

SOSIALISASI PENGENALAN PERANAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU USAHA DI DESA SUKAMULYA

Nita Martien1, Fathurohman2

Program Studi Manajemen, Program Studi Teknik Industri

Mn21.nitamartien@mhs.ubpkarawang.ac.id1, fathurohman@ubpkarawang.ac.id2

Abstrak

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan digital marketing kepada pelaku usaha di Desa Sukamulya. Dalam menghadapi persaingan di era digital, penggunaan digital marketing menjadi sangat penting sebagai strategi pemasaran yang efektif. Program yang diselenggarakan oleh TIM KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang ini memberikan wawasan kepada pelaku usaha mengenai pemanfaatan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kegiatan tersebut mencakup penyampaian materi tentang manfaat digital marketing serta diskusi untuk mengevaluasi pemahaman peserta. Hasilnya, para pelaku usaha menunjukkan pemahaman yang lebih baik terkait pentingnya digital marketing dalam memajukan bisnis. Dengan penerapan strategi yang tepat, pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing. Namun, tantangan seperti kurangnya literasi digital dan keterbatasan akses infrastruktur tetap perlu diatasi untuk hasil yang maksimal.

Kata Kunci : KKN, Digital Marketing, Desa Sukamulya

Abstract

This socialization activity aims to introduce digital marketing to business people in Sukamulya Village. In the face of competition in the digital age, the use of digital marketing has become very important as an effective marketing strategy. This program organized by KKN Team Universitas Buana Perjuangan Karawang provides insight to business players on the utilization of digital platforms to expand the market and increase sales. The activity includes the presentation of materials on the benefits of digital marketing as well as discussions to evaluate participants' understanding. As a result, the entrepreneurs showed a better understanding of the importance of digital marketing in advancing business. With the implementation of the right strategy, business operators are expected to increase revenues and competitiveness. However, challenges such as lack of digital literacy and limited infrastructure access still need to be addressed for maximum results.

Keywords : KKN, Digital Marketing, Sukamulya Village

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar dalam banyak aspek kehidupan manusia, termasuk dunia bisnis. Pelaku usaha dituntut harus menggunakan teknologi digital, terutama dalam bidang marketing, agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Digital marketing menawarkan banyak peluang bagi bisnis, terutama bagi mereka yang memiliki sumber daya terbatas. Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang telah menjadi semakin populer di era digital saat ini. Digital marketing menggunakan teknologi digital seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile untuk mempromosikan produk atau layanan dan menjangkau konsumen yang lebih luas. (Sari et al., 2023) Program pengabdian yang akan dilaksanakan akan berfokus pada pengenalan digital marketing kepada pelaku usaha. Karena digital marketing merupakan salah satu kunci para pelaku untuk memasarkan produk mereka secara luas melalui media digital, pengenalan digital marketing ini sangat penting untuk dilakukan. Kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas memungkinkan para pelaku usaha untuk memperoleh lebih banyak pelanggan potensial. Dengan demikian, pelaku usaha harus sudah dapat mengimplementasikan digital marketing untuk memaksimalkan pemasaran produk. Program pengabdian ini membantu pelaku usaha belajar tentang pentingnya digital marketing untuk pemasaran produk dan meningkatkan penjualan. Dengan digital marketing para pelaku usaha dapat menjangkau pelanggan dengan jangkauan yang lebih luas dan bahkan di seluruh dunia. Pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan mereka dengan menggunakan platform digital dengan strategi digital marketing yang tepat. Diharapkan melalui sosialisasi ini, para pelaku usaha di Desa Sukamulya akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan strategi digital marketing, dan dapat menggunakan pengetahuan ini untuk mengembangkan bisnis mereka.

METODE

Kegiatan sosialisasi dengan tema “Pengenalan Peranan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Di Desa Sukamulya” yang dihadiri oleh para pelaku usaha desa sukamulya dan diselenggarakan oleh TIM KKN Sukamulya Universitas Buana Perjuangan Karawang, dilaksanakan pada tanggal 02 Agustus 2024. Adapun prosedur yang dilakukan yaitu, pemberian materi mengenai peran digital marketing untuk sebuah usaha dalam memasarkan produknya, lalu dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang bertujuan sejauh mana pemahaman pelaku usaha terhadap sosialisasi yang mereka ikuti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa, telah dilakukan sosialisasi dengan tema “Pengenalan Peranan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Di Desa Sukamulya”. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pemahaman baru terkait pentingnya digital marketing dalam memasarkan sebuah produk bagi pelaku usaha.



Gambar 1 Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Di Desa Sukamulya

Kegiatan sosialisasi tersebut membahas mengenai peranan serta manfaat Digital Marketing dalam proses pemasaran, dan juga menjelaskan beberapa manfaat dari digital marketing, seperti kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memudahkan perusahaan untuk mengikuti tren. Diharapkan dengan adanya pemberian informasi serta pemahaman mengenai digital marketing ini dapat mempermudah dan dapat memperluas jangkauan pasar bagi setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Setelah sosialisasi, pelaku usaha desa Sukamulya diharapkan paham mengenai materi yang disampaikan mengenai pentingnya digital marketing dalam sebuah usaha. Dengan peningkatan pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang lebih baik, pelaku usaha desa Sukamulya dapat meningkatkan pendapatan mereka yang berkelanjutan serta dapat membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa Sukamulya.



Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan sosialisasi ini mendapatkan respon positif dari masyarakat dan mereka sadar betul bahwa sebuah pemasaran yang baik dapat membantu meningkatkan pendapatan serta menjangkau pasar yang lebih luas. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah pelaku usaha

desa Sukamulya dalam menjalankan usahanya. Dengan diadakanya kegiatan sosialisasi ini Pengenalan Peranan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Di Desa Sukamulya. Telah berhasil dilakukan dan perlu pengembangan serta perhatian penuh dari pemerintah setempat, agar seluruh pelaku usaha di desa Sukamulya bisa menjalankan usaha dengan sebaik mungkin dan tentunya bisa meingkatkan kinerja dan pertumbuhan desa.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dengan memanfaatkan digital marketing, ada potensi besar untuk meningkatkan daya saing usaha di Desa Sukamulya. Namun, perlu ada upaya untuk mengatasi masalah yang dihadapi, seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, keterbatasan akses internet, dan kekurangan dukungan infrastruktur. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan pemahaman para pelaku usaha di Desa Sukamulya tentang pentingnya digital marketing dalam mengembangkan bisnis mereka. Diharapkan sosialisasi ini akan memberikan kepada para pelaku usaha pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan platform digital untuk mempromosikan barang dan jasa mereka, yang akan memungkinkan mereka untuk meningkatkan daya saing mereka dan meningkatkan pendapatan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, J., Salsabila, A. T., Nisa, K., & Azizah, N. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Tegalsari. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3543>
- Kurniawan, E., Nofriadi, N., & Maharani, D. (2021). Sosialisasi Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.54314/jpstm.v1i1.542>
- Maraliza, H., Faisal, R. A., & Azharyuda, I. (2024). Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi UMKM Di Desa Kasui Pasar Way Kanan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(4), 271–275. <https://doi.org/10.59837/ct4y0n39>
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., Purbasari, R., Efitra, E., & Juansa, A. (2023). *DIGITAL MARKETING : Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=yBjEEAAAQBAJ>