



Edukasi *Digital Marketing* Kepada Pelaku Usaha di Desa Sampe Cita Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang

Digital Marketing Education For Business Owners In Sampe Cita Village, Kutalimbaru Sub-District, Deli Serdang District

Hidayati Purnama Lubis ^{1*}, Viridyra Tasril², Riska Franita ³, Firdiya Amiyananda ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Panca Budi, Indonesia

Email: hidayati@dosen.pancabudi.ac.id

Alamat kampus: Jl. Gatot Subroto Km 4,5 Sei Sikambang, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan,
Sumatera Utara

Korespodensi email: hidayati@dosen.pancabudi.ac.id

Article History:

Received: April 28, 2024;

Revised: May 19, 2024;

Accepted: June 09, 2024;

Published: June 30, 2024

Keywords: Marketing Strategy,
Digital Marketing, Business Actors

Abstract: The implementation of this community service aims to educate and increase the understanding of the people of Sampe Cita Glugur Rimbun Village, Kutalimbaru District, Deli Serdang Regency about one way to market a product produced. This special target in community service seeks to socialize and educate that marketing strategies to introduce products produced by business actors have changed patterns along with the development of technology that continues to increase, including online using the internet network called digital marketing which is interpreted as digital marketing. This method of implementing community service is by making presentations, lectures and questions and answers to the participants. The topics of the material presented include: what is digital marketing (understanding digital marketing), what facilities can be used as a place for digital marketing, what are the benefits of digital marketing. The results obtained from this community service show that the participants, namely business actors in Sampe Cita Glugur Rimbun Village, Kutalimbaru District, Deli Serdang Regency can know and understand the concept of digital marketing of a product produced by business actors, in an effort to introduce and market existing products easily, cheaply, quickly and efficiently.

Abstrak

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengedukasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Sampe Cita Glugur Rimbun, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang tentang salah satu cara memasarkan suatu produk yang dihasilkan. Target khusus dalam pengabdian masyarakat ini berupaya untuk mensosialisasikan dan mengedukasi bahwa strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha telah berubah pola seiring dengan perkembangan teknologi yang terus meningkat, termasuk online menggunakan jaringan internet yang disebut *digital marketing* yang diartikan sebagai pemasaran digital. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dengan melakukan presentasi, ceramah dan tanya jawab kepada para peserta. Topik materi yang disampaikan antara lain adalah: apa itu *digital marketing* (pengertian *digital marketing*), fasilitas apa saja yang dapat digunakan sebagai tempat *digital marketing*, apa saja manfaat *digital marketing*. Hasil yang diperoleh dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa para peserta yaitu pelaku usaha di Desa Sampe Cita Glugur Rimbun, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang dapat mengetahui dan memahami konsep *digital marketing* dari suatu produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha, dalam upaya memperkenalkan juga memasarkan produk yang ada dengan mudah, murah, cepat dan efisien.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Digital Marketing, Pelaku Usaha

1. PENDAHULUAN

Analisa Situasi

Kecamatan Kutalimbaru termasuk dalam wilayah Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Secara administratif Kecamatan Kutalimbaru berbatasan dengan beberapa daerah yaitu: sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Sunggal dan Pancur Batu, sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sibolangit, berbatasan dengan sebelah Timur Kecamatan Pancur Batu, sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Langkat. Kecamatan Kutalimbaru memiliki 14 (empat belas) desa, salah satunya adalah Desa Sampe Cita (Badan Pusat Statistik, 2020). Secara geografis, Desa Sampe Cita berjarak sekitar 30 Km dari Kota Medan sebagai Ibukota Provinsi Sumatera Utara dengan jarak tempuh sekitar 50 sd 60 menit menggunakan mobil atau kendaraan roda 4 lainnya.



Gambar 1. Peta Jarak Desa Sampe Cita ke Kota Medan

Latar Belakang

Digital marketing menjadi populer dengan munculnya internet di era tahun 90-an adalah merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah merek atau produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat dan efisien. Jenis pemasaran ini melibatkan penggunaan situs web, perangkat seluler (smart phone), media social, mesin pencari dan saluran serupa lainnya sehingga dapat digunakan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Digital marketing, sering dianggap sebagai cara baru bagi Perusahaan dan pelaku usaha untuk mendekati konsumen dan calon konsumen sekaligus memahami perilaku mereka, yaitu melibatkan beberapa prinsip yang sama dengan pemasaran konvensional. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal, perusahaan dan pelaku usaha sering menggabungkan teknik pemasaran dan digitalisasi dalam strategi pemasaran mereka.

Menurut Smith et al. (2017) sebanyak 69% konsumen menggunakan internet dan media sosial untuk berbagi informasi tentang produk dan layanan, yang menghadirkan peluang bagi pelaku bisnis untuk melakukan pemasaran online secara masif dalam rangka menjangkau dan terhubung dengan mereka. Pengguna internet di Indonesia per- Juni 2022 mencapai 210 juta (CNBCIndonesia, 2022), yang memosisikan Indonesia di peringkat keempat pengguna internet

terbesar di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Menurut laporan We Are Social dalam Annur (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023 sedangkan pada Januari 2022, jumlahnya sebanyak 202 juta orang. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Dengan jumlah kenaikan sebesar 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*).

Revolusi digital telah mengubah pendekatan Perusahaan dan pelaku usaha terhadap konsumen secara drastis dan menjadi tantangan bagi perusahaan dan pelaku usaha yang ingin meningkatkan pangsa pasarnya. Penggunaan telepon seluler dan jejaring social merupakan saluran komunikasi terkini yang dapat membangun hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan penjualan.

Permasalahan Mitra

Kondisi yang dialami oleh masyarakat di Wilayah Desa Sampe Cita, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara ini perihal: belum maksimalnya pengetahuan tentang perkembangan dan kemajuan teknologi terkini dalam memanfaatkan sarana *internet* dan masih rendahnya wawasan dan pemahaman terhadap pemasaran produk secara *digital* menggunakan *internet*, khususnya ibu-ibu rumah tangga sebagai mitra/pelaku usaha rumah tangga (*home industry*) di bidang kuliner dan kerajinan tangan.



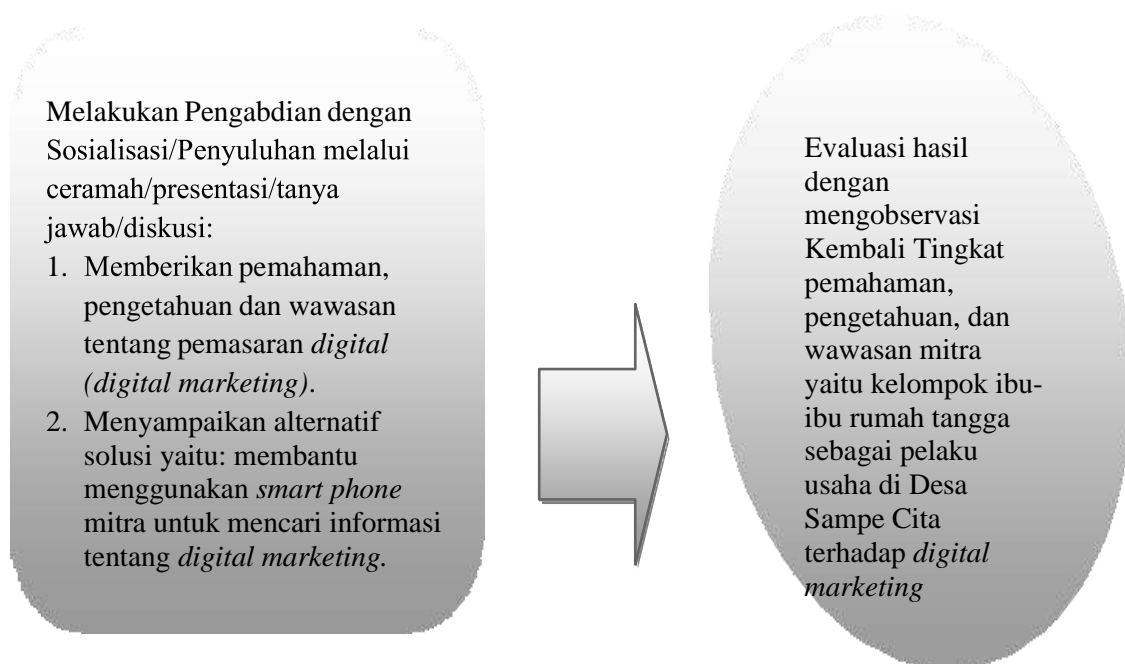
Gambar 2. Foto Bersama Mitra, Mahasiswa dan Tim Pengabdian

2. METODE

Metode pendekatan yang ditawarkan Tim Pengabdian untuk menyelesaikan permasalahan mitra masyarakat khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga di Desa Sampe Cita Glugur Rimbun adalah melakukan pengabdian dengan memberikan edukasi, sosialisasi dan penyuluhan sebagai berikut:

- a. Melakukan ceramah dan presentasi di hadapan mitra yaitu ibu-ibu sebagai pelaku usaha rumah tangga (*home industry*) dengan materi yang berhubungan dengan arti, pengertian dan apa itu *digital marketing* menggunakan sarana *internet*.
- b. Memberikan beberapa pilihan solusi yaitu membantu mitra dalam menggunakan *smart phone* masing-masing untuk mengetahui dari berbagai sumber sehubungan *dengan digital marketing*.
- c. Tahap akhir adalah melakukan evaluasi hasil dengan melakukan observasi/pemantauan kembali tingkat pemahaman dan pengetahuan mitra yaitu kelompok ibu-ibu pelaku usaha rumah tangga di Desa Sampe Cita Glugur Rimbun terhadap perkembangan model dan metode pemasaran secara digitalisasi (*digital marketing*).

Adapun rangkaian metode pendekatan yang ditawarkan adalah seperti berikut:



Gambar 3. Rangkaian Metode Pelaksanaan Pengabdian



Gambar 4. Presentasi dan Tanya Jawab dengan Peserta Pengabdian

Adapun mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terdiri dari beberapa diantaranya:

Tabel 1. Uraian Partisipasi Kerja

No.	Mitra Terkait	Peran
1.	Masyarakat di Desa Sampe Cita Kecamatan Kutalimbaru	Objek pengimplementasian pengabdian
2.	Kepala Desa Sampe Cita	Mitra kelompok usaha

3. HASIL

Pengabdian ini melibatkan pendekatan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner (angket) yang diberikan kepada masyarakat. Hal ini bertujuan agar pengetahuan yang diberikan dalam forum pengabdian dapat diterapkan oleh pegawai untuk meningkatkan kinerja.

Hasil dari kegiatan pengabdian diantaranya, bertambahnya pengetahuan dan wawasan peserta pengabdian/mitra tentang pengertian, kegunaan dan manfaat dari *digital marketing*. Muncul ketertarikan mitra/peserta pengabdian terhadap pemasaran produk yang mereka miliki, dengan menggunakan sarana *digital* antara lain media social pribadi mitra, maupun sarana lainnya yang berbasis pada jaringan *internet (online)*. Perlu diupayakan tindak lanjut berupa kerjasama antara Desa Sampe Cita Kecamatan Kutalimbaru dengan Universitas Pembangunan Panca Budi, untuk melanjutkan Pengabdian kepada Mitra berupa pelatihan penggunaan *media social* sebagai sarana dalam melakukan pemasaran berbasis *digital*.



Gambar 5. Sesi Tim Pengabdian Saat Melakukan Ceramah Kegiatan Pengabdian

EDUKASI DIGITAL MARKETING KEPADA PELAKU USAHA DI DESA SAMPE CITA KECAMATAN KUTALIMBARU KABUPATEN DELI SERDANG

Pengabdian ini dilakukan dengan metode pendekatan berupa presentasi, ceramah, tanya jawab dan diskusi secara terbuka dengan mitra sebagai pelaku usaha, beserta SKPD Desa Sampe Cita Glugur Rimbun Kecamatan Kutalimbaru. *Digital marketing* diartikan sebagai kegiatan *marketing* yang menggunakan berbagai media berbasis *web* (Saputra et al., 2020).

4. DISKUSI

Dengan penggunaan teknologi *digital* dalam upaya mencapai tujuan pemasaran serta pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran yang dilakukan perusahaan (Gunawan & Septianie, 2021). Salah satu contoh pemasaran digital adalah *internet marketing (e-marketing)*. *E-marketing* merupakan suatu proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya *internet*. Aplikasi *digital marketing* dengan menggunakan media sosial sangat penting dikarenakan dapat memberi pengetahuan dan masukan kepada mitra/pelaku usaha tentang bagaimana cara atau tahapan untuk memperluas jaringan melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing bagi mitra/pelaku usaha. Bisnis harus mempertimbangkan biaya untuk mengoptimalkan laba dan penggunaan *internet* harus membuat konsumen merasa nyaman, karena konsumen dapat membeli produk dimana saja dan kapan saja, dan pelaku usaha harus mengembangkan komunikasi dua arah agar terbentuk hubungan yang baik dengan konsumen (K. T. Smith, 2003).

5. KESIMPULAN

Kegiatan PKM yang telah dilakukan oleh Tim dengan memberikan edukasi dan sosialisasi konsep *digital marketing* yaitu mengenalkan dan menyebarluaskan informasi seputar produk yang mitra miliki dengan menggunakan sarana *internet (online)* di Desa Sampe Cita Glugur Rimbun. Kegiatan ini mendapat respon positif, ditunjukkan dengan antusiasme mitra khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga sebagai peserta pengabdian dan juga perangkat SKPD Desa Sampe Cita Glugur Rimbun. Melakukan pemasaran secara *digital (digital marketing)* dapat dilakukan dengan mudah, murah, efisien dalam menjangkau calon konsumen maupun konsumen dengan menggunakan sarana antara lain *media social, blog, web* dan beberapa aplikasi lainnya.

Sebagai rekomendasi dan saran oleh Tim yakni, perlu dilakukan FGD lanjutan dengan mitra/pelaku usaha untuk menentukan platform digital apa yang paling mudah dan disenangi oleh mitra (*media social, channel youtube, web, blog* atau *market place*). 2- Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB), Aparat Desa seperti Kepala Desa dan Kepala Dusun untuk memotivasi mitra dan masyarakat Desa Sampe Cita Glugur Rimbun dalam

meningkatkan pengetahuan dan kemauan memanfaatkan jaringan internet sebagai pemasaran produk mitra secara online sehingga menjadi peluang tambahan pendapatan rumah tangga dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Sampe Cita Glugur Rimbun.

DAFTAR REFERENSI

Annur, Cindy Mutia (2023). *Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia (Januari 2013 – Januari 2023)* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>.

Az-Zahra, N. S. (2021). *Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM*. NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science, 1(1), 77–88.

CNBC Indonesia. (2022). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* Cnbcindonesia.Com.<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022#:~:text=Sedangkan data terbaru APJII%2C tahun,juta pengguna internet di Indonesia>.

Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). *The Effect of Trust and Risk Perceptions Using ECommerce on Consumer Purchase Intentions*. Journal of Economics and Business (JECOMBI), 1(3), 239–247.

Listia, L., Chandra, K., & Utami, S. (2022). Strategi Optimalisasi Ekonomi Digital di Tengah Pandemi Covid-19 Melalui Pasedesa. id di Desa Panggunharjo, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul. *PARADIGMA: Jurnal Ilmu Administrasi*, 11(1), 30-46.

Lubis, H. P., & Miranti, Y. (2023, December). Analysis of Customs Contributions to North Sumatra Regional Economic Growth. In *The International Conference on Education, Social Sciences and Technology (ICESST)* (Vol. 2, No. 2, pp. 325-340).

Lubis, H. P., Franita, R., Siswoyo, P., & Rahayu, P. S. (2024, March). DIGITAL-BASED PROMOTION STRATEGY FOR INCREASING TOURISTS'INTEREST IN VISITING THE GLUGUR RIMBUN LIVESTOCK FARMING AREA. In *PROCEEDING OF INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION, SOCIETY AND HUMANITY* (Vol. 2, No. 1, pp. 1691-1695).

Lubis, H. P., Sajar, S., Wachyuni, M. S., Maghfiroh, A. E., Tarigan, M. C., & Azril, M. (2024). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Kinerja di Area Peternakan Kawasan Living Lab Glugur Rimbun. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 285-290.

Rangkuty, D. M., & Nasution, L. N. (2020). Edukasi kepada masyarakat kelompok nelayan desa pahlawan tentang manfaat penerapan bantuan alat tangkap. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 76-83.

Rangkuty, D. M., Lubis, H. P., Herdianto, H., & Zora, M. M. (2022). Pelatihan Digital Marketing WhatsApp Group bagi Kelompok Usaha Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(1), 43-49.

**EDUKASI DIGITAL MARKETING KEPADA PELAKU USAHA DI
DESA SAMPE CITA KECAMATAN KUTALIMBARU KABUPATEN DELI SERDANG**

- Rangkuty, D. M., Sajar, S., Yazid, A., & Alfadhila, T. (2023). Edukasi Peluang Usaha Kecil Berdasar Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Kecamatan Kutalimbaru. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1006-1014.
- Rangkuty, D. M., Siregar, H. F., Wulandari, D. Y., & Ramadhan, A. (2023). Pemberdayaan Usaha Kecil Berdasarkan Pada Potensi Ekonomi Sektor Unggulan Desa Sempe Cita Kecamatan Kutalimbaru. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 121-129.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis*.
- Smith, K. T. (2003). *The Marketing Mix of IMC: A Move from the 4 P's to the 4C's*. *Journal of Integrated Marketing Communicatons*, 2003, 1–3.
- Wisdianti, D., Rangkuty, D. M., & Prasetya, M. R. (2023). Pemanfaatan Ruang Terbuka Bawah Fly Over Kota Medan Sebagai Taman Kota. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 86-89.