

aptekmas

by Hendra Bunyamin

Submission date: 26-Jul-2022 04:58PM (UTC+0700)

Submission ID: 1875395820

File name: aptekmas2022-desa_cibodas.doc (4.05M)

Word count: 2341

Character count: 15411

Template APTEKMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENYULUHAN PENGENALAN DUNIA DIGITAL MARKETING
BAGI DESA CIBODAS

Hendra Bunyamin, Julianti Kasih, Tiur Gantini, Teddy Marcus,
Haps Toba, Djoni Setiawan, Sherly Santiadi, dan Rolando Vieri

Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Maranatha

email: hendra.bunyamin@it.maranatha.edu, julianti.kasih@it.maranatha.edu, tiur.gantini@it.maranatha.edu,
teddy.marcus@it.maranatha.edu, hapnestoba@it.maranatha.edu, djoni.setiawan@it.maranatha.edu,
2072025@maranatha.ac.id, 1872010@maranatha.ac.id

Abstract

The social media revolution has completely changed consumer behavior as well as the Internet. A marketing strategy which reaches consumers through internet usage channels, mobile devices, search engines, and social media in the broadband Internet corridor is needed by businessmen nowadays. This marketing strategy so-called digital marketing is required to compete for customers in the 21st century. Specifically in this community dedication project, we deliver a webinar to educate villagers from Desa Cibodas about digital marketing skills to create business opportunities by utilizing digital platforms. Additionally, this webinar is a part of Dig Village program which is a joint cooperation between Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat and Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).

Keywords: community dedication, digital marketing, entrepreneurship

Abstrak

Revolusi media sosial telah sepenuhnya mengubah perilaku konsumen dan juga Internet. Strategi marketing yang dapat menjangkau para konsumen melalui kanal penggunaan Internet, perangkat mobile, mesin pencari (search engines), dan sosial media di dalam koridor Internet broadband sangat diperlukan oleh para pebisnis. Strategi marketing ini dinamakan digital marketing. Selain strategi digital marketing yang perlu dibuat oleh pebisnis dalam abad ke-21 ini. Secara khusus, digital marketing merupakan literasi digital yang diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan masyarakat desa dalam mengurangi dampak negatif digitalisasi serta menciptakan peluang bisnis memanfaatkan platform digital. Oleh karena masyarakat desa perlu dilengkapi dengan keterampilan digital marketing sebagai salah satu bentuk literasi digital, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha Indonesia sudah melaksanakan pengabdian masyarakat dengan mendidik masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas Lembang tentang topik tersebut. Niat ini telah diwujudkan dengan mengadakan Webinar GRATIS yang terbuka untuk semua orang di Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas dengan topik "Pengenalan Dunia Digital Marketing". Pelatihan ini juga didukung oleh Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer Jawa Barat (APTIKOM JABAR).

Kata kunci : abdimas, digital marketing, kewirausahaan, entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

Revolusi media sosial telah sepenuhnya mengubah perilaku konsumen dan juga Internet. Sebelum abad ke-21, bisnis

umumnya mengembangkan website untuk mempromosikan produknya. E-mail menjadi media komunikasi yang biasa dan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang sudah terlebih dahulu dibentuk

digunakan untuk menyimpan semua informasi bisnisnya. Untuk media promosi, perusahaan-perusahaan beriklan di berbagai *website* yang sering dikunjungi konsumen. Lebih lanjut lagi, perusahaan-perusahaan yang berpikiran ke depan akan memikirkan strategi beriklan dengan mesin pencari untuk perusahaannya dan bekerja sama dengan perusahaan mesin pencari seperti Yahoo! dan Google [1,2]. Semua ini adalah *online marketing* dan pada saatnya tim *online marketing* akan terbentuk. Akan tetapi ada yang berubah dalam abad ke-21.

Dalam abad ke-21, penetrasi koneksi Internet broadband dan penggunaan Internet meningkat dengan ekspektasi pengguna Internet adalah 40% dari populasi dunia dan lebih daripada 90% di negara-negara tertentu [3]. Data analitik telah berkembang sampai ke tingkat dengan kondisi bahwa perilaku konsumen dapat dipahami secara *real time*, termasuk demografi dan minat dari konsumen di dalamnya. Oleh karena itu, strategi marketing yang dapat menjangkau para konsumen melalui kanal penggunaan Internet, perangkat *mobile*, mesin pencari (*search engines*), sosial media, dan kanal-kanal lainnya di dalam koridor Internet broadband sangat diperlukan oleh para pebisnis. Strategi *marketing* ini dinamakan *digital marketing*.

Oleh karena masyarakat desa perlu dilengkapi dengan keterampilan digital marketing sebagai salah satu bentuk literasi digital, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha Indonesia hendak melaksanakan pengabdian masyarakat dengan mendidik masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas Lembang. Niat ini akan diwujudkan dengan mengadakan Webinar GRATIS yang terbuka untuk semua orang di Indonesia, khususnya masyarakat di Desa Cibodas Lembang dengan topik "Pengenalan Dunia Digital Marketing". Pelatihan ini juga didukung oleh Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Komputer Jawa Barat (APTİKOM JABAR).

8 IDENTIFIKASI MASALAH

Desa Cibodas yang terletak di Kawasan Maribaya, Lembang, Kabupaten Bandung

Barat adalah sebuah desa dengan potensi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasil pertanian yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Cibodas adalah sayur mayur dan buah-buahan yang dapat dipanen sepanjang tahun. Di samping itu, telah terbentuk pula beberapa kelompok usaha UMKM yang mengolah bahan mentah hasil pertanian menjadi produk yang siap dipasarkan.

Dalam kaitan pemasaran produk inilah masyarakat Desa Cibodas memerlukan pengenalan strategi pemasaran berbasis media digital untuk mendukung penjualan produk, baik berupa bahan mentah hasil pertanian maupun produk yang sudah jadi. Perangkat digital juga diharapkan dapat mendukung potensi pariwisata secara meluas.

Masyarakat Desa Cibodas merasa bahwa sudah saatnya pola kerja ekonomi kreatif diterapkan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk [4,5]. Masyarakat dan aparat desa juga memiliki keyakinan kuat bahwa taraf perekonomian desa akan meningkat jika perangkat teknologi digital diterapkan melalui perencanaan yang baik untuk mencapai cita-cita sebagai salah satu desa cerdas di Jawa Barat.

5 3. METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menggunakan CBR (*Community Based Research*) [6,7]. Metode ini memfokuskan pada keaktifan masyarakat dalam penyusunan rencana awal, pelaksanaan rencana yang sudah disusun, dan mengevaluasi hasil penelitian atau pengabdian masyarakat tersebut. Peran peneliti atau dosen atau mahasiswa adalah fasilitator atau narasumber yang bersama-sama dengan komunitas atau masyarakat merencanakan, mengeksekusi, memonitor, dan mengevaluasi program-program abdimas atau riset.

15 Berdasarkan data primer dan sekunder, Cibodas adalah desa di kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat dengan luas 7.59 km² dan jumlah penduduk 12,420 jiwa dan kepadatan sekitar 800 jiwa/km² dan terletak di daerah bukit yang bertanah gembur. Posisi desa ini berada

pada ketinggian 1260 m di atas permukaan laut dengan rentang suhu berada di antara 18°-28°C. Sekitar 34% lahannya dimanfaatkan untuk pertanian dan 28% lahan ditanami menjadi perkebunan. Sisa lahannya dimanfaatkan untuk pemukiman, prasarana umum, dan perkantoran.

Kepala Desa Cibodas, Dindin Sukaya menyatakan bahwa agrowisata rencananya dijadikan sebagai primadona di Desa Cibodas. Hal itu mengingat kultur Desa Cibodas yang memang lekat dengan sektor pertanian. “Agrowisata ini mau dijadikan primadona di Desa Cibodas, itu juga demi meningkatkan taraf hidup masyarakat di sini. Sudah berjalan lama, karena memang kultur wilayah di sini yang merupakan daerah pertanian,” kata Dindin, Senin (22/2/2022) lewat media online JabarEkspres¹. Hal senada pernah disampaikan saat kunjungan tim dari Universitas Kristen Maranatha pada Selasa 14 Desember 2021. Untuk mencapai tujuan agrowisata Desa Cibodas, Desa Cibodas bekerja sama dengan berbagai pihak salah satunya dengan Diskominfo Jabar, Aptikom Jabar dan Universitas Kristen Maranatha yang berada di bawah naungan Aptikom Jabar untuk peningkatan sumber daya manusia melalui Literasi Digital. Kegiatan Literasi Digital, salah satunya adalah Pelatihan Digital Marketing.

Kegiatan ini dilakukan untuk membina warga Desa Cibodas Lereng, yaitu Karang Taruna Desa Cibodas dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Cibodas. Karang Taruna² adalah organisasi kepemudaan di Indonesia. Karang Taruna bergerak di bidang kesejahteraan sosial dan adalah organisasi tempat pengembangan generasi muda non-partisan, yang didasari oleh kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat khususnya generasi muda.

UMKM³ merupakan salah satu praktik usaha yang populer di kalangan masyarakat, termasuk di Desa Cibodas. Praktik usaha mencakup *home industry*, usaha mikro, pedagang asongan, pedagang kaki lima, pengelola pasar tradisional, pedagang pasar, dari usaha kecil hingga usaha menengah. UMKM dapat menjadi andalan sektor bisnis yang menggerakkan roda perekonomian suatu desa bahkan negara. Individu, rumah tangga, maupun badan usaha mikro, kecil, dan menengah dapat menjalankan kegiatan usaha atau bisnis yang dinamakan UMKM ini. Besaran omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan yang dipekerjakan menentukan penggolongannya.

Kegiatan Literasi Digital dilakukan untuk mensukseskan Gerakan Literasi Digital Nasional. Kegiatan ini diprakarsai oleh Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM) Jabar, Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jabar dan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha Bandung (FIT) yang merupakan anggota dari Aptikom Jabar.

A. Perencanaan dan Bentuk Kegiatan

Pada tahap perencanaan Aptikom, Diskominfo FIT bersama perangkat Desa Cibodas berdiskusi dan mengidentifikasi harapan, termasuk mempertimbangkan apakah kegiatan abdimas yang diusulkan adalah ide yang baik yang saling menguntungkan semua pihak. Mengapa perlu bekerja sama, apakah kerjasama abdimas ini menjadi produktif, berbagi pengalaman dan cerita dapat menjadi bagian yang berguna dari proses untuk menemukan nilai dan aspirasi bersama, menentukan topik/literasi apa yang dibutuhkan oleh desa. Siapa yang harus terlibat, apakah ada orang atau kelompok tertentu dengan keahlian/pengalaman/minat dalam topik yang akan dibahas. Bagaimana para peserta akan bekerja sama dalam

¹ <https://jabarekspres.com/berita/2021/02/22/desa-cibodas-lembang-fokus-pada-agrowisata-pertanian/2/>

² Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2019 tentang Karang Taruna

³ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah

kegiatan ini, media apa yang akan digunakan mengingat masa pandemi Covid-19 masih berlangsung.

Dari hasil diskusi, maka diputuskan untuk kegiatan abdimas tahap awal adalah masyarakat yang belajar, yakni suatu aktivitas yang ditujukan untuk belajar bersama komunitas atau menguatkan kemampuan, potensi dan aset masyarakat, termasuk dialog, lokakarya, dan pelatihan. Kegiatan pembelajaran masyarakat akan dilakukan melalui webinar (seminar daring).

Pada Tabel I merupakan jadwal pertemuan untuk merencanakan kegiatan yaitu koordinasi dengan Diskominfo Jabar, Aptikom, FIT dan Perangkat Desa Cibodas, menentukan waktu dan pembicara, menghubungi pembicara, mempublikasikan kepada Staf Desa Cibodas, Karang Taruna, dan perwakilan UMKM Desa Cibodas, menyusun panitia internal dan membuat proposal kegiatan. Kegiatan Literasi Digital ini merupakan tahap awal untuk mengedukasi masyarakat desa Cibodas akan pentingnya teknologi informasi untuk menunjang perekonomian desa di masa pandemi maupun pasca pandemi. Tim FIT UK. Maranatha sendiri memiliki kompetensi dalam digital marketing, pembangunan aplikasi web, dan jaringan komputer. Kompetensi ini sesuai untuk dapat menyelesaikan masalah di Desa Cibodas.

TABEL I
JADWAL PERTEMUAN PERENCANAAN
KEGIATAN

Tanggal	Waktu	Acara
24 November 2021	10:00 - 11:00	Rapat persiapan abdimas untuk Desa Cibodas
7 Desember 2021	08:00 – 11:30	Kick Off Pelatihan Literasi Digital bersama APTIKOM Jabar

11 Januari 2022	16:00 - 17:00	Rapat Persiapan Webinar
-----------------	---------------	-------------------------

B. Pelaksanaan Kegiatan dan Materi Webinar

Pelaksanaan kegiatan abdimas berupa webinar yang akan disampaikan oleh dua pembicara. Pelaksanaan PKM melalui seminar online (webinar) ini dilakukan pada Rabu, 12 Januari 2022, pk. 13:00 – 15:00 WIB, Ruang pertemuan Zoom dan Ruang pertemuan Balai Desa Desa Cibodas Lembang.

Tema webinar **“Pengenalan Dunia Digital Marketing”** mengikuti susunan acara sebagai berikut ini:

TABEL II
KEGIATAN WEBINAR PENGENALAN DUNIA
DIGITAL MARKETING

Waktu	Acara	PIC
12.30 - 13.00	Ruang Zoom Dibuka	Hendra Bunyamin, S.Si., M.T.
13.00 - 13.03 13.03 - 13.10	MC menyapa peserta Kata sambutan Dekan FIT Kata sambutan Kepala Desa Cibodas, Lembang	Sherly Santiadi Ir. Teddy Marcus, M.T. Dindin Sukaya
13.10 - 13.20	Pemutaran Video Profile UK. Maranatha	Hendra Bunyamin, S.Si., M.T.
13.20 - 13.25	Photo Bersama/ Dokumentasi	Rolando Vieri
13.25 - 13.30	Pembacaan CV Singkat Pembicara	Sherly Santiadi
13.30 - 14.00	Presentasi	Tiur Gantini,

	Digital Entrepreneurship	S.T., M.T.
14.00 - 14.30	Presentasi Digital Marketing Strategy	Julianti Kasih, S.E., M.Kom.
14.30 - 15.00	Tanya Jawab	Sherly Santiadi Rolando Vieri
15.00 - 15.05	Penutupan kegiatan webinar	Djoni Setiawan, S.T., MT.

Kegiatan dibuka oleh Teddy Marcus Zakaria, selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi (FTI) UK. Maranatha seperti pada *Figure 1*.



Figure 1 Sambutan Dekan Fakultas Teknologi Informasi UK. Maranatha

Selanjutnya, Pak Dindin Sukaya sebagai Kepala Desa Cibodas, Lembang juga memberikan kata sambutan seperti pada *Figure 2*.



Figure 2 Sambutan Kepala Desa Cibodas, Lembang

Setelah kata sambutan dari Pak Teddy dan Pak Dindin, foto bersama dilakukan seperti pada *Figure 3*.

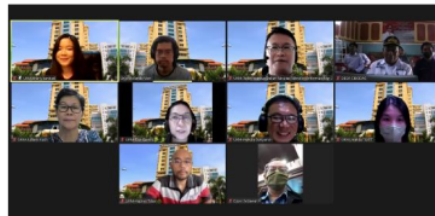


Figure 3 Foto Bersama

Berikutnya adalah penyampaian materi tentang *Digital Entrepreneurship* yang dibawakan oleh Ibu Tiur Gantini seperti pada *Figure 4*.



Figure 4 Materi Pertama tentang Digital Entrepreneurship oleh Ibu Tiur Gantini

Selanjutnya, materi kedua tentang *Digital Marketing Strategy* yang dibawakan oleh Ibu Julianti Kasih seperti pada *Figure 5* [8,9].



Figure 5 Materi Kedua tentang Digital Marketing Strategy oleh Ibu Julianti Kasih

Setelah dua materi disampaikan, acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab seperti pada *Figure 6*.



Figure 6 Sesi Tanya Jawab antara FTI UK. Maranatha dan Desa Cibodas



Figure 10 Materi tentang Strategi Digital Marketing

Akhirnya, acara ditutup oleh ringkasan yang disampaikan oleh Pak Djoni Setiawan selaku PIC dari kegiatan ini.



Figure 7 Materi tentang Pembuatan Rencana Bisnis Sederhana



Figure 8 Materi tentang Rencana Bauran Pemasaran



Figure 9 Materi tentang Potensi Calon Pembeli melalui Media Sosial di Indonesia



Figure 11 Materi tentang Strategi Digital Marketing

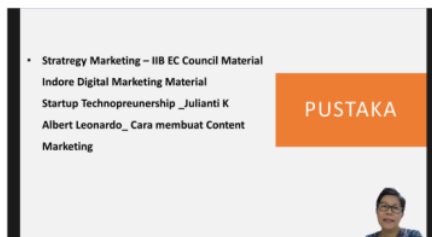


Figure 12 Daftar Pustaka Digital Marketing

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan selama berjalannya kegiatan webinar “Pengenalan Dunia Digital Marketing” untuk masyarakat Desa Cibodas Lembang. Seluruh proses kegiatan webinar dapat berjalan dengan lancar dari sisi proses pelaksanaan kegiatan dan fasilitas teknologi yang digunakan.

Secara keseluruhan materi yang disampaikan oleh para narasumber dapat diterima dengan baik para peserta yang hadir. Hal ini terlihat dari umpan balik yang disampaikan oleh para peserta sebagaimana yang terlihat pada

Bagaimana tanggapan Bapak / Ibu / Saudarai terhadap materi yang diberikan dalam pelatihan / seminar yang telah berlangsung untuk hal-hal berikut ini:



Figure 13.

Figure 13 Umpan balik terkait materi kegiatan

Berdasarkan Figure 13 tersebut dan komentar yang disampaikan oleh para peserta, dapat disimpulkan bahwa para peserta sudah dapat memahami dan mengerti akan isi materi yang disampaikan oleh para narasumber. Para peserta yang hadir pun aktif mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait materi yang disampaikan dan mengkonfirmasi apa yang mereka ketahui atau pahami selama ini. Untuk memperkaya kemampuan dan keterampilan para peserta kegiatan, terdapat saran yang diterima oleh pihak panitia untuk melaksanakan pertemuan atau kegiatan lanjutan agar dapat lebih mendalami materi yang disampaikan agar dapat diimplementasikan secara aktif dalam kehidupan sehari-hari.

5. KESIMPULAN

Kegiatan abdimas penyuluhan pengenalan dunia digital marketing bagi Desa Cibodas ini berlangsung dengan lancar dan telah memberikan edukasi kepada para peserta untuk memahami dasar-dasar digital marketing. Kegiatan abdimas ini merupakan langkah awal dari rencana besarnya, yaitu: memajukan agrowisata Desa Cibodas.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UK. Maranatha yang telah memberikan dukungan financial terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

7. REFERENSI

- [1] Grubb, S. (2021) How Cybersecurity Really Works: A Hands-on Guide for Total Beginners, No Starch Press, San Francisco.
- [2] Cofriyanti, E. (2018) Pelatihan Google Apps bagi Guru SMK Negeri 3 Palembang. APTEKMAS, 1(2):1-5.
- [3] Internet World Stats (2015) [accessed 1 November 2015] World Internet Users

Statistics [Online]
<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

[4] Zaman, M., Oktapriandi, S., dan Masnila, N. (2019) Perbaikan Manajemen Pemasaran terhadap Peningkatan Omset Produk Tenun Songket Palembang. APTEKMAS, 2(1):1-8.

[5] Poltak, H., Muhfizar, Sirait, J., Ismail, dan Ristiani (2022) Peningkatan Kemampuan Pemasaran dan Pembukuan Sederhana di Desa Inovasi Kelautan dan Perikanan. APTEKMAS, 5(2):83-90.

[6] Banks, S. (2012) Community Based Participatory Research A Guide to Ethical Principles and Practice, Center for Social Justice and Community Action, Durham University.

[7] Hanafi, M., Naili, N., Salahuddin, N., Riza, A. K., Zuhriyah, L. K., Muhtarom, Rakhmawati, Ritonga, I., Muhid, A., dan Dahkelan (2015) Community-Based Research: Sebuah Pengantar. Surabaya: LP2M.

[8] Barone, A., James, M., Perez, Y. (2021) [accessed 7 Januari 2022] Digital Marketing [Online]
<https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>

[9] Kingsnorth, S. (2019) Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing 2nd Edition, Free Press, New York

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

6%

2

jabarekspres.com

Internet Source

1%

3

adoc.pub

Internet Source

1%

4

it.maranatha.edu

Internet Source

1%

5

jurnal.polsri.ac.id

Internet Source

1%

6

arieabimanyu.blogspot.com

Internet Source

1%

7

ejournal.skpm.ipb.ac.id

Internet Source

1%

8

deswindsf.blogspot.com

Internet Source

1%

9

ejournal.unima.ac.id

Internet Source

1%

10	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1 %
11	Submitted to Deakin University Student Paper	1 %
12	litapdimas.kemenag.go.id Internet Source	1 %
13	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
14	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
15	id.unionpedia.org Internet Source	<1 %
16	partnership.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
18	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
19	es.scribd.com Internet Source	<1 %
20	iaascuns.blogspot.com Internet Source	<1 %
21	kak.or.id Internet Source	<1 %

22

kilaskementerian.kompas.com

Internet Source

<1 %

23

si.almaata.ac.id

Internet Source

<1 %

24

surabaya.tribunnews.com

Internet Source

<1 %

25

www.stebisigm.ac.id

Internet Source

<1 %

26

forum-tkskciamis.blogspot.com

Internet Source

<1 %

27

runbin798.blogspot.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8