

SOSIALISASI STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UMKM SEBLAK DI DESA RIDOGALIH

1Putri Octavia, 2Yayan Alpian

1Manajemen, 2Pendidikan Guru Sekolah Dasar

Universitas buana perjuangan karawang,prodi manajemen,fakultas ekonomi dan bisnis, Email:

mn21.putrisusanto@mhs.ubpkarawang.ac.id , yayan.alpian@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat bertujuan untuk mengevaluasi proses sosialisasi strategi digital marketing pada umkm di Desa Ridogalih. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan internet, digital marketing telah menjadi salah satu aspek penting dalam dunia bisnis. Sosialisasi ini penting untuk memberikan pemahaman awal kepada siswa tentang bagaimana strategi digital marketing dapat diterapkan, serta bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk keperluan pemasaran. Metode pengabdian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Partisipan pengabdian masyarakat meliputi berbagai kalangan, serta beberapa pengajar dan praktisi digital marketing. Hasil yang menunjukkan bahwa sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep dasar digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, SEO (Search Engine Optimization), dan iklan digital. Selain itu, siswa juga menunjukkan peningkatan keterampilan dalam merancang strategi pemasaran digital sederhana

Kata kunci: Strategi digital marketing, UMKM, desa ridogalih

ABSTRAC

The community service program aims to evaluate the process of socializing digital marketing strategies to umkm in Ridogalih Village. With the rapid development of technology and the internet, digital marketing has become an important aspect in the business world. This socialization is important to provide public with an initial understanding of how digital marketing strategies can be implemented, as well as how digital technology can be utilized for

marketing purposes. The service method used is a qualitative descriptive approach, with data collection through interviews, observation and documentation studies. Community service participants include various groups, as well as several teachers and digital marketing practitioners. The results show that this socialization was successful in increasing students' understanding of the basic concepts of digital marketing, including the use of social media, SEO (Search Engine Optimization), and digital advertising. Additionally, students also demonstrate improved skills in designing simple digital marketing strategies.

Keywords: *Digital marketing strategy, UMKM, Ridogalih village*

PENDAHULUAN

Program pengabdian masyarakat adalah mata kuliah lapangan yang mengembangkan soft skill mahasiswa dalam hal hidup bermasyarakat, berorganisasi, berhubungan dengan orang/organisasi lain, mengelola sumber daya, mengelola perbedaan, membangun empati dan kepedulian terhadap masyarakat, merumuskan rencana dan melaksanakan kegiatan dalam kelompok maupun mandiri, untuk memberdayakan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam era digital, digital marketing menjadi semakin penting bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas pemasaran. Karena saat ini, masyarakat semakin bergantung pada teknologi digital dan internet, sehingga perusahaan harus dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan tren yang ada. Digital marketing juga memungkinkan perusahaan untuk mencapai target pasar dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan televisi, iklan koran, atau iklan billboard. Di era digital saat ini, digital marketing juga semakin terintegrasi dengan teknologi seperti artificial intelligence, big data, dan blockchain. Perusahaan dapat menggunakan teknologi ini untuk mengumpulkan data yang lebih detail mengenai perilaku konsumen dan preferensi mereka, sehingga dapat menyusun kampanye pemasaran yang lebih efektif dan relevan. Menurut Ridwan Sanjaya & Joshua Tarigan (2009:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, web site, email, adwords, ataupun jejaring social. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet. Adapun teori dari Digital Marketing, adalah :1. Content Marketing (Pemasaran Konten)

menurut Kotler, Content Marketing adalah sebuah cara menjangkau hubungan dan mempertahankan pelanggan lewat konten-konten yang berbasis kepentingan pelanggan. 2. Search Engine Marketing (Teknik Pemasaran Produk) menurut Rhoni Rhodin, Search Engine Marketing adalah sebuah cara mencari informasi produk melalui search engine atau mesin pencari dengan mengetikkan kata atau produk yang akan dibeli. 3. Social Media Strategy (Strategi Sosial Media) menurut Salmiah, Social Media Strategy adalah sebuah cara memasarkan produk melalui media social, seperti blog, facebook, twitter, dan lain-lain. 4. Konsep Pull (Menarik) menurut Kotler, konsep pull adalah konsep yang menjelaskan bahwa konsumenlah yang aktif dalam pencarian informasi ataupun lainnya mengenai produk yang ingin dibelinya tersebut. 5. Konsep Push (Dorong) menurut merupakan konsep komunikasi yang dilakukan oleh pemasar kepada calon customer atau customer bisa melalui email, SMS atau RSS. Digital marketing merupakan perwujudan dari penerapan, penggunaan atau pemanfaatan dari teknologi dalam proses pemasaran, yang terjadi dengan beberapa tahapan sebagai berikut: 1) teknologi baru muncul dan mulai digunakan; 2) teknologi mulai dikenal dan diprioritaskan dalam dunia pemasaran; 3) para pemasar yang inovatif melakukan eskplorasi dan terobosan untuk dapat meningkatkan fungsi atau daya guna dari teknologi dalam mencapai target jangkauan pemasaran; 4) teknologi menjadi strategi utama dan diadposi sebagai standar praktik pemasaran (Ryan, 2014). Digital marketing adalah serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan secara online atau melalui internet. Digital marketing menggunakan berbagai platform digital untuk mempromosikan produk atau jasa kepada target pasar yang dituju. Platform digital yang umum digunakan dalam digital marketing antara lain adalah website, media sosial, email, mobile apps, search engines, dan lain sebagainya. Digital marketing juga memanfaatkan data dan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan mengukur kinerja kampanye secara lebih akurat. Digital marketing bukan konsep yang berfokus pada teknologi, namun kepada pemasar, yaitu bagaimana penggunaan teknologi dalam membangun hubungan dengan pelanggan untuk membangun dan secara signifikan meningkatkan penjualan (Ryan, 2014). Secara sederhana terdapat dua jenis karakteristik bisnis yang harus dikenali dalam menentukan untuk menggunakan digital marketing, yaitu (Ryan, 2014): 1. Mengenali karakteristik pelanggan/calon pelanggan. Dalam hal ini, terdapat dua jenis

karakteristik pelanggan, yaitu pelanggan yang telah aktif dalam kegiatan online, atau pelanggan yang akan aktif dalam kegiatan online. Jika pelanggan adalah pihak yang menggunakan teknologi digital dalam mencari atau membeli produk dan jasa yang ditawarkan, maka penggunaan digital marketing adalah sebuah pilihan terbaik. 2. Mengenali kesesuaian karakteristik produk/ jasa/merek dengan digital marketing. 3. Identifikasi pelanggan, 4. Identifikasi target bisnis, 5. Identifikasi progress.

METODE

Tempat dan Waktu: Kegiatan dilaksanakan di MTS Baiturrahman melalui pertemuan secara luring (tatap muka). Waktu pelaksanaan pengabdian dilakukan pada tanggal 01 Agustus 2024. **Khalayak Sasaran:** Pelatihan dihadiri oleh siswa di MTS Baiturrahman yang berlokasi di Desa Ridogalih kecamatan Cibusah Kabupaten Bekasi. **Metode Pengabdian:** metode yang digunakan dengan pola program kemitraan ini dilaksanakan dengan metode strategi marketing yang diselenggarakan secara langsung menggunakan metode klasikal dengan pendekatan ceramah (pemaparan materi), dan diskusi agar materi dapat diterima oleh peserta/mitra dengan baik. Jenis aktivitas yang akan dilakukan dalam rangkaian kegiatan ini meliputi: a. Identifikasi dan penetapan target peserta b. Identifikasi kebutuhan c. Pelaksanaan kegiatan d. Evaluasi kegiatan. **Indikator Keberhasilan:** Keberhasilan program kemitraan ini dinilai berdasarkan tingkat pemahaman dan penguasaan peserta siswa terhadap materi yang disampaikan oleh narasumber. Selain itu juga dilihat dari antusiasme peserta melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dan penilaian kepuasan peserta terhadap keberlangsungan acara. **Metode Evaluasi:** Evaluasi kegiatan diselenggarakan melalui pengisian google form yang berisi pertanyaan, kritik dan saran dari peserta. Selain itu juga dilihat dari aktifnya peserta dalam mengikuti kegiatan workshop tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan melibatkan mahasiswa untuk menjadi salah satu narasumber dalam kegiatan yang dikemas secara workshop. Pelibatan

mahasiswa dimaksudkan untuk menumbuh kembangkan kompetensi mahasiswa dalam hal berinteraksi dan mengembangkan kemampuannya dalam penyampaian materi di depan umum secara akademis tentang bagaimana pentingnya strategi digital marketing bagi siswa MTS.

Kegiatan yang dikemas secara workshop ini diharapkan dapat memotivasi dan menumbuhkan kesadaran bagi para guru, orang tua dan siswa MTS Baiturrahman Desa Ridogalih Kecamatan Cibusah Kabupaten Bekasi akan pentingnya bagaimana memperhatikan dan meningkatkan strategi digital marketing. Siswa menunjukkan partisipasi aktif selama sosialisasi berlangsung. Mereka sangat antusias untuk belajar mengenai konsep dasar digital marketing, seperti penggunaan media sosial, SEO (Search Engine Optimization), serta pentingnya branding dalam dunia digital. Sebagian besar siswa mampu memahami materi yang disampaikan dengan baik. Mereka bisa mengidentifikasi berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk marketing dan memahami cara kerja dasar dari strategi digital tersebut. Selain teori, siswa juga diajarkan keterampilan praktis seperti membuat akun bisnis di media sosial, menulis konten promosi, dan melakukan analisis sederhana terhadap hasil kampanye digital. Kelebihan dan Kelemahan Digital Marketing Berikut adalah beberapa kelebihan dan kelemahan digital marketing sebagai berikut:

Kelebihan: 1. Pemasaran digital lebih mudah, terjangkau, efektif dan efisien dengan umpan balik instan melalui proses interaktif, 2. Dapat melihat dan memposting iklan Anda segera dengan mengirimkan pesan melalui dispatch. Pemasaran digital memudahkan bisnis untuk mengikuti perkembangan pemasaran dengan mengamati reaksi konsumen, 3. Terdapat berbagai macam cara untuk memudahkan konsumen dalam mencari informasi yang mereka butuhkan tentang suatu produk yang ditawarkan sebelum memutuskan untuk membelinya.

Kelemahan: 1. Karena banyaknya kompetitor, sangat mudah untuk ditiru dari segi bentuk, jenis, kualitas produk, dll. 2. Jika iklan yang ditawarkan kurang menarik bagi konsumen dan tidak sesuai dengan produk yang akan ditawarkan maka akan sulit untuk menarik perhatian konsumen. 3. Cenderung mengandalkan teknologi yang ada. Dampak Digital Marketing saat ini, digital marketing sudah menjadi bagian dari masyarakat. Orang-orang sebelumnya tidak tertarik terhadap digital marketing kini mulai melirik bidang ini sebagai media dalam aktifitas bisnis. Di zaman sekarang ini, sangat mudah untuk mencurigai seseorang tanpa

akun media sosial. Dampak dari digital marketing sendiri di antaranya: 1) Menurunnya loyalitas konsumen terhadap suatu merek. 2) Konsumen dan word of mouth. 3) Penilaian konsumen sekarang lebih kompleks. 4) Toleransi konsumen turun. 5) Hilangnya rasa takut untuk mencoba.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sosialisasi strategi digital marketing kepada siswa MTs Baiturrahman di Desa Ridogalih memiliki dampak positif dalam meningkatkan pemahaman siswa tentang pentingnya pemasaran digital di era modern. Program ini memberikan wawasan tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta cara memanfaatkan platform digital untuk promosi. Selain itu, siswa juga diajarkan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan potensi usaha, yang sangat relevan dalam menghadapi persaingan global dan transformasi digital. Melalui kegiatan ini, siswa menjadi lebih sadar akan peluang bisnis online dan cara mengoptimalkan teknologi untuk mendapatkan keuntungan. Pengetahuan yang mereka peroleh dapat membantu mereka dalam mengembangkan keterampilan praktis yang berguna di masa depan, baik untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi maupun dalam memulai usaha mandiri.

Saran Pendampingan Berkelanjutan: Agar ilmu yang telah diberikan tidak hilang begitu saja, sebaiknya dilakukan pendampingan secara berkala. Para siswa perlu bimbingan lebih lanjut dalam menerapkan strategi digital marketing yang telah dipelajari.

Pengembangan Materi Praktek: Selain teori, penting untuk meningkatkan sesi praktik, misalnya dengan membuat proyek-proyek kecil yang bisa diterapkan langsung oleh siswa. Hal ini akan memberikan pengalaman nyata dan memperkuat pemahaman mereka tentang konsep digital marketing.

Kolaborasi dengan Pelaku Usaha Lokal: Untuk memberikan pengalaman langsung, sosialisasi ini bisa melibatkan pelaku usaha lokal di Desa Ridogalih. Siswa dapat mempraktikkan strategi digital marketing dengan membantu mempromosikan produk atau jasa dari usaha lokal.

Pemanfaatan Platform Lokal: Mengingat karakteristik desa, ada baiknya juga disosialisasikan tentang platform digital yang relevan dan mudah diakses oleh masyarakat setempat, seperti media sosial lokal atau aplikasi yang populer di lingkungan pedesaan.

Integrasi dengan Kurikulum Sekolah: Jika memungkinkan, strategi digital marketing ini bisa diintegrasikan ke dalam kurikulum sekolah sebagai bagian dari pelajaran teknologi informasi atau kewirausahaan. Ini akan memberikan landasan yang kuat bagi siswa dalam memahami perkembangan dunia digital di bidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Billah, Intan Indana. Pengaruh digital marketing terhadap permintaan gadai dengan mediasi perilaku konsumen pada Erah. id Malang. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020

Regina, A.N., Sherine dan Uun R., (2020). Penerapan Strategi Online Marketing UMKM Pada Era Normal Baru

https://books.google.co.id/books/about/Digital_Marketing_Strategy.html?id=tfpfQgAA
CAAJ&redir_esc=y