PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING BERBASIS WEB Di DESA KAYUKEBEK KECAMATAN TUTUT KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR

Rahayu Saraswati[1], Nyoman Puspa Asri2, Rini Oktavera[3], Ryan Adi Pratama[4]
Universitas WR Supratman Surabaya[1,2,3,4]
e-mail: rahayu12@gmail.com

ABSTRACT

Kayukebek adalah sebuah desa di Kecamatan Tutur, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Produk unggulan Desa Kayukebek adalah buah apel, bibit tanaman apel ,dan carangan emas. Selama ini pemasaran produk-produk tersebut dilakukan secara konvensonal, sehingga hasil penjualannya belum maksimal. Dengan tujuan untuk meningkatkan akses pasar yang lebih luas, Tim pengabdian masyarakat dari Universitas WR Supratman Surabaya melakukan pengembangan digital marketing untuk membantu memasarkan produk-produk hasil Desa Kayukebek tersebut.

Tujuan kegiatan pengabdian masayarakat di Desa Kayukebek ini adalah, melakukan pengembangan digital marketing untuk pemasaran produk hasil masyarakat Desa Kayukebek Nongko Jajar Pasuruan, memberikan pendampingan dan pelatihan web digital marketing untuk perangkat Desa Kayukebek Pasuruan, membantu meningkatkan akses pasar yang lebih lebih luas untuk pemasaran produk masyarakat Kayukebek Pasuruan melalui strategi multi chanel marketing, menjalin kerja sama antara Universitas WR Supratman dengan instansi pemerintah dalam hal ini Pemerintahan Desa Kayukebek Nongko Jajar Pasuruan., Jawa Timur.

Kegiatan melibatkan atau pesertanya adalah warga dilingkungan Pemerintahan Desa Kayukebek Nongko Jajar Pasuruan, Bapak Ibu Dosen Universitas WR Supratman Surabaya.

.

Kata kunci: *Digital Marketing, Web, produk unggulan, pemasaran, desa KayuKebek, Universitas WR Supratman*

PENDAHULUAN

Kayu Kebek adalah sebuah desa di Kecamatan Tutur, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Produk unggulan Desa Kayu Kebek adalah buah apel, bibit tanaman apel ,dan carangan emas. Selama ini pemasaran produk-produk tersebut dilakukan secara konvensonal, sehingga hasil penjualannya belum maksimal. Dengan tujuan untuk meningkatkan akses pasar yang lebih luas, Tim pengabdian masyarakat dari Universitas WR Supratman Surabaya dan STIE Mahardika Surabaya melakukan pengembangan digital marketing untuk membantu memasarkan produk-produk hasil Desa Kayukebek tersebut.

Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti diketahui penerimaan teknologi internet di masyarakat sangat luas sehingga kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan, termasuk juga warga Desa Kayukebek Pasuruan berharap ada media digital marketing yang bisa digunakan untuk membantu memasarkan produk mereka secara optimal. Teknik pemasaran yang termasuk dalam *digital marketing* adalah SEO (*Search Engine Optimization*), periklanan *online* seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, *billboard* elektronik, *email marketing*, *mobile marketing*, dan lainnya.

Sedangkan tujuan kegiatan pengabdian masayarakat di Desa Kayukebek ini adalah:

1. Melakukan pengembangan digital marketing untuk pemasaran produk hasil masyarakat Desa Kayukebek Nongko Jajar Pasuruan.

2. Memberikan pendampingan dan pelatihan web digital marketing untuk perangkat Desa Kayukebek pasuruan
3. Membantu meningkatkan akses pasar yang lebih lebih luas untuk pemasaran produk masyarakat Kayukebek Pasuruan melalui strategi multi chanel marketing.
4. Menjalin kerja sama antara Univ WR Supratman dengan instansi pemerintah dalam hal ini Pemerintahan Desa Kayukebek Nongko Jajar Pasuruan..

2. Sasaran kegiatan:

Sasaran kegiatan pengabdian ini ini adalah semua masyarakat yang ada dilingkungan Pemerintahan Desa Kayukebek Nongko Jajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Kegiatan melibatkan tiga lembaga yaitu Universitas WR Supratman, Universitas Mahardika Surabaya dengan Pemerintahan Desa Kayukebek Nongko Jajar Pasuruan Jawa Timur

TINJAUAN PUSTAKA

Saat ini, teknik periklanan dan pemasaran yang monoton telah digantikan oleh pemasaran digital. Selain itu, sangat kuat sehingga dapat membantu menghidupkan kembali perekonomian dan dapat menciptakan luar biasa peluang bagi pemerintah untuk berfungsi secara lebih efisien (Munshi, 2012). Perusahaan di Singapura telah menguji keberhasilan alat pemasaran digital sebagai alat yang efektif dan berguna untuk mencapai hasil. (Teo, 2005). Lebih penting lagi, pertumbuhan pemasaran digital disebabkan oleh kemajuan pesat dalam teknologi dan dinamika pasar yang berubah (Mort, Sullivan, Drennan, Judy, 200

Digital Marketing

Digital marketing merupakan pemasaran via digital Istilah digital marketing mengacu pada pemakaian saluran digital untuk memasarkan produk serta layanan supaya menjangkau konsumen yang lebih luas. Tipe pemasaran ini mengaitkan penggunaan *website*, fitur seluler, media sosial, mesin pencari, serta saluran seragam yang lain. Pemasaran digital jadi terkenal dengan berkembangnya teknologi internet pada tahun 1990- an. Digital marketing mengaitkan sebagian prinsip yang sama dengan pemasaran konvensional serta kerap dikira metode baru untuk industri untuk mendekati konsumen. Perusahaan memperoleh hasil yang optimal menggunakan strategi menggabungkan metode pemasaran konvensional dan digital [1]

Dengan menerapkan strategi pemasaran digital omnichannel, pemasar dapat mengumpulkan wawasan berharga tentang perilaku audiens target sambil membuka pintu ke metode baru keterlibatan pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat mengharapkan peningkatan retensi. Menurut sebuah laporan oleh Invesp, perusahaan dengan strategi keterlibatan pelanggan omnichannel yang kuat mempertahankan rata-rata 89% pelanggan mereka. Bandingkan dengan perusahaan dengan program omnichannel yang lemah dan mereka memiliki tingkat retensi hanya 33%.

Pemasaran digital terus berkembang. Misalnya, meningkatnya variasi perangkat yang dapat dikenakan yang tersedia bagi konsumen memberikan peluang baru untuk memasarkan kepada mereka. Forbes juga memperkirakan bahwa media sosial akan menjadi semakin percakapan di ruang B2B, konten video akan disempurnakan untuk tujuan optimasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran email akan menjadi lebih personal.

Kelebihan digital marketing

Banyaknya jasa digital marketing yang dipakai oleh perusahaan- perusahaan, meyakinkan kalau strategi ini mempunyai banyak kelebihan serta keuntungan yang diperoleh. Apabila dibanding dengan pemasaran tradisional, digital marketing mempunyai kelebihan di zona jangkauan serta teknologi *artificial intelligence* yang lebih mencermati sikap calon pelanggan di dunia maya. Sebagian kelebihan digital marketing sabagai berikut:

1. Lebih murah
   Biaya operasional digital marketing lebih murah daripada metode pemasaran konvensional. Walaupun terkadang dapat saja digital marketing dapat lebih mahal, terutama di awal saat proses branding. Tidak hanya itu dengan digital marketing, pembiayaan sesuai dengan sasaran dari iklan yang di minta. Dengan kata lain iklan menyasar secara lebih khusus kepada calon konsumen potensial.
2. Branding cepat serta luas
   Kelebihan digital marketing merupakan proses branding jauh lebih gampang dan cepat. Salah satu kelemahan terbanyak pemasaran konvensional jangkauan promosinya yang sangat terbatas. Dalam strategi konvensional, industri butuh lebih banyak biaya apabila ingin branding ke lebih banyak konsumen
3. Lebih mudah
   Salah satu kelebihan dalam digital marketing pengaplikasiannya yang mudah. Dengan digital marketing, pengusaha mempunyai kemudahan dalam menjangkau calon konsumen yang lebih luas. Sebagian platform yang digunakan antara lain media social (Facebook, Instagram, Twitter) serta marketplace(Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, serta lain-lainnya). Jangkauan calon konsumen yang lebih besar dan kemudahan akses sehingga meningkatkan volume penjualan benda serta jasa yang ditawarkan.
4. Tepat sasaran
   Konsep digital marketing merupakan dinilai lebih efisien untuk pengusaha ataupun produsen Hal ini disebabkan digital marketing bisa lebih memfokuskan periklanan kepada calon konsumen yang lebih potensial sehingga iklan lebih tepat sasaran. Dengan pemasaran yang lebih efisien, sasaran konsumen yang potensial lebih terencana serta mengoptimalkan penjualan produk ataupun jasa yang miliki. Pemasaran jadi lebih efisien dan tepat sasaran.
5. Pengumpulan data
   Pelaksanaan digital marketing memberikan kelebihan lain, tidak hanya memasarkan produk yang ditawarkan. Keuntungan yang lain merupakan kemudahan yang industri mengumpulkan informasi konsumen. Dalam seluruh aspek iklan digital, baik saat sebelum ataupun setelah melaksanakan iklan khususnya dengan Google Ads serta Facebook Ads, keuntungan terbesarnya mendapatkan informasi. Informasi ini bisa dimanfaatkan buat meningkatkan strategi pemasaran selanjutnya. Informasi konsumen bisa berbentuk tipe kelamin, umur, atensi, posisi konsumen, dan preferensi pembelian.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Tahun 2020 sampai tahun 2022 sekarang, menjadi tahun musibah bagi seluruh negara termasuk Indonesia dengan munculnya wabah corona (Covid-19). Perekonomian dunia menjadi porak-poranda akibat melemahnya pertumbuhan ekonomi dunia termasuk juga Indonesia. Termasuk juga Desa Kayukebek Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan Jawa Timur, tidak luput juga terkena dampak wabah covid dalam hal pemasaran produk-produk unggulan hasil desa tersebut, Berdasarkan latar belakang diatas, maka UNIPRA melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) berinisiatif untuk ikut mendukung program pemerintah dalam hal pembangunan desa pada masa pandemic covid dengan menerapkan atau mengaplikasikan pengetahuan yang ada bersama sama masyarakat disekitar Desa Kayukebek

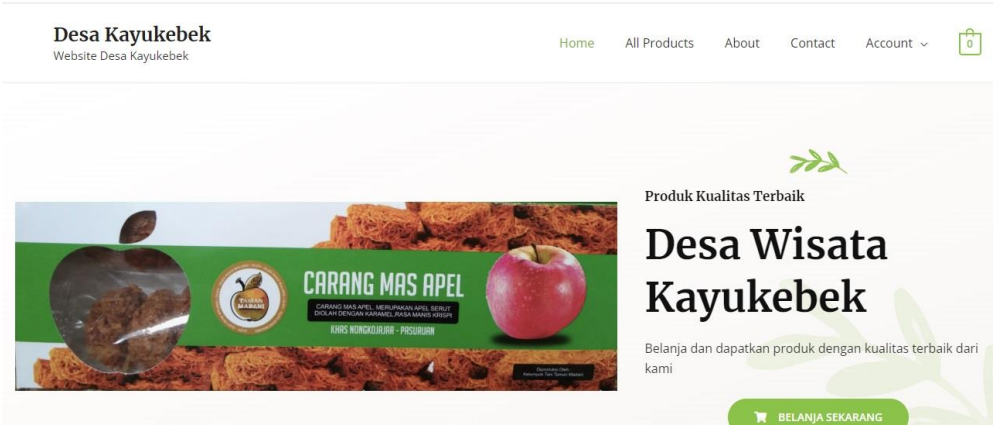
Pasuruan tersebut [2]. Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini dapat diartikan sebagai suatu cara atau teknik penyampaian sosialisasi kepada objek yang akan diberikan manfaat dari kegiatan pegabdian. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendampingan dan Pelatihan literasi digital marketing.
2. Pendampingan manajemen usaha
3. Pengembangan digital marketing untuk memasarkan produk unggulan Desa
4. Pendampingan dan optimasi e-commerce milik warga.

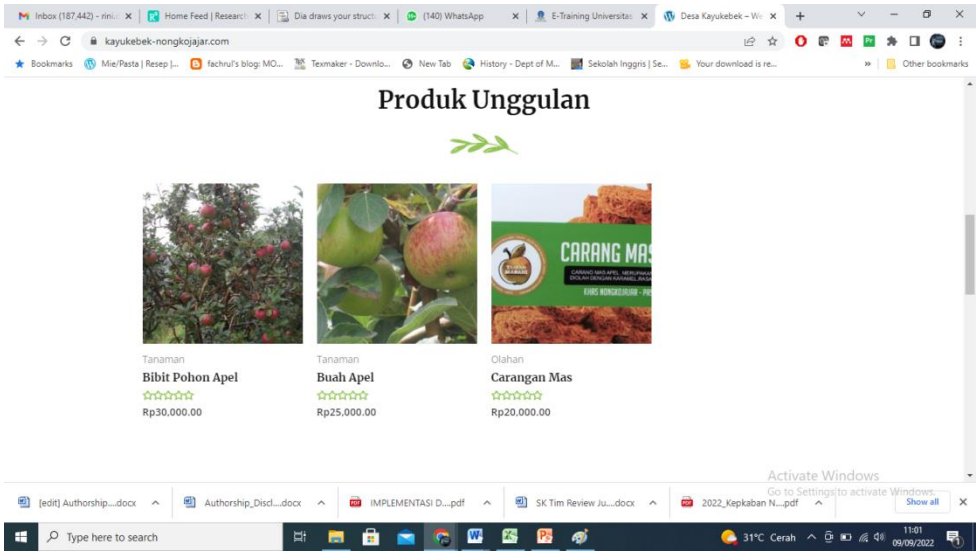
Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini UNIPRA dan STIE Mahardika Surabaya juga memberikan dan menyerahkan web digital marketing yang telah dibuat.Pada kegitan tersebut masyarakat sangat antusias menyimak dan banyak juga interaksi saling bertukar pengalaman [3]. Kegiatan tidak hanya diikuti oleh ibu ibu penggerak PKK melainkan jiga diikuti oleh bapak bapak maupun remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

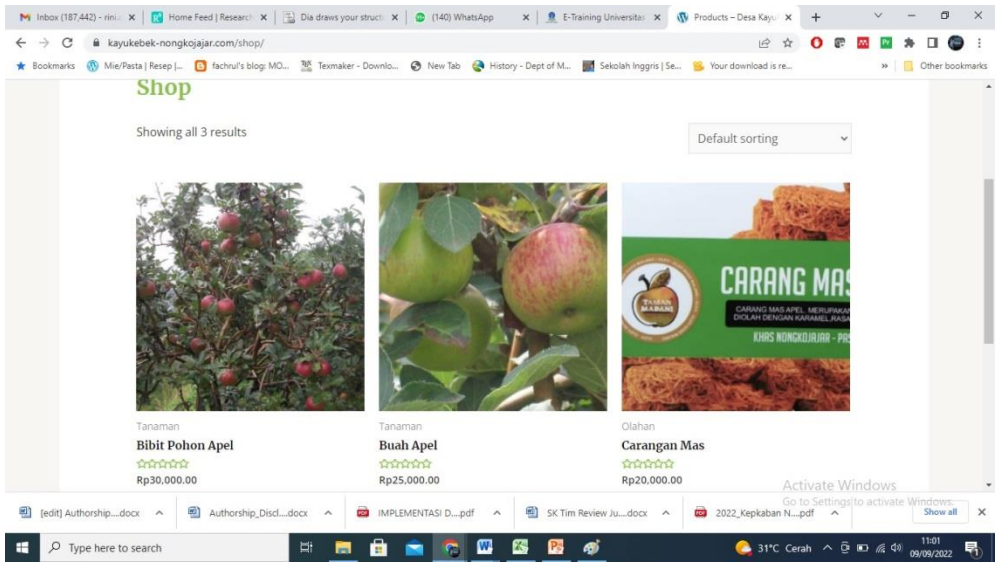
Salah satu hasil dari pendampingan e-commerce milik warga adalah situs desa Kayukebek yang memasarkan produk ungulan desa tersebut ke masyarakat luas.
Situs yang berhasil dibuat program pendampingan dengan nama https://kayukebek-nongkojajar.com/. Dibawah ini adalah tampilan layar dari situs tersebut [4]



Gambar 1. Tampilan depan situs desa Kayukebek
Sumber : https://kayukebek-nongkojajar.com/



Gambar 2. Tampilan fitur situs desa Kayukebek
Sumber : https://kayukebek-nongkojajar.com/



Gambar 3. Tampilan menu pembelian produk unggulan desa Kayukebek
Sumber : https://kayukebek-nongkojajar.com/



Kerja Sama Pasar dengan :

Gambar 4d. Tampilan situs produk unggulan desa Kayukebek

Sumber : ***https://kayukebek-nongkojajar.com/***

KESIMPULAN

Adanya pengabdian kepada Masyakarat ini maka

1. Pelatihan ini dapat memberikan pemahaman dan kemampuan masyarakat KayuKebek tentang digital untuk mendukung pemasaran produk unggulan berupa apel, carangan mas dan bibit pohon apel.
2. Adanya situs ***https://kayukebek-nongkojajar.com/*** dapat memperluas pemasaran dan meningkatkan omzet penjualan produk unggulan Desa Kayukebek.
3. Abdimas ini membantu program pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan memberikan pendidikan non-formal kepada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa dan masyarakat Kayukebek yang bersedia dan semangat untuk belajar mengenai digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

[1] N. Ramya, “Future of Digital Marketing in India,” *Manag. Kumarasamy*, no. December 2019, 2021, [Online]. Available: https://timesofindia.indiatimes.com/readersblog/manish-kumar-singh/future-of-digital-marketing-in-india-30738/.

[2] N. Qomariah, "Pemberdayaan masyarakat desa melalui pengembangan ' soft skill pembuatan krupuk samiler' dalam upaya peningkatan pendapatan keluarga di kabupaten bondowoso," *J. Pengabdi. Masy. IPTEKS*, vol. 1, no. 2, pp. 64–70, 2015.

[3] C. C. S. Khala, D. W. Apriani, A. Oktafina, R. Marizal, and A. A. Janfari, "Pembuatan Situs Web Urban Tourism Sebagai Tahapan Rebranding Kelurahan Sepinggan Baru, Balikpapan," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. ITK*, vol. 2, no. 2, pp. 35–40, 2021, doi: 10.35718/pikat.v2i2.409.

[4] M. Ary, U. Adhirajasa, and R. Sanjaya, "Merancang & membuat website," no. December 2014, 2018.