

BATARA WISNU JOURNAL

Indonesian Journal of Community Services

HOME REGISTER LOGIN ARCHIVES ABOUT

SEARCH



ISSN 2797-0717 (Print) ISSN 2777-0567 (Online)

Batara Wisnu Journal : Indonesian Journal of Community Services is a biannual scientific multidisciplinary journal published by Gepinas Publisher, Indonesia. It is in the national level that covers a lot of common problems or issues related to community services. The aim of this journal publication is to disseminate the conceptual thoughts or ideas and research results that have been achieved in the area of community services. It contains various activities of the teaching universities in handling and managing the various potentials, obstacles, challenges, and problems that exist in society. Implementation of service activities also involve the participation of the community and partners. Service activities are organized into an activity aimed at improving the welfare of society. The articles are going to be published in the months of April, August and December each year. Any interested authors could submit their manuscript in English or Bahasa Indonesia.

Registered as a member of Crossref system with Digital Object Identifier (DOI) prefix 10.59365. All articles will have DOI number.

Jurnal Batara Wisnu is Process Indexed on :



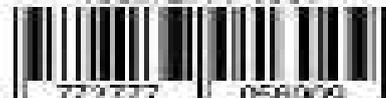
MAKE A SUBMISSION

- HOME
- ONLINE SUBMISSIONS
- Contact Us
- Editorial Board
- Focus & Scope
- Author Guidelines
- Peer Reviewer Process
- Article Processing Charges
- Abstracting & Indexing
- Publication Ethics
- Management Reference
- Visitor Statistics
- Editorial Address
- Peer Reviewer
- ABOUT LICENSE



ISSN

ISSN 2777-0567



ISSN 2797-0717



Perancangan dan Pemanfaatan Digital Marketing untuk Meningkatkan Sektor Perekonomian Masyarakat Desa Gambirono

Didik Pudjo Musmedi¹, Kristian Suhartadi Widi Nugraha^{2*}, Nanda Fatimatu Zahrah³,
Ketut Indraningrat⁴, Eka Bambang Gusminto⁵

^{1,2,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember

³Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember

Email: kristian.feb@unej.ac.id*

Abstract

The lack of knowledge of the people of Gambirono Village about digital technology for business development is one factor in the unstable economy of Gambirono Village. The Gambirono community still really needs digital marketing assistance and training. This community service activity aims to increase the understanding of the Gambirono Village community about digital marketing and train the Gambirono Village community in the use of e-commerce and social media as a means of entrepreneurship, especially during this pandemic. The method used is the community development pillar approach, namely participation, institutionalization, and sustainability. In addition to the general problems faced by the people of Gambirono Village, the community service team has also developed a financial information system for convection business actors who during this pandemic have experienced difficulties in controlling the entry and exit of finances due to uncertain money. enter. In addition, the activities carried out are conducting door to door training on the use of e-commerce and social media in the surrounding community.

Keywords: digital marketing, e-commerce, community empowerment

Abstrak

Minimnya pengetahuan masyarakat Desa Gambirono tentang teknologi digital untuk pengembangan bisnis menjadi salah satu faktor perekonomian Desa Gambirono yang tidak stabil. Komunitas Gambirono masih sangat membutuhkan bantuan dan pelatihan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Gambirono tentang digital marketing dan melatih masyarakat Desa Gambirono dalam pemanfaatan e-commerce dan media sosial sebagai sarana kewirausahaan, khususnya di masa pandemi ini. Metode yang digunakan adalah pendekatan pilar pengembangan masyarakat, yaitu partisipasi, pelembagaan, dan keberlanjutan. Selain permasalahan umum yang dihadapi masyarakat Desa Gambirono, tim pengabdian masyarakat juga telah mengembangkan sistem informasi keuangan bagi pelaku usaha konveksi yang selama masa pandemi ini mengalami kesulitan dalam mengendalikan masuk dan keluarnya keuangan akibat uang yang tidak mencukupi. masuk. Selain itu, kegiatan yang dilakukan adalah melakukan pelatihan door to door tentang penggunaan e-commerce dan media sosial di masyarakat sekitar.

Kata kunci: digital marketing, e-commerce, community empowerment

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 mulai akhir 2019 sampai awal 2022 memberikan dampak yang luar biasa di berbagai bidang baik bidang sosial, ekonomi, politik bahkan pendidikan. Khususnya pada bidang ekonomi, pandemi telah banyak memukul. Telah berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah di beberapa negara seperti *lockdown* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang telah diterapkan di berbagai daerah di Indonesia (Gössling et al., 2020; Pakpahan, 2020). Kondisi “puasa”

sekitar dua tahun menjadikan banyak masyarakat mengalami kemunduran dan perlambatan ekonomi sehingga permintaan dan daya beli menurun. Awal 2022, pemerintah mulai melempar wacana untuk mengubah status pandemi menjadi endemi dimana akan ada kelonggaran dalam dibanding tahun-tahun sebelumnya yang menjadikan aktivitas ekonomi semakin bergeliat.

Semua wilayah di Indonesia mengalami perlambatan dan stagnasi dalam aspek ekonomi akibat covid (Ammar et al., 2021) termasuk Desa Gambirono, Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. Desa Gambirono memiliki luas 946,5 ha yang terdiri dari 3 Dusun yakni Dusun Krajan, Dusun Gambirono Kulon dan Dusun Curah Cabe. Penduduk Desa Gambirono mayoritas berprofesi sebagai Petani. Selain itu penduduk desa Gambirono juga bekerja sebagai buruh pabrik dan pengusaha (BPS Kabupaten Jember, 2021). Semenjak adanya pandemi para pengusaha di Desa Gambirono mengalami penurunan pendapatan hingga hampir 50% dari sebelumnya. Tentu saja hal ini mengakibatkan penurunan tingkat perekonomian di Desa Gambirono. Pemanfaatan teknologi menjadi salah satu alat untuk menghadapi dampak pandemi seperti saat ini. hampir segala bidang menggunakan kecanggihan teknologi seperti pendidikan, politik hingga dalam berwirausaha.

Minimnya pengetahuan masyarakat Desa Gambirono tentang teknologi terutama pada bidang ekonomi membuat perekonomian masyarakat di masa pandemi semakin tidak stabil. Sehingga masyarakat Desa Gambirono masih memerlukan sosialisasi dan pelatihan untuk penggunaan e-commerce dan media sosial sebagai media penjualan dan promosi terutama di masa pandemi seperti saat ini. Beberapa jenis usaha di Desa Gambirono yang mengalami dampak akibat pandemi Covid-19 adalah usaha konveksi khususnya untuk melayani seragam sekolah. Masa pandemi yang memaksa sekolah untuk menerapkan belajar di rumah dengan mode *online* menjadikan usaha seragam lumpuh total dan bagi usaha konveksi di Gambirono menjadi pukulan telak karena beberapa tagihan tidak dapat dibayarkan dengan kondisi dan alasan yang sama, selain itu tidak ada permintaan baru yang timbul dan secara langsung juga mempengaruhi arus kas usaha baik yang bersifat usaha rumahan maupun skala menengah.

Selain itu, setelah diobservasi lebih mendalam ditemukan bahwa masyarakat desa tersebut masih mengandalkan cara lama dalam operasional dan pengembangan usahanya dengan alasan cara yang berjalan sudah dikenal dan dapat menghasilkan keuntungan. Namun dengan pandemi yang banyak menumbangkan berbagai sektor usaha diperlukan cara cepat dan cerdas serta kemauan belajar yang tinggi agar dapat bertahan (Hadiwardoyo, 2020). Dari hasil observasi juga

didapati bahwa masyarakat yang menjalankan usaha khususnya di bidang konveksi perlu memanfaatkan teknologi untuk operasional bisnis khususnya pencatatan keuangan mengingat keuangan usaha dan rumah tangga yang masih campur sehingga sulit menentukan profitabilitas dan likuiditas usaha. Berikutnya yaitu memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk dengan pendekatan digital marketing. Karena pasar yang ada perlu diluaskan dan sekaligus bentuk penegasan bahwa usaha tersebut masih berdiri dan siap menerima pesanan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan menggunakan pendekatan pilar pilar pengembangan masyarakat yang terdiri dari (1) partisipasi masyarakat, (2) pelembagaan, dan (3) swakelola dan keberlanjutan (Hamid, 2018). Pendekatan tersebut dikolaborasikan dengan metode kualitatif antara lain observasi dan wawancara mendalam (Ghony & Almanshur, 2012), untuk mengenali permasalahan yang ada dan menggali informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan permasalahan di Desa Gambirono. Urutan aktivitas pengabdian kepada masyarakat di desa Gambirono dapat dijabarkan sebagai berikut

1. Koordinasi awal

Koordinasi dilakukan termasuk perijinan kepada perangkat desa setempat dan masyarakat sasaran termasuk wawancara dan observasi awal sekaligus pengenalan tim pengabdian

2. Pendampingan dan Edukasi Masyarakat

Edukasi kepada masyarakat di bagi menjadi 2 yakni :

- a. sosialisasi dan pelatihan

Sosialisasi dilakukan secara bersama-sama dengan pendampingan dibagi menjadi dua tahap, dimana masing-masing tahapan dilakukan selama satu pekan

- b. Pelatihan secara door to door

melibatkan 8 orang warga Desa Gambirono

3. Evaluasi dan tindak lanjut

Evaluasi diperlukan untuk melihat sejauh mana program tersebut berhasil dilakukan dan langkah perbaikan apa yang dibutuhkan untuk program selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Observasi dan Desain Sistem

Pada minggu pertama, tim pengabdian melakukan wawancara kepada masyarakat Gambirono untuk mengetahui keadaan perekonomian masyarakat Desa Gambirono dan seberapa besar pengetahuan masyarakat Desa Gambirono tentang pentingnya Teknologi Digital untuk perkembangan bisnis. Wawancara dilakukan secara terbuka dengan pertanyaan yang bervariasi mulai ringan sampai pertanyaan yang mendalam. Setelah tim pengabdian mampu mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat desa, maka langkah selanjutnya yaitu mulai melakukan perencanaan sistem yang tepat untuk permasalahan masyarakat. Pada tahap ini tim pengabdian memutuskan untuk membuat sebuah sistem keuangan berbasis website dengan menggunakan *Framework Codeigniter*.

2. Sosialisasi dan Pelatihan

Pada minggu ke-2, tim pengabdian melaksanakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang bertempat di Balai Desa Gambirono dengan tema sosialisasi “ Sosialisasi dan Pelatihan *Branding* Produk Melalui Digital Marketing”. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan tersebut mengenalkan digital marketing, *Branding* Produk, dan tata cara mengurus perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT).

3. Pemograman Sistem

Pemograman Sistem dilakukan pada minggu ke 2 dan ketiga, selama melakukan pemograman sistem, kendala yang dialami masih persoalan jaringan dan koneksi.

4. Penyerahan sistem kepada sasaran

Pada akhir minggu ke-3 tim pengabdian dapat menyelesaikan pemograman sistem dan dapat menyerahkan sistem kepada sasaran.

5. Pelatihan penggunaan e-commerce dan media sosial kepada masyarakat secara door to door

Pada minggu ke 3 pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, tim mengadakan pelatihan penggunaan *e-commerce* dan media sosial kepada masyarakat sekitar secara *door to door*. Kegiatan ini dilaksanakan agar masyarakat lebih memahami penggunaan *e-commerce* sebagai wadah memulai bisnis *online* dan belanja *online* untuk menghindari kontak langsung dengan

penjual dan pembeli selama pandemi masih berlangsung. Selama melaksanakan pelatihan terdapat beberapa masyarakat yang belum mengetahui apa itu *e-commerce* dan bagaimana penggunaannya dan sebagian lagi sudah cukup mengetahui *e-commerce*.

Pelatihan *digital marketing* dilakukan secara *door to door* kepada masyarakat selain ingin lebih memantapkan pemahaman masyarakat, kegiatan ini juga sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar keberhasilan tim pengabdian dalam mengedukasi dan memberikan pendampingan. Hasil pengamatan tim pengabdian terhadap masyarakat setelah dilaksanakan pelatihan dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Pengamatan terhadap Pengetahuan Masyarakat

No	Materi yang disampaikan	Masyarakat							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Pengetahuan tentang <i>e-commerce</i> dan media sosial	SP	SP	SP	SP	P	P	P	P
2.	Pembuatan akun	SP	SP	SP	P	P	P	P	P
3.	<i>Login</i> akun yang telah di buat	SP	SP	SP	SP	P	P	P	P
4.	Beralih akun bisnis Instagram	SP	SP	SP	SP	P	P	P	P
5.	Upload foto produk dan penataan feed	P	P	P	P	P	P	P	P
6.	Penjualan di shopee	P	P	P	P	P	P	P	P
7.	Pembutan voucher dan promo di shopee	SP	P	P	P	P	P	P	P
8.	Membuat halaman facebook	SP	SP	SP	P	P	P	P	P

Keterangan :

Masyarakat 1 – 3 : Masyarakat dengan usia di bawah 30 tahun.

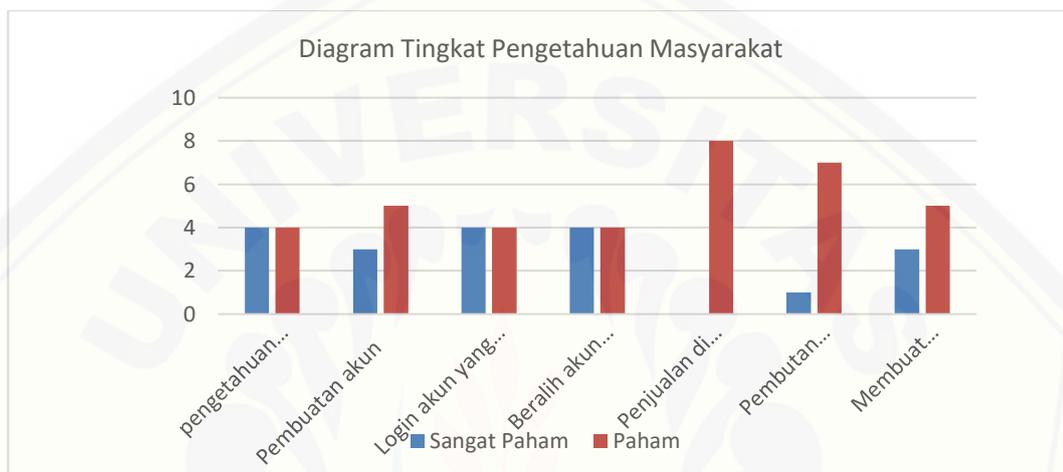
Masyarakat 4 – 7 : Masyarakat dengan usia 30 tahun – 45 tahun.

Masyarakat 8 : Masyarakat dengan usia di atas 45 tahun.

SP : Sangat Paham

P : Paham

Sistem pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan melibatkan partisipasi dan kelembagaan diharapkan dapat menjamin keberlanjutan usaha. Respon masyarakat dalam usaha meningkatkan keberdayaan merasa sangat terbantu. Namun, sasaran masih perlu bimbingan dalam pengoprasian sistem, dikarenakan sasaran yang masih belum paham akan kecanggihan teknologi, Sehingga, lambat laun sasaran sudah mulai memahami cara penggunaannya dan sasaran tidak merasakan susah dalam pengoperasiannya.



Gambar 1. Diagram Tingkat Pengetahuan Masyarakat

Dari hasil gambar 1 di atas, pada pengamatan pemahaman peserta pelatihan *door to door* di bagi menjadi 8 penilaian. Dari semua penilain menunjukkan bahwa sebagian peserta terutama dengan usia dibawah 30 tahun sangat memahami materi yang telah di ajarkan dan kedepannya masyarakat dapat melakukan secara mandiri dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Permasalahan ekonomi akibat covid 19 yang dialami masyarakat Desa Gambirono, dapat sedikit teratasi dengan adanya pelatihan dan pendampingan *digital marketing*. Peningkatan keberdayaan masyarakat sasaran merupakan tujuan utama dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil yang didapat yaitu dengan partisipasi masyarakat, respon yang didapat yaitu masyarakat terbantu khususnya pada materi *branding* dan promosi produk yang ada di desa Gambirono khususnya pada usaha konveksi. Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara *door to door* nyatanya berhasil membangun

semangat dan motivasi masyarakat untuk berkembang dan menjalankan usahanya dengan memanfaatkan teknologi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ammar, A., Baihaqi, I., & Ardiantono, D. S. (2021). Dampak COVID-19 dari perspektif keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran terhadap kinerja operasional UMKM Makanan dan Minuman di Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), 112–118.
- BPS Kabupaten Jember. (2021). Kabupaten Jember dalam Angka 2021. In *BPS Kabupaten Jember*. <https://doi.org/1102001.3509>
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Pengabdian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>
- Hamid, H. (2018). Manajemen Pemberdayaan Masyarakat. In *De La Macca* (Vol. 1, Issue 1). De La Mcca.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, Edisi Khus(0)*, 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>