

## **PENYULUHAN STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN DI DESA LEMBUNG TIMUR**

**Nurul Qamariyah<sup>\*1</sup>, Rina Ardiyanti<sup>2</sup>, Samaniyah<sup>3</sup>, Enni Mutiati<sup>4</sup>**

<sup>1-4</sup> Fakultas MIPA Institut Sains dan Teknologi Annuqayah  
Email: [\\*1qnurul829@gamil.com](mailto:*1qnurul829@gamil.com).

**Abstrak.** Penyuluhan kegiatan tentang strategi digital marketing ini dilaksanakan oleh Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam pengabdian pada masyarakat di Desa Lembung Timur untuk membantu mengatasi masalah sumber daya masyarakat (SDM) Desa Lembung Timur, yaitu kurangnya wawasan masyarakat tentang kewirausahaan. Oleh karena itu, penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan di Desa Lembung Timur. Metode pelaksanaan kegiatan berupa penyuluhan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi langsung dan kuesioner. Berdasarkan hasil analisis jawaban kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang kurang baik mengenai kewirausahaan. Akan tetapi, setelah dilakukan penyuluhan terdapat peningkatan pengetahuan dan minat masyarakat dalam melakukan wirausaha dan setuju tentang pentingnya berwirausaha serta tergerak untuk melakukan berwirausaha.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Lembung Timur, Penyuluhan

### **I. PENDAHULUAN**

Di era globalisasi saat ini, dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sudah banyak kegiatan manusia yang termudahkan dengan adanya alat teknologi, bukan hanya untuk bertukar informasi, namun dalam perkembangannya, teknologi juga digunakan untuk memajukan dunia bisnis atau berwirausaha. Menurut Nilma, Nuzulah, & Mardika, (2020), dalam Drajat (2005). Pengungkapkan pengertian dari wirausaha adalah usaha atau bisnis yang selalu berusaha memindahkan sumberdaya ekonomi dari yang tidak produktif ke wilayah yang lebih produktif untuk memperoleh hasil yang lebih besar dan semakin besar. Menurut Langga & Se, (2022) dalam Thomas (2005) menganggap kewirausahaan sebagai proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mengejar peluang yang ditemui orang dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Andayani (2020), entrepreneur (DN) adalah seseorang yang berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai hal. Maka karena itu, wirausahawan sebagai orang yang punya usaha pasti mempunya strategi-strategi untuk meningkatkan keuntungan dan untuk mencari peluang yang ada serta berani terhadap risiko apapun. Diantara hal yang harus dilakukan oleh wirausahawan dalam pemasaran, yaitu bagaimana strategi memasarkan produk/jasa agar dikenal oleh orang, bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan setelah dikenal dan bagaimana solusi agar produk yang dijual laku. Saat ini pemasaran bisa dilakukan tanpa perlu tatap muka, dengan kecanggihan teknologi pemasaran bisa dilakukan jarak jauh menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, instagram dan juga aplikasi tiktok yang sudah digunakan untuk pemasaran produk. Pemasaran ini disebut dengan pemasaran online atau digital marketing. Pemasaran online merupakan salah satu strategi yang tepat untuk meningkatkan suatu produk (Hamid, Zubaedah, Irawan, & Nurselvy, 2021). Pemasaran digital ini harus dilakukan untuk memudahkan agen UMKM meningkatkan penjualan produk. Menurut (Wibowo, Arifin, & Sunarti, 2015) dalam Chandra (2002: 93), strategi pemasaran adalah rencana yang menggambarkan ekspektasi perusahaan mengenai dampak dari berbagai kegiatan

atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk perusahaan di target pasar tertentu. Alasan perlunya strategi pemasaran adalah semakin ketatnya persaingan yang dihadapi oleh pelaku usaha pada umumnya, Wibowo, Arifin dan Sunarti, (2015).

- 1) Strategi pemasaran dengan menggunakan digital marketing dapat diimplementasikan dengan cara sebagai berikut Ariyanto, Aris; Wongso, Feri; Wijoyo, Hadion; Indrawan, Irjus; Musnaini; Akbar, Mada Faisal; Anggraini, Nia; Suherman; Suryanti; Ryana Devi, Wiara Sanchia Grafita, (2021):
- 2) Penggunaan Digital Advertising
- 3) Digital advertising adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha dengan cara beriklan di media digital internet dengan tujuan menjangkau calon pelanggan sesuai dengan tujuan yang luas dan cepat. Media periklanan yang umum digunakan adalah search engine Google, Youtube, Facebook, Instagram, dll. Menggunakan media sosial Jualan menggunakan media sosial adalah langkah yang tepat untuk UMKM karena tidak membutuhkan biaya yang besar. Pemasaran dengan media sosial juga strategi yang tepat untuk pemasaran produk.
- 4) Memanfaatkan market place

Semakin banyaknya marketplace dapat memberikan peluang bagi pelaku usaha, khususnya UMKM. Marketplace memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis, seperti semakin pecayanya konsumen kepada pelaku bisnis dengan kata lain konsumen tidak takut dibohongi. Selain itu, keuntungannya juga produk yang kita pasarkan di marketplace dapat dikenal banyak orang.

Manfaat adanya pemasaran online diantaranya adalah mudah dan efisien, tidak terbatas oleh waktu, menjangkau pasar yang lebih luas, biaya pemasaran relatif rendah dibandingkan biaya pemasaran offline, dan memudahkan pengusaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen Retnosari, et al., (2017).

Desa lembung Timur tidak memanfaatkan digital marketing dengan baik, sehingga perlu dilakukan penyuluhan strategi digital marketing untuk meningkatkan omset penjualan. Meningkatkan omset penjualan akan memperbaiki ekonomi masyarakat Desa lembung Timur.

## II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2022 bertempat di Balai Desa Lembung Timur dengan target peserta UMKM Lembung Timur dan generasi penerus (siswa) perwakilan dari sekolah SMK dan SMPI Al-Ittihad Desa Lembung Timur. Dalam kegiatan penyuluhan ini penyampaian materi dilakukan dengan menampilkan power point dengan metode ceramah, yaitu metode yang digunakan untuk memaparkan materi yang telah disusun oleh pemateri, yaitu Bapak Ach Haris Abdi Manaf, M.P. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi langsung dan kuesioner. Evaluasi kegiatan dengan melakukan analisis hasil pre-test dan post-test.

Adapun materi penyuluhan yang telah disusun oleh penyaji meliputi:

- 1) Media sosial yang dapat dilakukan pada strategi digital marketing atau pemasaran online
- 2) Pengenalan 3 temperature market dan strategi apa yang dapat dilakukan pada ketiga temperarure market tersebut
- 3) Aplikasi media sosial yang dapat digunakan dalam pemasaran dan cara melakukan promosi online untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini pemateri menggunakan aplikasi facebook dan instragram

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Aktivitas**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan strategi digital marketing untuk meningkatkan omset penjualan di Desa Lembung Timur ini dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2022 pukul 09.30 WIB – 11.30 WIB di Balai Desa Lembung Timur. Kegiatan diikuti oleh 23 peserta yang meliputi pelaku UMKM dan siswa SMP dan SMK Al-Ittihad serta perwakilan aparat desa.



**Gambar 1: Proses Pemaparan Materi Penyuluhan**

Hasil kuesioner pre-test dan post-test menunjukkan sebagian besar peserta yang hadir kurang mengetahui tentang berwirausaha, sehingga dengan adanya penyuluhan mampu mengingkatkan pengetahuan dan minat berwirausaha dengan baik.



**Gambar 2: Pengisian Pre-Test dan Post-test Oleh Peserta.**

Aparat desa dan masyarakat sangat antusiam dalam mengikuti penyuluhan tersebut, karena membantu pemberdayaan masyarakat Desa Lembung Timur. Sambutan oleh Bapak Madini selaku sekretaris desa beliau mengharapkan UMKM di Desa Lembung Timur dapat menambah wawasan dan mampu meningkatkan omset penjualannya dan bagi para penerus (siswa) Desa Lembung Timur dapat memberikan perubahan yang baik untuk kedepannya. Setelah sambutan oleh Bapak Madini dilanjutkan ke pemberian materi oleh Bapak Ach Haris Abdi Manaf, M. P. Penyampaian materi dilakukan dengan media power point dan materi diawali dengan pengenalan media sosial yang dapat dijadikan media untuk pemasaran online, dilanjutkan pengenalan 3 temperature market dan strategi yang digunakan, kemudian media sosial yang digunakan sebagai contoh untuk pemasaran online adalah facebook dan instagram. Pemateri menjelaskan secara detail terkait facebook dan instagram meliputi manfaat dari facebook itu sendiri, alasan memilih facebook sebagai pemasaran online, dan menampilkan foto tempat yang bisa dijadikan pemasaran dalam facebook, strategi menarik konsumen, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Pada sesi terakhir pemateri menyampaikan inti dari seorang pembisnis atau wirausahawan adalah memiliki niat dan ilmu. Setelah materi

selesai, maka dilakukan sesi tanya jawab, penyerahan kenang-kenangan kepada pemateri, dan foto bersama.



**Gambar 1: Pemberian Kenang-Kenangan Kepada Penyaji Penyuluhan 2022**



**Gambar 2: Peserta Peyuluhan Bersama Penyaji, Apel, Dan Mahasiswa KKN**

### **B. Penyelesaian Masalah**

Kendala yang dihadapi saat penyuluhan adalah peserta tidak hadir tepat waktu sesuai yang telah ditetapkan, sehingga acara mundur sekitar 30 menit namun acara tetap berlangsung dengan baik.

### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan strategi digital marketing ini dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terutama wirausahawan di Desa Lembung Timur, sehingga dengan adanya penyuluhan ini diharapkan dapat menambah omzet penjualan serta minat pelaku UMKM dan penerus (siswa) untuk berwirausaha dengan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, M. (2020). Penyuluhan Motivasi Kewirausahaan Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat , 02 (01), 41-44.
- Ariyanto, Aris; Wongso, Fery; Wijoyo, Hadion; Indrawan, Irjus; Musnaini; Akbar, Mada Faisal; Anggraini, Nia; Suherman; Suryanti; Ryana Devi, Wiara Sanchia Grafita. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi. Selayo, Kubung, Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Friadi, J., Agestira, D., Rumayar, M. A., & Dewiwin, N. (2022). Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM. JPB , 04 (01), 71-77.
- Hamid, A. A., Zubaedah, L. M., Irawan, A., & Nurselvy. (2021). Penyuluhan Strategi Pemasaran Online Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Dikelurahan Cinangka, Kecamatan Sawangan,. ABADIMAS , 02 (03), 46-53.
- Langga, L., & Se, H. (2022). Pelatihan Manajemen Kewirausahaan Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Kota Baru Kabupaten Ende. Pesona , 06 (1), 48-54.
- Nilma, Nuzulah, R., & Mardika, P. D. (2020). Penyuluhan Tentang Kewirausahaan Melalui Media Sosial Kepada Ibu-Ibu Pkk Di Wilayah Kelurahan Abadijaya, Sukamaja, Depok:. Jurnal PKM:Pengabdian kepada Masyarakat , 03 (01), 101-106.
- Retnosari, I. E., Faridah, N., Febrianto, M. A., Indrawati, R., Bachtiar, A. L., Lestari, A. I., et al. (2017). Workshop Pemasaran Online Mahasiswa Kkn-Ppm Universitas Pgri Adi Buana Surabaya Desa Bulang Prambon Sidoarjo. ABADIMAS ADI BUANA , 01 (01), 35-42.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing. Jurnal Administrasi Bisnis , 29 (01), 59-66.