

OPTIMASI DIGITAL MARKETING DAN PROGRAM JUAL BELI DI DESA WAJIK

Muad¹, Isna Ayu Safitri Kusuma Dewi², Fibia Sentaury Cahya Ningrum³, Muhammad Sulthon⁴,
Abdul Rozaq Al Farizi⁵, Andrean Febri Wicaksono⁶

^{1,2,3,4,5} Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan
e-mail:isnayuskd@gmail.com

Abstrak

Program Optimalisasi Digital Marketing dan Jual Beli di Desa Wajik kecamatan Lamongan kabupaten Lamongan merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan terdiri dari kegiatan pokok (Desa), dan kegiatan penunjang. penelitian ini membahas kegiatan pokok (Desa) yang bertujuan untuk memberi pengalaman dan sebagai proses pembelajaran bagi masyarakat untuk menggali potensi-potensi Desa yang dapat dikembangkan. Metode pelaksanaan kegiatan dimulai dari survey, dan perencanaan kegiatan tambahan selain kegiatan inti yang telah direncanakan. Kegiatan tambahan yaitu adanya dukungan dari pemerintah setempat dan masyarakat Desa. Hal tersebut ditunjukkan dalam kegiatan yang banyak melibatkan masyarakat dari berbagai golongan dari Pemerintah Desa beserta aparatnya. Kegiatan-kegiatan Desa seperti sosialisasi marketing dan pengelolaan jual beli serta kegiatan agustusan. Kegiatan Program Optimalisasi Digital Marketing dan Jual Beli diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Desa khususnya yang bertujuan untuk menciptakan peningkatan ekonomi masyarakat Desa.

Kata kunci: Optimalisasi Digital Marketing, Jual beli, Pengabdian.

Abstract

The Optimization Program for Digital Marketing and Buying and Selling in Wajik Village, Lamongan sub-district, Lamongan district is a form of community service activity. Activities consist of main activities (Village), and supporting activities. This study discusses the main activities (Villages) which aim to provide experience and as a learning process for the community to explore Village potentials that can be developed. The method of implementing activities starts from surveys, and planning additional activities besides the core activities that have been planned. Additional activities include support from the local government and the village community. This is shown in activities that involve many people from various groups from the Village Government and their officials. Village activities such as marketing socialization and management of buying and selling and august activities. The Digital Marketing and Buying Optimization Program activities are expected to provide benefits to the Village community, especially those aimed at creating economic improvements for the Village community.

Keywords: Optimization of Digital Marketing, Buying and selling, Devotion.

PENDAHULUAN

Digital marketing adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasar, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet (Septiano, 2017). Digital marketing yang berbasis media elektronik dapat menggunakan iklan di televisi maupun di radio, sedangkan yang berbasis pada media internet seperti pemasaran melalui media sosial maupun ecommerce. Perdagangan informal melibatkan penjualan dan pembelian barang melalui cara-cara informal seperti penggunaan social media dan platform pengiriman pesan dimana hal ini biasa disebut dengan toko online (Akbar & Alam, 2020). Perkembangan teknologi informasi dan pemasaran melalui digital marketing diramalkan akan menjadi titik perubahan teknik memasarkan suatu produk barang dari memasarkan secara konvensional beralih menggunakan pemasaran digital, bukan hanya pada elemen pemasaran melainkan akan berimbas kepada seluruh kegiatan bisnis secara keseluruhan baik itu sebuah bisnis yang sudah berskala besar dan nasional maupun bisnis perorangan yang mempunyai skala kecil.

Perkembangan digital marketing sejak tahun 1990 memasuki era tahun 2010 telah mengubah merek dan strategi bisnis. Banyak pelaku usaha dan perusahaan memanfaatkan digital marketing untuk

memasarkan produk maupun jasa mereka. Iklan dan promosi digital marketing sangat mudah untuk dijalankan dan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi, karena platform digital semakin banyak penggunaannya dalam kegiatan sehari-hari, masyarakat semakin beralih melakukan kegiatan pembelian secara online dari pada pergi ke toko fisik (Sathya, 2017). Menurut Schiffman Leon, (2015) menjelaskan tentang jejaring sosial (Social Networks) adalah sebuah komunikasi secara virtual dan digital, dimana orang-orang bisa membagi informasi mengenai dirinya sendiri kepada orang lain, informasi yang dibagikan tersebut biasanya mengenai ketertarikan yang sama dan dengan siapa saja mereka yang memiliki hubungan, jejaring sosial tidak hanya juga sebagai komunikasi virtual akan tetapi sudah masuk ke ranah pemasaran sebagai media memasarkan suatu produk yang cukup efektif dan efisien, karena menawarkan kemudahan dan kecepatan mendapatkan informasi. Sosial media yang banyak penggunaannya untuk melakukan marketing adalah Facebook, Youtube, Whatsapp.

Kegiatan jual beli merupakan suatu kegiatan rutin yang terjadi pada setiap harinya. Kegiatan jual beli tersebut akan terlaksana apabila terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak untuk melakukan pertukaran barang ataupun jasa dengan uang (Weetman, 2013:31).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, sarana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan jual beli pun berkembang menjadi lebih modern. Kegiatan jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan sebuah transaksi. Penjual dapat menjual atau menawarkan produk melalui website e-commerce, forum-forum jual beli maupun melalui sarana jual beli online yang lainnya sedangkan calon pembeli dapat melihat produk maupun jasa yang penjual tawarkan melalui sarana- sarana tersebut.

Dari pembahasan diatas, dapat di simpulkan bahwa marketing dapat di pengaruhi oleh perkembangan zaman dimana penjualan barang sekarang melalui marketplace seperti, Shoope, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Amazon, dan masih banyak lagi. Perkembangan zaman juga mempengaruhi sistem pencatatan penjualan secara modern. Dimana banyaknya aplikasi di smartphone yang bisa mencatat semua transaksi. Di aplikasi tersebut kita bisa mencatat transaksi baik itu penjualan dan pengeluaran, mencatat hutang atau piutang, mengelola stok barang agar kita tahu barang mana yang habis dan masih banyak. Demi mencapai tujuan tersebut para warga perlu menambah pengetahuan tentang digital marketing dan program jual beli secara modern.

METODE

Kegiatan Program Optimalisasi Digital Marketing dan Jual Beli di Desa Wajik kecamatan Lamongan kabupaten Lamongan dirancang agar dapat melibatkan masyarakat dari golongan anak-anak, remaja muda, dan orang tua. Metode pelaksanaan kegiatan pokok (Desa) diawali dengan survey lokasi sekitaran Desa Wajik dan bersosialisasi dengan masyarakat. Setelah melakukan survey lokasi dilanjutkan dengan rapat evaluasi untuk mengkaji potensi Desa, permasalahan permasalahan yang ada di Desa, dan menemukan solusi dari permasalahan yang ada. Rencana kegiatan pokok (Desa) di lokasi dengan diurutkan berdasarkan skala prioritas. Peneliti membagi tim dalam mengambil masing-masing peran untuk mewujudkan rencana kegiatan yang telah disusun. Pembagian tim kerja bertujuan untuk mencapai terlaksananya semua kegiatan yang telah direncanakan dalam waktu 1 bulan di lokasi pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan survey secara langsung terhadap masyarakat di sekitaran Desa Wajik, didapatkan hasil bahwa pemahaman masyarakat terhadap digital marketing cukup minim terutama penggunaan internet dan pemanfaatan alat digital sebagai upaya peningkatan kegiatan jual beli. Selain itu masih banyak masyarakat yang kurang paham bagaimana cara melakukan kegiatan promosi untuk mengembangkan usahanya terutama dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini. Akibatnya tak jarang ditemui adanya pendapatan yang stagnan atau tetap karena masih ada yang mengandalkan promosi secara konvensional.

Program Program Optimalisasi Digital Marketing dan Jual Beli dibuat dan dilaksanakan untuk memecahkan berbagai masalah di Desa Wajik. Program pokoknya adalah sosialisasi mengenai digital marketing dan program jual beli. Program kerja ini dibuat agar warga Desa Wajik menambah pengetahuan dan menjadikan Desa tersebut menjadi lebih modern dan perekonomiannya meningkat bukan hanya hasil tani saja tetapi dari UMKM juga meningkat. Adapun bentuk kegiatan yang

dilakukan dalam sosialisasi ini yaitu pertama penyampaian materi terkait digital marketing dan program jual beli dan kedua diskusi terkait permasalahan dan upaya yang dapat dilakukan dalam menghadapi permasalahan yang ada di lapangan.

Berdasarkan hasil evaluasi, diperoleh hasil bahwa peserta yang terlibat dalam sosialisasi mengenai digital marketing dan program jual beli mampu memahami materi yang disampaikan. Hal ini terlihat melalui antusiasme peserta yang begitu tinggi dalam menghadiri dan melontarkan pertanyaan terkait materi yang disampaikan.



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi digital marketing dan program jual beli.

SIMPULAN

Program pokok yang dilakukan oleh peneliti di Desa Wajik adalah pengoptimalan digital marketing dan program jual beli. Dengan melakukan ini, wawasan Desa Wajik tentang hal ini semakin bertambah banyak dan tidak ketinggalan zaman, dimana semua kegiatan jual beli tidak dilakukan secara langsung tetapi bisa secara tidak langsung (online) dan program jual beli tidak hanya dicatat di buku tetapi juga bisa dicatat di smartphone melalui aplikasi tertentu.

SARAN

Saran untuk pengembangan pada kegiatan masyarakat ini yaitu perlu adanya pendampingan tambahan terkait tata kelola keuangan untuk mengimbangi kegiatan pemasaran produk dan pemahaman terhadap penggunaan teknologi sehingga para pelaku usaha mampu untuk beradaptasi dengan segala perubahan yang ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Sebagai ungkapan rasa syukur kami atas terselenggaranya program pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian masyarakat pada Program Optimalisasi Digital Marketing dan Jual Beli di Desa Wajik kecamatan Lamongan, kabupaten Lamongan mengucapkan terimakasih kepada pihak yang bersangkutan yang telah senantiasa bekerjasama dan menyediakan sarana prasarana lainnya yang dibutuhkan. Besar harapan kami setelah kegiatan ini bisa memberikan dampak dan manfaat positif kepada masyarakat Desa Wajik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.A. & Alam, S.N. (2020). *E-Commerce : Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Sathya, P. (2017). A Study on Digital Marketing and its Impact, 6(2), 866 - 868.
- Schiffman Leon, W. J. (2015). *Consumen Behaviour (ELEVENTH)*. New York : Pearson.
- Septiano. (2017, Mei). Digital Marketing. Retrieved from Red Tree. Diunduh dari : <http://redtreeasia.com/info/apaitu-digital-marketing-pengertian-dankonsep-dasarnya/>