

Mengembangkan Potensi Masyarakat Bidang Sosial Melalui Pemasaran dan Meningkatkan Sumber Daya Manusia di Desa Alai

Hesti Ifititah Sari¹⁾, Shafiera Lazuarni²⁾, Lukita Tripermata³⁾, Roswaty⁴⁾

¹ Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang
email: hestyifititah@gmail.com

² Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang
email: shafieralazuarni@uigm.ac.id

³ Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang
email: lukita@uigm.ac.id

⁴ Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang
email: roswaty@uigm.ac.id

Abstract

The absence of optimizing the potential of the community of Alai Village, Lembak District, Muaro Enim Regency in the social field is the background for the KKN work program of the Faculty of Economics, Indo Global Mandiri University to optimize community potential through marketing and improving human resources. Marketing strategy is the process of leading an organization/company to key market opportunities, increasing sales and generating desired profits. Marketing strategy is also an important tool for a company to win the competition. Business people tend to think that competitors are nothing more than threats, but in reality, competitors help companies improve their creativity and performance, innovate efficiently and effectively, and become world-class companies. Digital marketing is one of the most influential marketing media. In this case, by using digital marketing through social media, Alai Village SMEs can market their domestic industrial products. This study proposes a digital marketing strategy for MSME products using social media. The results of this survey show that the social media of choice are WhatsApp, Instagram and Shopee. These media are more efficient vehicles for spreading the news.

Keywords: *marketing strategy, digital marketing, social media, community empowerment*

A. Latar Belakang Teoritis

Mahasiswa merupakan individu yang tengah menimba ilmu pengetahuan di sebuah perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri ataupun perguruan tinggi swasta. Seseorang yang menyandang status sebagai mahasiswa oleh masyarakat dipandang sebagai seseorang yang memiliki intelektual tinggi, berpikir dengan cerdas dan selalu membuat rencana sebelum bertindak (Effendi, 2021).

Universitas Indo Global Mandiri sebagai sebuah perguruan tinggi menjunjung tinggi nilai Tri Dharma Perguruan Tinggi yang terdiri dari pendidikan, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian masyarakat sendiri oleh pihak Universitas Indo Global Mandiri diselenggarakan melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam rangka untuk memberdayakan potensi masyarakat.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa lebih dari dua per tiga jumlah penduduk di Indonesia bertempat tinggal dan mencari nafkah di lingkungan pedesaan. Oleh karena itu kita dapat melihat bahwa pedesaan sebenarnya adalah basis dalam kegiatan pembangunan secara nasional. keberhasilan dalam melaksanakan pembangunan secara nasional yang berbasis pemberdayaan masyarakat pedesaan memerlukan kontribusi dan kerja sama oleh pemerintah dan masyarakat (Nurlina & Muchtar, 2021).

Pemberdayaan masyarakat pedesaan dapat mencakup pembangunan di semua aspek kehidupan dan penghidupan masyarakat. Pengertian pemberdayaan masyarakat sendiri adalah sebuah upaya untuk meningkatkan kontribusi masyarakat guna mencukupi segala kebutuhannya dan menciptakan solusi atas permasalahan yang tengah dihadapi (Setiawan, 2016).

Kerja sama antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan masyarakat perlu ditingkatkan guna menciptakan keberhasilan program pengabdian masyarakat. KKN merupakan sebuah bentuk pendidikan yang memberikan pengalaman belajar secara langsung dan nyata untuk hidup bersama masyarakat setempat. Selama proses kegiatan KKN berlangsung, mahasiswa dapat menunjukkan aksi yang nyata dalam mengidentifikasi dan menemukan solusi atas permasalahan yang tengah terjadi di lingkungan masyarakat (Soleh, 2017).

Secara eksplisit, melalui kegiatan KKN tersebut untuk para mahasiswa dapat diberikan pengalaman belajar secara nyata terkait pembangunan di tengah masyarakat, dapat ditumbuhkan kepribadian dan wawasan serta pola pikir mahasiswa yang senantiasa bergerak maju serta meunjukkan identitas perguruan tinggi kepada masyarakat.

Wujud nyata Universitas Indo Global Mandiri dalam hal menjunjung tinggi nilai Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan melalui program KKN dan wajib diikuti oleh para mahasiswanya. Program KKN yang diselenggarakan memiliki titik fokus utama yaitu memberdayakan masyarakat di lokasi KKN.

Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri menyelenggarakan KKN Tematik yang memiliki tujuan untuk para mahasiswanya dapat menerapkan bidang studi ilmu yang telah ditempuh selama masa pendidikan berlangsung, sehingga dapat melatih mental mahasiswa secara alami sebelum terjun secara langsung ke dalam dunia pekerjaan yang sebenarnya. Melalui KKN Tematik ini mahasiswa mampu beradaptasi secara langsung dengan situasi, keadaan, risiko, serta mahasiswa dituntut untuk dapat bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang berlangsung selama masa KKN berjalan.

Lokasi KKN ini bertempat di Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara

Enim. Desa Alai memiliki luas 18,75 Km dan berbatasan sejauh 20 Km ke arah timur dari Kecamatan Lembak, sejauh 80 Km ke arah utara dari Kabupaten Muara Enim. Desa Alai sendiri terletak di posisi yang berbatasan langsung dengan Desa Sungai Duren untuk sebelah selatan, Desa Modong untuk sebelah timur, Desa Tapus untuk sebelah utara, dan Desa Talang Nangka untuk sebelah barat.

Jumlah populasi penduduk Desa Alai sebanyak 2.468 jiwa yang tersebar merata di 4 dusun. Jumlah KK di 4 dusun yang terdapat di wilayah Desa Alai adalah sebanyak 700 KK dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1.230 dan penduduk perempuan sebanyak 1.280. Masyarakat Desa Alai pada umumnya bermata pencaharian sebagai petani karena Desa Alai memiliki potensi terbesar di dalam sektor pertanian dan perkebunan. Hasil perkebunan di wilayah Desa Alai terdiri atas buah nanas, sayur-sayuran, sawit, dan karet. Mayoritas penduduk Desa Alai mempunyai mata pencaharian dari hasil pertanian dan perkebunan sebanyak 791 orang dan sisanya yaitu 1.065 orang mempunyai mata pencaharian di luar bidang pertanian dan perkebunan.

Masyarakat Desa Alai hingga saat ini masih berfokus pada penjualan hasil perkebunan buah nanas secara langsung tanpa adanya inovasi dalam pengolahan. Hal tersebut dikarenakan mereka lebih menyukai melakukan pekerjaan seperti usaha rumahan membuat keripik dan kerupuk. Selain itu di Desa Alai juga memiliki pabrik tahu yang cukup besar dan jangkauan pemasaran juga cukup luas hingga Kota Prabumulih.

Kegiatan KKN oleh mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri yang berlokasi di Desa Alai berjalan dengan baik dan dapat bekerja sama dengan para masyarakat di lingkungan setempat baik dari kalangan pemuda sampai kalangan tua sekali pun dan program kerja yang telah di susun selama KKN berlangsung dapat berjalan dengan baik hingga selesai.

Berdasarkan permasalahan yang ada di wilayah Desa Alai yaitu kurang adanya inovasi dalam pengolahan hasil perkebunan serta para petani yang belum paham teknologi sehingga kurang mampu melakukan pemasaran secara digital yang dapat meraih pasar lebih luas. Berdasarkan permasalahan tersebut maka peserta KKN tertarik untuk melihat kondisi sosial dan perlu melakukan pemberdayaan masyarakat setempat di bidang pemasaran guna meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat Desa Alai.

B. Metode Penelitian

Kegiatan KKN yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri dilakukan dengan metode partisipatif dan aksi yang dilakukan oleh kelompok masyarakat sasaran. Sebagai peserta KKN akan bertindak sebagai fasilitator dan pengarah untuk setiap program kerja yang akan dilaksanakan dan bekerja sama dengan masyarakat setempat guna mensukseskan program kerja yang telah direncanakan sebelumnya.

Kegiatan pertama yang dilakukan oleh peserta KKN Desa Alai adalah melakukan survey lapangan guna mendalami potensi dan permasalahan apa yang dimiliki oleh penduduk Desa Alai. Berdasarkan fakta di lapangan yang telah berhasil didapatkan oleh peserta KKN dari berbagai macam sumber mulai dari Kepala Desa hingga masyarakat setempat maka dapat disusun program kerja

guna menyelesaikan tujuan peserta KKN dalam melakukan pemberdayaan masyarakat setempat.

Setelah menyelesaikan kegiatan pengumpulan informasi, peserta KKN dapat mengolah data dan melakukan penyusunan program kerja KKN dan menetapkan urutan prioritas program kerja sesuai dengan urgensi permasalahan yang terjadi di lingkungan masyarakat. Setelah program kerja disusun secara sistematis berdasarkan skala prioritas maka dapat dilakukan program-program tersebut khususnya untuk program pemberdayaan masyarakat setempat dengan mengembangkan potensi masyarakat bidang sosial melalui pemasaran dan meningkatkan sumber daya manusia di Desa Alai.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan KKN Universitas Indo Global Mandiri dilaksanakan melalui beberapa tahapan siklus secara berkelompok yang telah ditentukan oleh Tim Pusat Pengabdian Universitas Indo Global Mandiri. Berikut adalah serangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan oleh peserta KKN di Desa Alai dengan fokus utamanya adalah memberdayakan potensi masyarakat di bidang sosial melalui pemasaran dan meningkatkan sumber daya manusia (SDM) di Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan KKN Desa Alai

No	Kegiatan	Tujuan	Hasil
1.	Berkunjung ke Kantor Kepala Desa Alai	Meminta izin untuk melaksanakan kegiatan di Desa Alai selama kurang lebih 45 hari	Mendapatkan izin KKN di Desa Alai
2.	Melaksanakan pembukaan secara resmi di Kantor Kepala Desa Alai sekaligus kegiatan refleksi sosial bersama dengan para aparatur Desa Alai	Melakukan identifikasi masalah dengan cara mewawancarai beberapa sumber yang nantinya data tersebut akan diolah untuk dijadikan program khusus oleh peserta KKN	Memperoleh beberapa permasalahan terutama masalah di bidang sosial kemasyarakatan terkait pemasaran.
3.	Sosialisasi dan motivasi	Meningkatkan semangat	Menjadi petani yang berkompeten

No	Kegiatan	Tujuan	Hasil
4.	pentingnya pemasaran hasil produksi perkebunan dengan menggunakan marketing Melaksanakan pelatihan marketing digital	masyarakat yang berprofesi sebagai petani untuk memproduksi sekaligus memasarkan hasil perkebunannya Untuk memberikan pelatihan secara nyata dan mendampingi para petani dalam memanfaatkan teknologi guna memasarkan hasil perkebunannya	baik dalam hal memproduksi ataupun memasarkan hasil produksinya Masyarakat akan sadar betapa penting dan mudahnya melakukan digital marketing guna meningkatkan hasil perolehan dari kegiatan perkebunan serta meningkatkan taraf perekonomian masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai petani

Pelaksanaan kegiatan KKN mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri dimulai dengan kegiatan persiapan yang dilakukan sebelum mahasiswa berangkat ke lokasi Desa Alai. Kegiatan persiapan ini meliputi pertemuan secara offline bersama Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang memiliki tujuan untuk mendapatkan arahan terkait program yang akan dilaksanakan di desa pengabdian selama kurang lebih 45 hari. Program yang dirancang untuk dilaksanakan di desa lokasi KKN terdiri atas program kerja inti dari Dosen Pembimbing Lapangan dan ditambah dengan program khusus yang dirancang oleh peserta KKN. Segala macam kebutuhan baik kebutuhan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari di lokasi ataupun kebutuhan untuk menjalankan program kerja telah disiapkan sebelumnya.

Program khusus yang akan dilaksanakan oleh peserta KKN di Desa Alai memiliki fokus untuk mengembangkan potensi masyarakat di bidang sosial melalui pemasaran dan meningkatkan sumber daya manusia yang ada di Desa Alai tersebut. Potensi yang ada di wilayah Desa Alai adalah berupa lahan pertanian dan perkebunan yang cukup luas dan jumlah pekerja di sektor tersebut juga cukup banyak. Namun mereka kurang memiliki keahlian dalam melakukan pemasaran dari produk perkebunan yang mereka hasilkan selama ini. Di era teknologi yang perkembangannya sangat pesat ini maka

dapat dimanfaatkan untuk melakukan digital marketing seperti melakukan penjualan produk secara online di media sosial atau platform jual beli online (market place).

Rencana program kerja mahasiswa KKN di Desa Alai telah disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh wilayah Desa Alai. Kecamatan Lebak Kabupaten Muara Enim. Pelaksanaan kegiatan KKN di Desa Alai oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri dimulai dengan melakukan kunjungan ke Kantor Kepala Desa Alai guna meminta izin untuk melaksanakan kegiatan KKN di Desa Alai selama kurang lebih 45 hari. Selanjutnya dari pihak kepala desa memberikan izin untuk pelaksanaan program kerja sesuai dengan daftar kegiatan yang berada pada tabel 1.



Gambar 1. Pembukaan dan Penerimaan Secara Resmi Mahasiswa KKN Universitas Indo Global Mandiri di Desa Alai

Tahap berikutnya adalah aparaturnya pemerintah Desa Alai beserta perwakilan masyarakat mengadakan acara pembukaan dan penerimaan peserta KKN di Desa Alai ini. Pada kegiatan pembukaan dan penerimaan mahasiswa KKN ini disertai dengan penjumlahan secara langsung dengan perwakilan masyarakat untuk melaksanakan refleksi sosial terkait kendala apa saja yang dialami oleh masyarakat sekitar dalam mengelola potensi Desa Alai.

Berdasarkan hasil pertemuan di atas maka dapat dikatakan bahwa selama ini masyarakat Desa Alai terutama yang berprofesi sebagai petani di perkebunan memiliki kendala dalam melakukan pemasaran hasil perkebunan yang dirpoduksinya. Selama ini mereka para petani masih berfokus dengan menjual langsung hasil perkebunan seperti contohnya hasil perkebunan buah nanas dan tanpa diolah sedikit pun. Dengan menjual langsung pada pengepul maka uang yang diperoleh masih tergantung pada harga yang ditentukan oleh pengepul tersebut. Para masyarakat belum bisa menjangkau pasar yang lebih luas akibat kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan media sosial untuk melakukan pemasaran (digital marketing).



Gambar 2. Pembahasan Program Kerja Bersama Bapak Kepala Desa Alai

Selanjutnya peserta KKN di Desa Alai telah sepakat untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi dan motivasi serta

pelatihan kepada masyarakat Desa Alai terutama yang bermata pencaharian sebagai petani untuk melakukan digital marketing dengan memanfaatkan sosial media dan market place yang tersedia.



Gambar 3. Survey Lokasi UMKM

Adapun ide program kerja untuk melakukan proses jual beli di media sosial dan market place ini membutuhkan keahlian untuk menghasilkan foto produk yang menarik beserta keterangan (caption) yang dapat memikat hati para calon konsumennya. Penjual harus mendesain foto dan keterangan tambahan yang menggambarkan wujud asli dari produk yang akan dipasarkan tersebut. Melakukan jual beli secara online ini para calon konsumen hanya dapat melihat produk yang dijual melalui foto sehingga foto yang menarik harus bisa disajikan oleh penjual guna memperoleh pembeli yang banyak. Melalui kegiatan sosialisasi, motivasi serta pelatihan secara langsung terkait digital marketing maka diharapkan dapat meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan petani dalam memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran hasil olahana perkebunan.



Gambar 4. Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM

C. Hasil Dan Pembahasan

Mengembangkan potensi masyarakat Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim oleh mahasiswa peserta KKN Universitas Indo Global Mandiri difokuskan pada program kerja di bidang sosial melalui pemasaran dan meningkatkan sumber daya manusia. Salah satu program kerja yang dilaksanakan adalah sosialisasi, motivasi, dan pelatihan digital marketing guna meningkatkan perekonomian pelaku UMKM yang ada di Desa Alai. Potensi pertanian dan perkebunan yang dimiliki oleh Desa Alai cukup besar dan mengalami kendala dalam memasarkan hasil perkebunan tersebut. Program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan ini berbasis digital yang merupakan sebuah proses peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Program kerja ini mengandung unsur pengembangan kesejahteraan sosial khususnya masyarakat yang tinggal di desa. Beberapa masa terakhir ini kita dapat melihat bahwa pasar online cenderung memiliki kekuatan tersendiri yang mampu menggeser peran kerja pasar tradisional. Oleh sebab itu bagi pelaku UMKM guna meningkatkan hasil perolehan keuntungan pantas untuk bergerak lebih maju mengikuti perkembangan teknologi dengan beralih ke pasar digital.

Seiring berjalannya waktu muncul lah berbagai macam marketplace dengan membawa banyak fitur yang ditawarkan dan mengalami perubahan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Adanya tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM khususnya yang ada di wilayah Desa Alai untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan digital marketing. Perlu adanya peningkatan kualitas sumber daya manusianya agar memiliki kemampuan dan keterampilan dalam melakukan pemasaran secara online agar nantinya tercipta kemandirian secara berkelanjutan.

Oleh karena itu mahasiswa peserta KKN di Desa Alai telah berupaya untuk melakukan empowering dengan meletakkan masyarakat untuk terlibat secara langsung dan dapat berpartisipasi secara aktif sehingga setelah program kerja KKN telah berakhir potensi dan keterampilan yang telah dimiliki dapat terasah dengan baik dan dapat senantiasa dikembangkan guna peningkatan perekonomian berkelanjutan.

Selama menjalankan kegiatan pengabdian di lingkungan masyarakat Desa Alai ini, mahasiswa peserta KKN memberikan sosialisasi dan motivasi terkait seberapa besar dan pentingnya melakukan digital marketing misalnya melalui Whatsapp, Instagram, dan Shopee untuk meningkatkan bisnis UMKM yang ada di Desa Alai saat ini. Melalui konsep digital marketing ini maka bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha bukan hanya bersifat strategi satu arah, melainkan telah melahirkan sebuah hubungan dua arah. Hubungan dua arah tersebut artinya ada proses interaksi yang baik dan jarak serta waktu bukanlah penghalang dalam berkomunikasi dalam sistem jual beli. Jika dilihat berdasarkan sudut pandang konsumen, maka pemanfaatan internet untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari tentu akan memberikan banyak keuntungan dan kemudahan contohnya adalah kemudahan dalam pencarian suatu produk,

efisien dalam waktu serta informasi promo potongan harga yang diberikan oleh penjual.

Para pelaku bisnis UMKM seperti UMKM kerupuk jangkek dan kemplang Putra Ehsan dan UMKM keripik Berkah Tiga Putri dapat memperoleh pendampingan dan pelatihan dalam hal menerapkan pemasaran secara digital yang nantinya diharapkan akan membuat pasar semakin berkembang serta produk yang ditawarkan oleh UMKM Desa Alai menjadi semakin bervariasi. Melakukan aktivitas bisnis dengan memanfaatkan fasilitas akses internet yang memadai membuat para pelaku UMKM dapat melaksanakan kegiatan pemasaran secara digital seperti melalui media sosial Instagram atau aplikasi e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya. Hal tersebut menjadi sebuah langkah pasti dan wajib dikuasai oleh pelaku usaha agar terhubung bersama pelanggan dan calon pelanggan dengan lebih cepat dan mudah. Melakukan pembaruan pasar seperti melakukan digital marketing merupakan sebuah inovasi penting bagi pelaku UMKM agar mampu mempertahankan usahanya. Selain menjadi strategi untuk bertahan dalam keadaan pandemi Covid-19 seperti sekarang ini yang terjadi di Indonesia, digital marketing telah berhasil menunjukkan kinerjanya sebagai menjadi salah satu faktor yang mampu menentukan keberhasilan persaingan dalam perdagangan bebas.

Media sosial memiliki potensi untuk memberikan bantuan kepada para pelaku UMKM untuk melakukan kegiatan pemasaran berbagai macam produk yang dihasilkan. Beberapa aplikasi media sosial yang tersedia saat ini mulai dari pesan instan di Whatsapp sampai situs jejaring sosial Instagram memberikan fasilitas kepada para penggunanya untuk saling berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain secara dua arah (Teja, 2015).

Aplikasi-aplikasi yang ada pada masa sekarang ini memang dibuat dengan tujuan untuk menyalurkan berbagai macam informasi online terkait bagaimana

pengalaman pengguna setelah mengonsumsi atau menggunakan sebuah produk yang biasanya dalam bentuk testimony nyata dari para pelanggan dengan harapan dapat meraih ketertarikan masyarakat terhadap produk UMKM yang dipasarkan (Teja, 2015).

Adapun sasaran program kerja peserta KKN di Desa Alai dengan melaksanakan kegiatan sosialisasi, motivasi, dan pelatihan digital marketing ini adalah UMKM Berkah Tiga Putri dan UMKM Putra Ehsan Alai yang lokasinya berada di Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim. Memasukkan dua daftar nama UMKM tersebut sebagai sebuah upaya dalam bentuk dukungan dan menjelaskan beberapa pengetahuan kepada para pelaku usaha tentang seberapa besar dan pentingnya media sosial sebagai wadah pemasaran secara digital guna mengembangkan usaha serta ikut berkontribusi dalam hal meningkatkan daya saing dan daya jual menuju arah yang lebih luas dengan cara membuat pelatihan secara langsung untuk materi digital marketing melalui media sosial. Teknik tersebut dipilih oleh peserta KKN atas dasar penghematan dari sisi biaya pengeluaran bagi para pelaku UMKM dan cara mengoperasikan media sosial tersebut sangat mudah dipahami dan dilakukan oleh semua kalangan.



Gambar 5. Prototipe Produk dan Akun Instagram Keripik Berkah Tiga Putri



Gambar 6. Prototipe Produk Kerupuk dan Kemplang Putra Ehsan Alai

Bisnis yang baru didirikan atau berkembang menggunakan teknik pemasaran melalui media sosial selain media pemasaran tradisional untuk melengkapi metode pemasaran mereka. Menggunakan pemasaran digital memiliki beberapa manfaat, antara lain: (a) Target dapat ditetapkan menurut demografi, lokasi, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan. (b) hasil yang cepat; (c) Pemasar dapat mengambil tindakan korektif atau perubahan jika mereka merasa ada sesuatu yang salah. (d) Biaya jauh lebih rendah daripada pemasaran tradisional. (e) hasilnya terukur yang meliputi jumlah pengunjung media sosial, jumlah konsumen yang melakukan pembelian secara online. (f) Kampanye dapat dipersonalisasi. (g) kemampuan untuk melibatkan atau menjangkau konsumen karena komunikasinya bersifat langsung dan dua arah; Hal ini memungkinkan pemangku kepentingan bisnis untuk membangun hubungan dan menumbuhkan kepercayaan konsumen. Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah seperti usaha bisnis yang ada di wilayah Desa Alai ini berdampak pada kehidupan masyarakat sekitar dengan konsep kemandirian dan kesederhanaan serta menjadi sumber pertumbuhan yang nyata bagi perekonomian nasional. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi serta meningkatnya persaingan komersial terkait pandemi Covid-19 menuntut konsumen untuk lebih memahami keragaman produk, barang dan jasa.

Saat ini, kegiatan menjalankan bisnis dan memasarkan produk melalui internet dianggap hal yang mutlak dan harus dikuasai. Pemasaran (marketing) melalui internet atau melalui dunia digital seperti website, blog atau jejaring sosial merupakan solusi yang cocok, nyaman, efektif yang relatif murah. Dengan demikian, dengan fitur-fitur yang tersedia di platform media sosial, promosi dapat dilakukan secara gratis dan efektif.

Penggunaan Internet telah mengubah sebagian besar konsep pemasaran yang sebelumnya hanya didasarkan pada bauran pemasaran yang terdiri dari produk, proses, tempat dan promosi, tetapi perkembangan saat ini saling melengkapi. Bisnis perlu mempertimbangkan biaya untuk memaksimalkan keuntungan dan menggunakan Internet untuk membuat konsumen merasa nyaman, karena konsumen hanya dapat membeli produk dari rumah, dan bisnis perlu mengembangkan komunikasi dua arah untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Hasil wawancara dan observasi mendalam dengan para pemilik UMKM di Desa Alai, perkembangan teknologi memaksa pemilik untuk beradaptasi, terutama pada masa komersialisasi. Pemasaran digital memungkinkan pemilik UMKM untuk terlibat dan berinteraksi langsung dengan konsumen menggunakan media sosial, marketplace, dan penggunaan platform lainnya.

Pemilik UMKM Desa Alai mengatakan bahwa menggunakan teknologi membantu mereka merasa terbantu karena semua konsumen aktif di media sosial dan konsumen cenderung memilih untuk berbelanja online karena menghemat waktu dan tenaga. Usaha kecil menengah menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan menginformasikan pelanggan, serta ketersediaan produk di aplikasi Whatsapp, Instagram, dan Shopee.

Social chat yang paling sering digunakan oleh pemilik UMKM adalah

Whatsapp, platform tersebut sering digunakan oleh konsumen sebagai sarana komunikasi karena mudah digunakan, juga pemilik dapat membuat grup khusus dan mengirim pesan katalog produk ke setiap pelanggan.

Dalam aplikasi Shopee, UMKM Desa Alai dapat menampilkan berbagai informasi mulai dari foto produk, nama produk, varian, harga, cara pemenuhan, ketersediaan stok dan jumlah produk per kemasan.

Selain itu, di masa pandemi ini, UMKM Desa Alai dapat menggunakan Instagram sebagai media iklan. Hal ini dilakukan agar dapat terus eksis dan menarik lebih banyak konsumen. Agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, tentunya perlu diadakan demonstrasi produk yang menggugah selera konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM di Desa Alai didasarkan pada pendekatan 4C yang terdiri dari biaya, pelanggan, kenyamanan dan komunikasi. Pemilik UMKM setuju bahwa pemasaran digital benar-benar dapat membantu mereka mempromosikan dan memasarkan produk mereka secara efektif. Mereka mengandalkan pemasaran online melalui pemasaran digital. Mereka percaya bahwa pemasaran offline mahal dan memakan waktu. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa internet marketing meningkatkan jangkauan pasar, mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan hubungan pelanggan. Namun, beberapa UMKM tidak mengoptimalkan pemasaran digitalnya karena tidak mengerti cara menggunakannya.

D. Kesimpulan

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKNT Universitas Indo Global Mandiri pada tahun 2022, dan melibatkan masyarakat khususnya Desa Alai Kecamatan Lembak Kabupaten Muaro Enim, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemanfaatan digital

marketing di media sosial harus dioptimalkan karena berdampak positif bagi para pelaku usaha untuk memajukan usahanya. UMKM Desa Alai perlu memiliki wawasan yang lebih dan beradaptasi dengan era teknologi saat ini agar dapat bertahan dan mendapatkan penghasilan lebih dari hasil produksinya. Roda perekonomian terus berputar dan keunggulan melalui digital marketing dapat meningkatkan taraf hidup di Desa Alai. Kegiatan sosialisasi tersebut melalui pemasaran digital sangat membantu dalam menambah pengetahuan di bidang pemasaran sesuai dengan perkembangan teknologi terkini, sehingga untuk semua usaha kecil dan menengah lainnya masih menggunakan bentuk pemasaran tradisional, semoga bisa dilakukan.

Tim Pengabdian kepada Masyarakat diharapkan dapat memberikan inovasi lebih lanjut sebagai langkah dan upaya peningkatan nilai ekonomi masyarakat melalui digital marketing.

F. Referensi

- Effendi, M. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Lembaga Pendidikan Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 13.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hendika, Dimas, dkk. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1). Fakultas Ilmu Administrasi. Malang Universitas Brawijaya

- Nurlina, A., & Muchtar, K. (2021). Pemberdayaan Potensi Masyarakat Bidang Sosial Melalui Pendidikan dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia di Dusun Ciroda Desa Sodonghilir. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(46), 12.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 1(1), 13.
- Soleh, A. (2017). Strategi Pengembangan Potensi Desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32–52.
- Teja, M. (2015). Pembangunan Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Kawasan Pesisir. *Aspirasi*, 6(1), 14.
- Yamani, A. Z., Muhammad, A. W., & Faiz, M. N. (2019). Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital Di Desa Winduaji Kabupaten Brebes. *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, 1(1), 24–28. <https://doi.org/10.35970/madani.v1i1.29>