

## PENERAPAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK DI DESA BARU KECAMATAN RAMBUTAN

Ahmad Farisi<sup>1</sup>, Ericha Goemay Putery<sup>2</sup>, Nyimas Sopiah<sup>3\*</sup>, Baibul Tujni<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Universitas Multi Data Palembang, Palembang, Indonesia

<sup>2,3</sup>Sistem Informasi, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

<sup>4</sup>Komputerisasi Akuntansi, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

\*nyimas.sopiah@binadarma.ac.id, JL. Jenderal A. Yani No. 3, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, 30264, Indonesia

### **Kata Kunci:**

Digital Marketing, Produk, Instagram.

**Abstrak** - Penjualan produk oleh warga Desa Baru Kecamatan Rambutan yang selama ini masih dilakukan secara konvensional masih dinilai kurang mempromosikan produk yang dijual. Tujuan pelaksanaan pengabdian ini agar dapat menyebarkan pengetahuan untuk warga desa agar dapat mempromosikan produk yang dijual secara digital dengan memberikan pelatihan tentang penggunaan *Instagram* dan membranding produk lewat desain produk yang menarik sehingga diharapkan dapat membantu menaikkan jumlah penjualan, mempromosikan produk unggulan yang desa punya kepada khalayak ramai dan pengetahuan kepada warga desa akan pentingnya pemanfaatan *digital marketing* pada saat ini. Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan ini menggunakan metode pendekatan penyuluhan, pelatihan dan bimbingan.

### **Pendahuluan**

Desa Baru adalah desa yang berlokasi pada Kecamatan Rambutan, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan yang berlokasi berbatasan dengan Kota Palembang. Sebagian masyarakat di Desa Baru bekerja sebagai petani, peternak ikan, peternak sapi dan buruh di perkebunan sawit. Potensi besar yang dimiliki Desa Baru adalah di bidang perikanan yaitu tambak ikan patin, karena sudah memiliki hasil panen yang cukup besar di tahun 2021 sebanyak 5 ton dihasilkan oleh pokmas semangat baru dan 5 ton oleh pokmas berkah. Ikan tersebut biasanya diolah menjadi produk kerupuk kelempang.

Seiring dengan berlimpahnya hasil panen ikan patin, maka jumlah pendapatan desa juga mengalami peningkatan. Namun hal tersebut tidak terus-menerus berlangsung selamanya. Penghasilan desa dalam bidang

perikanan sangat bergantung pada beberapa faktor seperti lahan, keadaan iklim, pengembangan produk dan juga pemasarannya. Hasil yang diperoleh desa dalam perikanan ini tentunya tidak hanya menghasilkan ikan patin mentah saja, maka dari itu perlu dilakukan pengembangan terhadap hasil panen dari ikan patin tersebut.

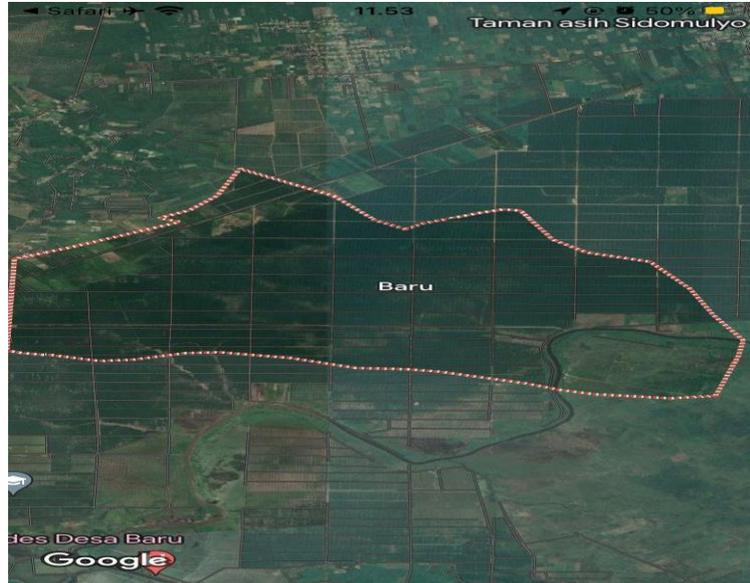
Produk merupakan benda pemasaran yang paling dasar ataupun dapat diartikan menjadi apapun yang bisa ditampilkan pada pasar agar dapat diamati, dimiliki, dimanfaatkan atau bahkan dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan [1]. Produk juga dapat berupa jasa, benda fisik, lokasi, manusia, gagasan ataupun organisasi. Memasarkan produk secara digital adalah suatu bentuk usaha yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk yang dimiliki oleh desa, yaitu dengan memanfaatkan media elektronik ataupun memanfaatkan media *online* menggunakan internet. Pemasaran secara digital atau *digital marketing* adalah salah satu upaya dalam memasarkan atau melakukan promosi dari suatu merek ataupun produk memanfaatkan media digital ataupun *online*. Selain itu, tujuan *digital marketing* adalah agar dapat merambah calon konsumen ataupun konsumen sehingga lebih tepat waktu serta cepat [2]. *Digital marketing* dengan memanfaatkan media elektronik dapat berupa iklan pada stasiun televisi maupun radio, sedangkan media *online* dapat berupa pemasaran memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, serta *e-commerce* lainnya yaitu Tokopedia, Shopee, Lazada dan yang lainnya. Perkembangan pemasaran mengikuti berkembangnya teknologi informasi memanfaatkan *digital marketing* diprediksi dapat menjadi awal perubahan metode pemasaran dari suatu barang atau produk, yang sebelumnya memanfaatkan metode konvensional. *Digital Marketing* semakin berkembang pesat dikarenakan pemanfaatan internet semakin meningkat, yang mana hal ini terjadi disebabkan hadirnya *smartphone* [3].

*Digital marketing* sering digunakan oleh perusahaan ataupun pelaku usaha dalam melakukan pemasaran jasa ataupun produknya. Pemasaran digital memanfaatkan promosi dengan iklan sangat gampang dilaksanakan serta efisiensi waktu yang tinggi. Hal ini dikarenakan pengguna *platform* digital untuk kegiatan sehari-hari semakin bertambah, sehingga pengguna yang biasanya langsung membeli produk ke toko beralih memanfaatkan media *online* untuk membeli produk yang dibutuhkan. Oleh karena itu, upaya pengembangan *digital marketing* di desa diharapkan dapat membantu warga desa dalam memasarkan produk yang mereka punya, dalam rangka membantu meningkatkan jumlah penghasilan yang diperoleh warga desa.

Ada beberapa pengabdian dan penelitian yang menerapkan *digital marketing*. Seperti *digital marketing* yang dilakukan oleh Dimas Sasongko dan kawan-kawan menerapkannya sebagai strategi pemasaran UMKM [4]. Media sosial *instagram* lainnya adalah Mojok.co yang menggunakan *digital marketing* [5]. Aplikasi *digital marketing* yang merupakan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan [6]. Pengguna *digital marketing* pada masa Masyarakat Ekonomi Asean adalah UMKM [7]. Penerapan *digital marketing* pada Home Industri untuk meningkatkan penghasilan [8]. Implementasi *digital marketing* berupa Video Cinematic dengan memanfaatkan Motion Grafis untuk promosi UKM Rempeyek Nok Uus [9]. Meningkatkan pemasaran Usaha Taniku Cirebon dengan mengimplementasikan *digital marketing* [10].

## Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilakukan di Desa Baru Kecamatan Rambutan Provinsi Sumatera Selatan. Waktu kegiatan dilakukan pada tanggal 22 Juli 2022 sampai dengan 19 Agustus 2022. Berikut merupakan lokasi/denah tempat kegiatan pengabdian dilakukan.



**Gambar 1.** Lokasi Desa Baru Kecamatan Rambutan Provinsi Sumatera Selatan

Mitra kegiatan adalah warga Desa Baru Kecamatan Rambutan Provinsi Sumatera Selatan sebanyak 20 orang terbagi ke dalam kelompok karang taruna, perangkat desa serta warga sekitar. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah dengan pelatihan dan demonstrasi tentang penggunaan *Instagram*. Diharapkan dengan dilakukan pelatihan dan bimbingan, mitra Desa Baru diharapkan dapat menguasai tehnik pembuatan *Instagram*, bagaimana mengirim video atau foto tetang produk yang akan dijual, serta bagaimana membranding produk yang dijual sehingga kelihatan lebih menarik dan mempunyai nilai jual.

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan 20 orang warga Desa Baru Kecamatan Rambutan yang bertempat di Kantor Desa Baru. Ada 3 kegiatan dilakukan yaitu pertama: dengan membuat kerupuk kelempang, kedua: pelatihan tentang pembuatan *instagram*, dan ketiga: penjelasan tentang materi digital marketing. Adapun rincian kegiatannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Waktu Kegiatan Penyuluhan

Tanggal	Kegiatan/Materi
17 Juli 2022	Pembuatan Produk sebagai hasil program
22 Juli 2022	Penyuluhan pembuatan <i>Instagram</i> dan logo
19 Agustus 2022	Pemaparan Materi Digital Marketing

Kegiatan pertama adalah membuat kerupuk kelempang bersama dengan warga yang menjual produk tersebut. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui

tentang produk yang akan dijual sebagai produk yang akan dipromosikan ke media digital. Produk yang dihasilkan berupa kerupuk kelempeang yang berasal dari ikan patin. Ikan patin yang diambil hanya dagingnya saja. Kemudian daging ikan patin digiling halus. Setelah itu, ikan yang sudah digiling diberi air, kemudian diaduk rata. Setelah itu dimasukkan penyedap dan garam. Terakhir masukkan tepung sagu, baru kemudian dibentuk kerupuk atau kelempeang. Bahan yang sudah dibentuk kemudian direbus. Setelah masak, didiamkan sehari supaya lebih kering. Baru kemudian dijemur jika kerupuk, jika kelempeang, dipotong tipis. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan tersebut.



**Gambar 2.** Pembuatan Kerupuk Kelempeang

Kegiatan kedua adalah membuat *Instagram*, yang mana cara membuat *instagram* pertama-tama adalah dengan memasang aplikasi *instagram* pada *smartphone*. Setelah itu, jalankan aplikasi *instagram* kemudian dapat dilakukan pendaftaran akun. Adapun pada saat pendaftaran akan dibutuhkan alamat *email* serta nomor telepon yang aktif, setelah itu akan diminta kode konfirmasi untuk memvalidasikan akun *intagram*. Akun *intagram* dapat juga memanfaatkan akun *Facebook* yang telah ada di *smartphone*. Apabila mendaftar menggunakan alamat *email* maupun nomor telepon, diperlukan *username* dan *password*, kemudian lakukan pengisian data profil yang lengkap. Selain itu, apabila melakukan pendaftaran memanfaatkan akun *Facebook*, maka diperlukan akses *login* pada akun *Facebook* jika akun *Facebook* telah *logout* pada *smartphone*. Akun *Instagram* yang dihasilkan pada kegiatan ini adalah dengan nama *@olahan\_anyar*. Data akun *instagram*-nya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 3.** Contoh Instagram Penjualan Produk Kerupuk Kelempang

Kegiatan ketiga adalah memberikan penjelasan tentang Digital Marketing kepada warga Desa Baru Kecamatan Rambutan. Materi yang diberikan yaitu cara penggunaan Instagram, branding produk dan desain produk. Untuk membranding produk, maka dilakukan dengan cara yang menarik dan cepat diingat konsumen. Kegiatan branding produk dilakukan dengan pertama memilih nama brand yang singkat dan mudah diucapkan. Kedua menentukan diferensiasi (ciri khas) produk. Ketiga Brand dan Logo merupakan cerminan produk. Keempat pasang iklan di instagram. Kemudian ikut serta dalam pameran, bazaar, atau event lainnya. Diharapkan setelah selesai melakukan kegiatan tersebut warga Desa Baru dapat bisa mengembangkan produk dengan mengembangkan produk mentah yang desa punya. Berikut foto setelah produk di branding.



**Gambar 4.** Branding Produk

Setelah semua kegiatan dilakukan, ternyata ada beberapa kendala. Beberapa kendala telah ditemukan selama kegiatan ini berlangsung Adapun kendala tersebut antara lain :

- 1) Pengetahuan warga desa yang masih minim tentang digital marketing karena mereka masih banyak belum mengetahui kegunaan apa saja yang dimiliki aplikasi yang terdapat di *smartphone* yang mereka miliki.
- 2) Sinyal yang susah menghambat pembuatan akun sosmed.
- 3) Saat pembuatan kelempang sebagai produk desa yang akan dipasarkan melalui digital marketing terdapat kendala seperti susahnya menggerus ikan secara manual.
- 4) Cuaca yang buruk dalam penjemuran kelempang.

Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa para warga desa memiliki semangat untuk bisa menguasai atau mengerti materi pemaparan yang sudah diberikan. Terlihat dari antusiasme warga yang bertanya. Dengan diadakanya pelatihan ini diharapkan dapat membantu warga desa dalam menggunakan sosmed untuk memudahkan proses promosi serta diharapkan dapat meningkatkan hasil pendapatan desa.

### **Kesimpulan**

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disimpulkan dalam beberapa hal yaitu:

1. Kegiatan pelatihan *digital marketing* serta pengembangan produk Kerupuk Kelempang Ikan Patin ini dapat mengatasi permasalahan yang dimiliki warga desa dalam memasarkan produk serta dalam pembuatan satu produk unggulan yang desa punya.
2. Kegiatan yang dilakukan dapat memberikan manfaat dan dampak positif kepada masyarakat desa, terutama dalam hal pemasaran produk yang dilakukan secara digital sehingga dapat menjadi media untuk memasarkan produk yang dimiliki desa, serta dapat membantu menaikkan hasil pendapatan desa.
3. Pelatihan *digital marketing* ini terdiri dari : Pembuatan akun social media, pembuatan logo sebagai wajah utama produk desa, pemaparan akan pentingnya *digitalisasi* produk yang dimiliki desa.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ibu Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang, Bapak Zaid Amin, M.Kom., Ph.D. selaku Kaprodi Sistem Informasi Universitas Bina Darma Palembang dan Ibu Nyimas Sopiah, M.M., M.Kom. selaku Dosen pembimbing keilmuan. Selain itu, disampaikan terima kasih kepada Bapak Ahmad Farisi, M.Kom. selaku Dosen Pendukung yang telah membantu dalam pembuatan artikel ini. Tidak lupa juga ucapan terima kasih kepada Bapak Baibul Tujni, S.E., M.M.S.i. selaku dosen Pembimbing Lapangan yang telah membimbing selama proses kegiatan Kuliah Kerja Nyata, Bapak Alpino, S.I.P. selaku Kepala Desa Desa Baru beserta jajaranya yang telah memberikan izin melaksanakan kegiatan KKNT serta Kak Siswanto selaku Sekertaris Desa yang telah banyak membantu dan memberikan arahan serta masukan.

## Referensi

- [1] Kotler, Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2001.
- [2] Nur Sabila, "Digital Marketing", Semarang: STEKOM, 2019, h. 23. [https://www.academia.edu/42659150/Bahan\\_Ajar\\_Digital\\_Marketing\\_|?auto=download](https://www.academia.edu/42659150/Bahan_Ajar_Digital_Marketing_|?auto=download).
- [3] Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati, *Digital Marketing*, Malang: PT. Literindo Berkah Karya, 2020.
- [4] Dimas Sasongko, Intan Rahma Putri, Vivi Nur Alfiani, Saskia Dyah Qiranti, Riski Sinta Sari, Pramania Eka Allafa, "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung", *Jurnal Pengabdhi*, Vol.6, No.2, 2020, DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- [5] Dhealda Ainun Saraswati dan Chatia Hastasari, "Strategi Digital Content Marketing pada Akun Medio Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engegement", *Jurnal Biokultur*, Vol.9 No.2, 2020, DOI: <https://doi.org/10.20473/bk.v9i2.22980>
- [6] Diana Rapitasari, "Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Cakrawala* Vol. 10 No. 2 Desember 2016 : 107 - 112.
- [7] Mohamad Trio Febriyantoro, Debby Arisandi, " Pemanfaat digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, Vol.1 No.2, 2018.
- [8] Risa Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 10 No 1, Maret 2019.
- [9] Rahmat Gunawan , Rini Malfiany , Hamdan Yosep Pane, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis", Vol.14, No.1, Juli 2021, pp. 25 - 36.
- [10] Otto Fajarianto, Siti Jubaedah, Dedet Erawati, "Penerapan Digital Marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pada Usaha Taniku Cirebon", *Jurnal Janaka*, VOL.4 NO.1, 2021.

