

PERAN DIGITAL MARKETING BAGI WIRAUSAHA PEMULA DI DESA SAMBONG DUKUH KABUPATEN JOMBANG

Aliffia Agustina Nugraha¹, Eka Novita Sari², Navissya Dzuchroidah³, Afyah Nur K⁴

Universitas Trunojoyo Madura^{1,2,3,4}

Email: navissya19@gmail.com

Abstract

This community service is aimed at the youth of Sambong Dukuh Village, Jombang District, Jombang Regency, East Java Province as individuals or groups who are expected to be able to increase the number of new entrepreneurs so that they can create and increase the income of villagers. This service activity is carried out by providing education on the importance of entrepreneurship since adolescence and the ease of promotion in the digital era by utilizing social media as a business opportunity to get more turnover and not require a lot of spending. In addition, this service activity not only provides education on the importance of entrepreneurship since adolescence, but this service activity invites teenagers to remain productive during the current pandemic.

Keywords: Digitalization; Marketing; Entrepreneurship

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada para remaja Desa Sambong Dukuh, Kec Jombang Kab Jombang Provinsi Jawa Timur sebagai individu atau kelompok yang diharapkan mampu untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang baru sehingga dapat menciptakan serta meningkatkan pendapatan warga desa. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan edukasi terhadap pentingnya berwirausaha sejak remaja serta mudahnya melakukan promosi di era digital dengan memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha untuk mendapatkan omzet yang lebih dan tidak membutuhkan banyak pengeluaran. Disamping itu, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan edukasi terhadap pentingnya berwirausaha sejak remaja akan tetapi kegiatan pengabdian ini mengajak para remaja agar tetap produktif di masa pandemi seperti saat ini

Kata Kunci: Digitalisasi; Marketing; Berwirausaha

PENDAHULUAN

Pandemi covid 19 sudah 2 tahun melanda Indonesia. Berbagai peraturan mulai diterapkan oleh pemerintah mulai anjuran untuk selalu melakukan 3 M (mencuci tangan, menjaga jarak dan memakai masker), adanya PSBB pada tahap awal diberitakannya covid 19 dan sekarang penerapan PPKM darurat yang dinilai untuk meminimalisir korban akibat pandemi. Akses mobilitas dibatasi, para pedagang kecil mengalami kerugian akibat penutupan ini. Akses kesehatan pun mulai sulit akibat banyaknya pasien yang terkonfirmasi covid 19. Sudah mencapai ribuan orang yang meninggal akibat terpapar virus covid 19 ini. Tidak dapat dipungkiri dengan adanya peraturan tersebut masyarakat tidak bisa mencari penghasilan terlebih bagi masyarakat yang dibayar harian, pastinya mereka akan sangat kena dampaknya (Muhammad Najamudin, Benny Mahendra, 2020). Dampak yang di timbulkan dari pandemi covid 19 sangat luar biasa mulai dari sektor pendidikan, kesehatan maupun perekonomian terutama pada UMKM (Roy Wahyuningsih, Erva Puspita Rahayu, Dimas Maulana, Renata Pratiwi, 2021). Para pelaku UMKM sangat mengeluhkan adanya penurunan pendapatan mereka karena dampak dari pandemi covid 19 ini. Ditambah lagi banyak pengangguran akibat adanya pengurangan karyawan pada sektor industri.

Penanggulangan masalah kemiskinan telah dilakukan oleh pemerintah dengan mencanangkan kegiatan berwirausaha (Dedi Rianto Rahadi, Etty Susilowati, 2018). Banyak dari masyarakat yang sudah memulai untuk menjadi wirausahawan. Kewirausahaan sendiri diartikan suatu proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa serta kemakmuran (Armalinda, 2021). Kewirausahaan dapat menjadi mamajukan ekonomi suatu negara. Dengan adanya para wirausaha diharapkan dapat menjadi pembuka lapangan kerja baru. Para wirausahawan sudah sepatutnya memiliki sikap proaktif dan inisiatif dalam perkembangan usahanya agar tidak mengalami ketertinggalan. Pembangunan dan perkembangan negara berkembang seperti Indonesia ini sangat ditentukan oleh adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Nardi Sunardi, Rosa Lesmana, Kartono, Rudy, Wiwik Hasbiyah, 2020). Berawal dari seseorang yang membuka usaha dan memperkerjakan para karyawan mengakibatkan jumlah pengangguran berkurang dan peningkatkan pendapatan per kapita suatu negara. Di masa pandemi covid 19 ini banyak pelaku UMKM yang menurun omzet nya dan bahkan gulung tikar. Hal ini dikarenakan penerapan aturan di rumah saja. Alhasil, masyarakat lebih suka belanja melalui market place yang penggunaannya di nilai sangat efisien. Bagi pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan digital marketing sebagai pemasaran produknya agar lebih dikenal masyarakat luas (Rahmatul Jannatin N, M. Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, Agus Pebriyanto, 2020).

Teknologi Menurut Miarso adalah proses meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan

atau menghasilkan suatu produk, produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem (Ajmal As'ad, Haerdiensyah Syahnur, Muara Arumbarkah, 2019). Teknologi internet paling diminati masyarakat bahkan dunia dimana perkembangannya menjadi teknologi informasi dan komunikasi. Pengguna internet dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan hingga telah mencapai 175,4 juta pengguna di Januari 2020 (Hadiono Wijoyo, Haudi, Aris Ariyanto, Denok Sunarsi, Mada Faisal Akbar, 2020). Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih menyukai transaksi digital karena dirasa lebih efisien dan sangat cocok untuk dilakukan dalam memenuhi kebutuhan mereka di masa pandemi covid 19 ini. Digital marketing menjadi salah satu hal terpenting dalam berwirausaha di masa ini. Dimana masih banyak masyarakat yang takut untuk keluar rumah serta bepergian. Adanya media sosial menjadi penghubung antara penjual dan pembeli yang menjadi peluang usaha yang baik untuk memasarkan dan mempromosikan produk yang dijual. Perkembangan digital marketing ini telah merubah pemasaran yang semula secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan market place salah satunya penggunaan sosial media (Aditya Wardhana, 2015).

Menurut Zimmerer (2008), ada 8 faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan, salah satu diantaranya yaitu kemajuan teknologi (Misnawati, Yusriadi, 2018). Dampak positif dari penggunaan teknologi ini untuk keberhasilan usaha serta dapat memberikan banyak kemudahan dalam aktivitas usaha, seperti kemudahan akses informasi, perluasan jaringan untuk komunikasi. Dari sinilah muncul berbagai media sosial berbasis teknologi seperti, facebook, instagram, grab, shopee, lazada, olx Bukalapak, dll. Fungsi utama dalam pemanfaatan teknologi untuk wirausaha ini untuk kegiatan promosi dimana informasi barang yang kita jual dapat diakses oleh orang banyak serta pengeluaran biaya yang rendah yang menjadi nilai plus dalam marketing digital ini. Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan dapat dirumuskan bagaimana peran digital marketing dalam bagi Wirausaha Pemula yang sekarang sangat wajib untuk dipelajari bagi para wirausahawan.

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sambong Dukuh Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur, sebuah Desa yang berada di tengah Kecamatan Jombang oleh mahasiswa KKNT-40 Universitas Trunojoyo Madura dan dibimbing oleh dosen pembimbing lapangan yaitu, Ibu Afiya Nur Kayati S.Pd., M. Pd., pada bulan Mei-Juli 2021. Mitra kegiatan ini adalah remaja anggota Ikatan Pelajar Putra dan Putri Nadhlatul Ulama (IPNU dan IPPNU) Desa Sambong Dukuh Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang. Adapun keterlaksanaan dan keberhasilan kegiatan ini dilaksanakan melalui tiga metode yakni pemberian program, sosialisasi materi dan pendampingan dalam pembuatan akun. Beberapa tahapan prosedur kerja untuk mendukung realisasi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Observasi awal dengan menganalisa masalah yang dihadapi oleh para pedagang yang berada di Pasar Legi yang lingkungannya di area Sambong Dukuh dan para remaja dalam pemanfaatan waktu saat sekolah daring ini.
2. Kegiatan yang serupa lainnya dengan memproduksi kripik tahu walik serta pemanfaatan sampah plastik yang memiliki nilai jual.
3. Persiapan program meliputi penyusunan jadwal kegiatan yang disepakati oleh para remaja karena tidak memungkinkan jika mengundang pedagang pasar.
4. Untuk menasar pedagang pasar digunakan cara untuk mengunjungi tempat mereka berjualan dan membuat akun sosial media yang digunakan sebagai media promosi.
5. Pelaksanaan kegiatan inti. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 27 Juli 2021. Adapun dalam kegiatan ini terdiri beberapa bagian:
 - a. Pembukaan, kegiatan ini meliputi sosialisasi program.
 - b. Worskshop dalam pembuatan sosial media.
 - c. Sesi tanya jawab terkait kendala digital marketing.
 - d. Untuk pedagang di pasar di hari lain datang ke tempat mereka berjualan yang sebelumnya sudah bersedia untuk dibantu dalam kegiatan pemasarannya dan dibuatkan akun sosial media.
 - e. Evaluasi hasil akhir dilakukan untuk mengetahui ketercapaian target kegiatan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis Desa Sambong Dukuh berada di wilayah Kecamatan Jombang yang merupakan salah satu kecamatan dari 21 kecamatan di Kabupaten Jombang. Kecamatan Jombang terdiri dari 20 desa yang salah satunya adalah Desa Sambong Dukuh. Luas Desa Sambong Dukuh \pm 1,62 Km². Desa Sambong Dukuh memiliki 3 dusun, 8 RW dan 57 RT. Jumlah penduduk sekitar \pm 8.566 jiwa (Badan Pusat Statistik,

2016). Mata pencaharian masyarakat Sambong Dukuh mayoritas di bidang perdagangan dan jasa. Berada di daerah yang dijadikan sebagai tempat jual-beli pedagang besar membuat Desa Sambong Dukuh ini banyak di datangi oleh para tengkulak baik di tengkulak yang berasal dari Jombang maupun tengkulak yang dari luar Jombang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk belajar berwirausaha dalam kegiatan produksi dan promosi diikuti oleh para remaja yang ada di Desa Sambong Dukuh jombang, dilaksanakan dengan 3 kali pertemuan bertahap. Pertama pelatihan pemanfaatan botol bekas menjadi barang layak jual, kedua pelatihan pembuatan kripik tahu walik dan ketiga pelatihan dan pendampingan digital marketing. Hasil capaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada tabel, sebagai berikut:

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Juni 2021				
		1	2	3	4	5
1.	Observasi Awal dan Persiapan Program	Sabtu, 5 Juni 2021				
2.	Pelatihan Pengelolaan Sampah			Minggu, 6 Juni 2021		
3.	Pelatihan Pembuatan Tahu Walik				Minggu, 13 Juni 2021	
4.	Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing					Minggu, 27 Juni 2021
5.	Evaluasi Hasil					Jum'at, 2 Juli 2021

Sumber: Dokumentasi tim pengabdian, 2021

Pelaksanaan Kegiatan

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu antara lain:

1. Survey lapangan, kegiatan ini meliputi melihat kondisi lingkungan di lapangan/lokasi sasaran sekaligus untuk meminta ijin kerjasama kepada pihak tertentu terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Tahap persiapan, tahap ini terdiri atas pembuatan panitia dan pembagian kerja serta persiapan pelaksanaan acara.
3. Sosialisasi atau penyuluhan program dengan menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan serta penyampaian materi Peran Digital Marketing Bagi Wirausaha Pemula. Penyuluhan disampaikan dengan menjelaskan materi dari power point (PPT) dan diakhiri dengan sesi tanya jawab.
4. Pelaksanaan pelatihan, kegiatan ini terdiri atas dua rentetan acara yaitu demonstrasi yang akan dilakukan oleh salah satu anggota KKNT dan acara kedua adalah praktik yang dilakukan peserta kelompok sasaran yaitu remaja IPNU/IPPNU.



Gambar 1. Sosialisasi kegiatan

Peserta kegiatan berjumlah 20 orang. Pelatihan ini dimulai dengan beberapa rangkaian acara seperti sosialisasi program, pembukaan kegiatan, pemberian materi, pelatihan, hingga cara pemasaran yang lebih efisien menggunakan digital marketing. Rangkaian yang pertama adalah proses produksi keripik tahu walik, bahan untuk membuat keripik tahu walik yakni tahu goreng, tepung serba guna krispy, penyedap rasa, minyak goreng. Selanjutnya merupakan proses demonstrasi pembuatan keripik tahu walik dan pemaparan tentang kewirausahaan. Proses demonstrasi tidak lupa dibantu oleh para peserta yang hadir dengan rasa antusias yang tinggi membuat suasana cukup hidup dan kondusif. Setelah proses pembuatan selesai mulailah para peserta mencicipi hasil keripik tahu yang dibuat bersama-sama. Sebelum pelaksanaan demonstrasi tidak lupa penulis memaparkan sedikit materi dan motifasi tentang kewirausahaan.



Gambar 2. Kegiatan pengabdian

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini sangat penting apalagi dikala pandemi seperti ini, sebagai masyarakat yang terkena dampak dari pandemi ini seperti pekerja yang di rumahkan, kantor-kantor yang ditutup atau gulung tikar maka masyarakat harus berinisiatif dan mulai bangkit dari keterpurukan. Salah satunya adalah dengan cara mulai berwirausaha. Selain dari pada itu, sekolah pun di rumah sesuai anjuran dari pemerintah jadi banyak waktu luang yang bisa dimanfaatkan untuk berwirausaha, dengan adanya demonstrasi pembuatan tahu walik diharapkan menjadi gambaran atau referensi sederhana untuk memulai usaha karena minim resiko gagal.

Selanjutnya bahan yang digunakan dalam pemanfaatan sampah plastik yakni botol aqua bekas. Botol plastik yang dinilai banyak menimbulkan pencemaran ternyata bisa dijual dengan dijadikan produk yang memiliki manfaat, seperti tempat pensil, celengan dan lain sebagainya. Dengan adanya kegiatan recycle ini diharapkan para remaja dapat kreatif dalam memanfaatkan sampah yang ada di sekitarnya menjadi produk layak jual. Setelah kegiatan produksi dilakukan selanjutnya adalah tahap pemasaran dengan menggunakan market place yang memanfaatkan digital marketing. Banyak keuntungan saat kita bisa mempromosikan dengan baik salah satunya hemat akan biaya dan lebih dikenal masyarakat luas. Hal ini menjadi lebih efisien mengingat pengguna internet dimasa pandemi sangat meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan produktifitas untuk mengisi waktu dirumah saat pandemi covid 19 ini sangatlah dibutuhkan. Banyak hal yang menjadi trobosan agar kita tidak mengalami stress maupun kebosanan untuk mendukung kebijakan pemerintah ini. Di era sekarang saat orang-orang banyak kehilangan pekerjaan, menjadi wirausahawan sangatlah dibutuhkan untuk membantu warga sekitar. Bagi para pelaku usaha yang dituntut untuk lebih mengetahui penggunaan internet melalui digital marketing agar omzet mereka bertambah. Digital marketing/online marketing adalah salah satu alternatif usaha yang dilakukan seorang untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa di era globalisasi apalagi pada masa pandemi seperti ini. Hal ini dirasa sangat efektif dan efisien. Tidak perlu mengeluarkan tenaga yang cukup banyak. Hanya saja diperlukan keterampilan dan kreatifitas yang tinggi agar orang tertarik dengan produk/jasa yang dipasarkan. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh penulis diatas bahwaasanya peran digital marketing sangatlah penting untuk menghemat pengeluaran dalam berwirausaha serta budaya internet yang mengakibatkan orang lebih senang belanja online daripada belanja di tempat tujuan. Dimasa pandemi ini

digital marketing dinilai sebagai terobosan baru untuk meningkatkan omzet yang turun karena adanya peraturan untuk tetap dirumah saja.

REFERENSI

- Armalinda.2020. *Penyuluhan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha dan memulai usaha produktif pada masyarakat Desa Bandung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat*. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat 2 (1), 27-30 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Serelo Lahat
- As'ad, Ajmal, dkk. 2019. *Pelatihan Motivasi dan Kewirausahaan Bagi Warga Desa Sanrobone Kabupaten Takalar*. Jurnal Pengabdian Bina Ukhuwah Volume 1 Nomor 2. Sulawesi Selatan, Takalar.
- Jannatin, Rahmatul, dkk. 2020. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. Jurnal Impact : Implementation and Action Volume 2, Nomor 2, Banjarmasin, Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Misnawati dan Yusriadi.2018. *Efektifitas Pengelolaan Kewirausahaan Berbasis Kognitif dan personal Melalui Penggunaan Infrastruktur Digital (Media Sosial)*.Jurnal Mitra Manajemen JMM Online Vol . 2 No.3 Mei (2018) 138-145, Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Pengayoman
- Najamudin, Muhammad dan Benny Mahendra, 2020. *Pendampingan Wirausaha Pengrajin Musik Panting P.IX Musik Kota Banjarmasin di Masa Covid 19*. Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol 2 No 1, FKIP ULM
- Rianto, Rahadi Dedi dan ETTY Susilowaty 2018. *Kreatifitas Kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide Usaha Baru Melalui Pengolahan Kripik Tempe Lupin*. Jurnal Pengabdian & Kewirausahaan Vol. 1 No. 1, Universitas Presiden.
- Sunardi, Nardi, dkk. 2020. *Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Abdi Masyarakat Humanis Vol.2, No.1 , Banten, Tangerang Selatan.
- Wahyuningsih, Roy, dkk. 2021. *Pemberdayaan Masyarakat Jombang Berbasis Kewirausahaan Melalui Pendampingan Pembuatan Masker Kain di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat Vol. 2, No. 1 (Mei 2021) E-ISSN : 2722-5097 Pg : 50-58, STKIP PGRI Jombang.
- Wardhana, Aditya. 2015. *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional, Universitas Telkom
- Wijoyo, Hadion, dkk. 2020. *Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa*. IKRAITH-ABDIMAS Vol 3 No 3

