sekaligus persyaratan bagi organisasi dalam menjalankan bisnisnya. Kehadiran teknologi informasi menjadi sesuatu yang penting bagi organisasi. Oleh sebab itu diharapkan setiap organisasi yang ingin maju dan berkembang memiliki sumber daya manusia yang memahami dan menguasai teknologi informasi. Perkembangan dunia digital saat ini berkembang dengan sangat cepat dan pesat. Hal ini berpengaruh terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk bidang pemasaran. Diperlukan inovasi, wawasan, dan pengetahuan di dalam bidang pemasaran untuk melakukan kegiatan pemasaran di era digital atau sering disebut juga Digital Marketing.



Gambar 6 : Peserta kegiatan

2) Meningkatkan kemampuan dalam penggunaan media Digital Marketing dalam rangka meningkatkan penjualan produk olahan makanan rumahan desa Mekarmulya. 3) Memberikan stimulus untuk proses penerapan teknologi informasi bidang Digital Marketing.



Gambar 7 : Bidang digital marketing

Target yang dihasilkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut: peningkatan penerapan IPTEK di masyarakat desa Mekarmulya dalam bentuk penguasaan Digital Marketing. Selain itu meningkatkan pemahaman dalam penggunaan aplikasi Digital Marketing. Kemudian target berikutnya meningkatkan

kemampuan dalam penggunaan aplikasi Digital Marketing, kemampuan yang dimaksud meliputi: Kemampuan instalasi aplikasi Digital Marketing, kemampuan penggunaan aplikasi Digital Marketing, kemampuan implementasi aplikasi Digital Marketing. Target lainnya yang diharapkan bagi tim pengusul ini adalah sebagai bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dan sebagai bentuk rasa kepedulian kepada pemberdayaan masyarakat. Luaran lainnya adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal pengabdian kepada masyarakat yang terindeks Sinta.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan wawasan dan pengetahuan tentang digital marketing. Dimana Digital marketing adalah suatu aktivitas promosi, baik untuk mempromosikan sebuah brand, produk maupun jasa menggunakan media digital. Digital marketing adalah upaya pemasaran produk dengan media digital dan jaringan internet. Seperti Google Bisnisku, WhatsApp Bisnis, website, dan platform lainnya. Manfaat dari adanya digital marketing diantaranya adalah: Fleksibel digunakan semua jenis bisnis yang ingin beralih ke online. Apalagi tersedia beragam media digital marketing dari yang gratis hingga berbayar; mampu menjangkau konsumen secara personal sesuai dengan customer journey atau kesiapan untuk membeli; Lebih mudah mengukur keberhasilan strategi, mengingat tools digital marketing menyediakan metrik performa iklan; Memaksimalkan tingkat konversi karena digital marketing mampu melemparkan promosi ke target audiens spesifik. Mudah menjangkau target pasar yang lebih luas hingga ke milyaran pengguna internet di seluruh dunia; Sekitar 70% orang lebih suka memakai internet untuk mencari tahu produk daripada iklan tradisional;



Gambar 8 : Strategi digital marketing

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Mekarmulya kecamatan Garawangi Kabupaten Kuningan adalah meningkatnya kompetensi penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi bagi masyarakat desa Mekarmulya dalam bidang digital marketing. Pelatihan dapat berjalan dengan baik dan mendapat dukungan dari Desa. Hasil survey menyatakan bahwa 90% peserta merasa sangat puas dengan diadakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Meningkatkan kemampuan dalam penggunaan aplikasi Digital Marketing, marketplace, dan media sosial.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya kepada Kepala Desa Mekarmulya dan perangkat desanya, kepada masyarakat di Desa Mekarmulya,

Rektor Universitas Kuningan, Ketua LPPM Universitas Kuningan, Dekan Fakultas Ilmu Komputer. Semoga dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan berkesinambungan dan diterima banyak pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Sadana Devica.2020. PELATIHAN INTERNET BANKING DAN MOBILE BANKING BAGI GURU PEMASARAN SERTA PELAKU UKM DI WILAYAH SURABAYA. PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat, 2020, Vol.5, No.1
- Tito Sugiharto. 2016. Rancang Bangun Pengembangan Aplikasi Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Multimedia Interaktif. JEJARING:Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika. Vol.01. No.01 Tahun 2016.
- Suwari Akhmaddhian dan Erga Yuhandra. 2018. Bantuan Hukum Bagi Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Di Desa Mancagar Kabupaten Kuningan, Indonesia. Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat, e-ISSN 2598-2052 Vol. 01 Nomor 01. 2018.72-78.
- Asep Jejen. 2021. Pengenalan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis Web Bagi Masyarakat Desa Cibinuang, Kuningan Provinsi Jawa Barat. Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat, e-ISSN 2598-2052 Vol.04 No.01 Tahun 2021
- Nursyamsu, Roni, et al. DAN PEMBUATAN PROGRAM KERJA PADA ORGANISASI PEMUDA DESA CIBINUANG , KABUPATEN KUNINGAN. 2018, pp. 37–44.