



PELATIHAN PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING DI DESA MANGGUNGJAYA KECAMATAN RAJAPOLAH, KABUPATEN TASIKMALAYA

No	Nama Penulis	Email
1	Adi Robith Setiana	adirobith@gmail.com
2	Hendi Sobari	zobaree83@gmail.com
3	Wahdan Budi Setiawan	budisetiawan1915@gmail.com

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya

 adirobith@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital yang semakin berkembang, pemasaran melalui digital marketing telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan-perusahaan. Digital marketing memberikan banyak keuntungan dan peluang baru bagi perusahaan untuk mempromosikan produk atau layanan mereka dengan cara yang efektif dan efisien. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada para UMKM dalam meningkatkan pemasaran dengan menggunakan digital marketing. Metode yang digunakan adalah pelatihan langsung dengan pendekatan praktikum. Para UMKM diberikan materi dan pelatihan teknik-teknik digital marketing. Pelatihan ini merupakan suatu inisiatif dalam rangka meningkatkan keterampilan pemasaran dengan menggunakan digital marketing di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.

Kata Kunci : Pelatihan; Pemasaran; Digital Marketing



©2022. Diterbitkan oleh Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi BY-NC <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

1. Pendahuluan

Desa Manggungjaya merupakan desa yang menjadi tempat pelaksanaan pengabdian pada masyarakat. Desa ini terletak di pusat pusat kecamatan yaitu Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. dalam rangka untuk mengetahui lebih dalam keadaan desa manggungjaya dari beberapa aspek, maka diperlukannya observasi. Karena observasi dapat menjadi langkah awal untuk menganalisis situasi yang ada di masyarakat desa Manggungjaya dengan menentukan sasaran tertentu.

Berdasarkan hasil analisis keadaan di masyarakat Desa Manggungjaya khususnya pada industri rumahan serta usaha-usaha mikro kecil menengah, ada problem yang kami jadikan sebagai urgensi dari permasalahan yang ada di perekonomian desa. Dari hasil pengamatan kami, sebagian besar para usaha yang ada di Desa Manggungjaya tidak mengerti langkah apa yang harus dilakukan sebagai pemilik usaha, bagaimana cara mengelola SDM yang baik, pengelolaan keuangan yang baik serta memasarkan produk yang menggunakan pemasaran digital yang memanfaatkan teknologi dari pihak ketiga.

Maka dari itu masalah yang ada pada usaha usaha ialah tidak memanfaatkan industri 4.0 yang merupakan upaya tranformasi menuju perbaikan perekonomian dengan mengintegrasikan dunia online dari lini pemasaran pada produk, dimana semua proses pemasaran termasuk penjualan produk berjalan dengan internet sebagai penompang utama. Maka dari itu kami berusaha menggali potensi dan memotivasi masyarakat pelaku usaha supaya dapat memanfaatkan pemasaran melalui digital agar supaya terus meningkatkan pendapatan dan meningkatkan perekonomian desa.

Berdasarkan deskripsi rumusan masalah diatas, kami mencoba merumuskan beberapa pertanyaan yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam menjawab sebuah problematika melalui program atau agenda kerja yang kami buat sebagai berikut:

1. Upaya apa yang akan dilakukan guna masyarakat mengetahui perlunya pemasaran melalui digital ?
2. Bagaimana bentuk edukasi/sosialisasi yang dilakukan dalam rangka pemanfaatan industri 4.0 (pemasaran digital) ?

2. Metode

Metode yang digunakan untuk pengabdian ini dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan Pelatihan

Melakukan studi literatur dan kajian terkait kebutuhan pelatihan pemasaran melalui digital marketing bagi UMKM di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.

2. Perencanaan Pelatihan

Setelah kebutuhan pelatihan teridentifikasi, pengabdi harus merancang rencana pelatihan. Pengabdi harus menentukan materi pelatihan yang akan diajarkan, durasi pelatihan, metode yang akan digunakan, dan metode evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Setelah perencanaan pelatihan disetujui, pelatihan dapat dilaksanakan. Pelatihan dapat dilakukan secara daring atau tatap muka, tergantung pada situasi dan kondisi yang ada. Selama pelatihan, pengabdi harus memastikan bahwa peserta pelatihan memahami materi pelatihan dengan baik.

4. Evaluasi Pelatihan

Setelah pelatihan selesai, pengabdi harus melakukan evaluasi untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan. Evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau wawancara dengan peserta pelatihan. Data evaluasi dapat digunakan untuk menilai keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan penggunaan internet bagi

UMKM di Desa Manggungjaya Kecamatan Rajapolah, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.

3. Hasil Dan Pembahasan

Dalam merealisasikan program ini, dari segi persiapan kepanitiaian sudah cukup baik dan kegiatan sudah berjalan dengan sebagaimana mestinya. Kegiatan ini berlangsung dengan mengusung tema “Pelatihan Pentingnya Pemasaran Melalui Digital Marketing”. Kegiatan ini terdiri dari satu sesi penyampaian materi yang disampaikan oleh dosen. Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari undangan. Hal tersebut dibuktikan dengan aktifnya partisipan dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pemateri.

Adapun sasaran peserta yang diundang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat diantaranya para pelaku UMKM, Pelaku Industri Rumahan, BUMDes. Jumlah keseluruhan peserta yang di undang yaitu sebanyak 70 orang. Dari peserta yang hadir lebih dari 50% masih gagap terhadap teknologi. Namun antusiasme mereka terhadap kegiatan sangat tinggi.

Adapun materi pelatihan yang disampaikan, antara lain :

1. Pengenalan Digital Marketing
2. Strategi Digital Marketing
3. Pemasaran Konten
4. Social Media Marketing
5. Email Marketing
6. Digital Advertising
7. Mobile Marketing
8. Tren dan Inovasi dalam Digital Marketing



Gambar 1. Kegiatan PKM

4. Simpulan

Dalam pelaksanaan ini pemerintah Desa Manggungjaya serta masyarakat Desa Manggungjaya sangat mendukung dan terbuka dalam Program Pengabdian Pada Masyarakat ini melalui Pelatihan Pemasaran. Dari pengabdian yang dilaksanakan selama 1 hari pada tanggal 27 Agustus 2022 di Desa Manggungjaya dihasilkan :

1. Meningkatkan keterampilan Para UMKM terhadap digital marketing
2. Dapat membantu proses pemasaran yang selama ini dijalankan dengan cara tradisional mengarah kepada digital marketing
3. Meningkatkan penggunaan fasilitas internet yang mendukung dalam pemasaran melalui digital marketing ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi para UMKM Desa Manggungjaya.

Daftar Pustaka

- Dave, C. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- LPPM. 2022, Buku pedoman pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik "Pemberdayaan ekonomi perdesaan menuju masa endem covid-19"
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Ryan, D., & Jones, C. (2019). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Susanto, A., & Hidayatullah, A. (2019). *Marketing Communication: Panduan Lengkap Mengelola Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Kencana.
- Simamora, B. (2017). *Marketing Management*. PT Gramedia Pustaka Utama