
Sosialisai Digital Marketing Pemuda Desa Cijantung

Vina Apriani Lestari, Hamdan Adriyansah

STAI DR. KH.EZ Muttaqien Purwakarta

*Email: vinaal2000@gmail.com

ABSTRACT

This Research-based Community Service Lecture is conducted or carried out in Kp. Galudra Rt.06 Rw 02 Cijantung Village, Sukatani District, Purwakarta Regency, researchers chose the research title "Socialization of Digital Marketing for Youth in Cijantung Village" the urgency of choosing this title, researchers saw that Cijantung village youth were not all internet literate, which in this research will focus on selling online. This research method is descriptive qualitative using data collection techniques using a socialization approach and practical training. The purpose of this research is to introduce digital marketing science to make it easier to market products, with online marketing making it easier for people to buy because it covers a wide area of marketing and increases productivity or income for youth who have small businesses to market their products. The results of this study are expected that the public will gain knowledge about social media that can be used for product marketing.

Keywords: Social, Community, Digital Marketing, Internet

ABSTRAK

Kuliah Pengabdian Masyarakat- Pengabdian berbasis Peneliatin ini dilakukan atau dilaksanakan di Kp. Galudra Rt.06 Rw 02 Desa Cijantung Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta, peneliti memilih judul penelitian "Sosialisasi Digital Marketing Pemuda Desa Cijantung" urgensi pemilihan judul ini peneliti melihat bahwa Pemuda desa Cijantung belum semuanya melek internet yang pada peneliatian disini akan fokuskan adalah jualan Online. Metode peneliatin ini adalah kualitatif Deskriptif menggunakan teknik pengambilan data nya menggunakan pendekatan sosialisasi dan pelatihan praktik. Tujuan peneliatin ini adalah untuk mengenalkan ilmu digital marketing supaya memudahkan dalam pemasaran produk, dengan adanya pemasaran online memudahkan orang untuk membeli karena mencakup pemasaran wilayah yang luas dan meningkatkan produktifitas atau penghasilan bagi pemuda yang mempunyai usaha kecil untuk memasarkan produknya. Hasil dari penelitian ini diharapkan Masyarakat memperoleh pengetahuan tentang media social yang bisa digunakan untuk pemasaran prodak.

Kata Kunci: sosial, masyarakat, digital marketing dan internet.

PENDAHULUAN

Pemuda sering dikaitkan dengan kalimat Pemuda adalah pembawa perubahan bangsa, bisa dibuktikan pada masa kemerdekaan dahulu. Presiden pertamapun pernah berpesan bahwa "Beri aku 1.000 orang tua, niscaya akan kucabut semeru dari akarnya. Beri aku 10 pemuda niscaya akan kuguncangkan dunia". Dari pesan yang beliau sampaikan bahawa begitu sangat penting nya pemuda di dunia ini, dengan ada nya pemuda di dunia ini akan menjadi generasi-generasi yang lebih baik untuk bangsa ini lebih maju. Karena pemuda akan meneruskan kepemimpinan selanjutnya, dan yang dibutuhkan bangsa ini yaitu seorang generasi yang kreatif, inovatif, bermoral sekaligus membawa perubahan.

Prosess ini sangat sulit karena banyak pemuda yang salah dalam mengambil tindakan atau jalan hidup yang mereka tempuh, karena permasalahan dalam kehidupan social baik internal maupun eksternal. Masalah internal terkadang ada dalam keluarga yang tidak harmonis menjadikan anak atau generasi ini tidak tau arah menghadapi pergaulan yang baik atau buruk, masalah eksternal yaitu muncul dari pergaulan sehari-hari atau salah memilih teman mengakibatkan terjerumus dalam masalah sosial. Untuk menjadi

pemuda yang bermoral, berakhlak baik dan menjadi generasi yang kreatif, inovatif yaitu dengan mewadahi dan memberikan sosialisasi atau pengetahuan bagi generasi pemuda untuk menjadi generasi yang membanggakan bagi keluarga bangsa.

Untuk itu saya berkerja sama dengan organisasi pemuda yang disebut karang taruna membuat sosialisasi tentang digital marketing, dengan adanya ini kita bisa membantu dan mengajak pemuda menjadi kreatif dan inovatif. Lalu bisa membantu masyarakat terutama ibu rumah tangga yang membantu perekonomian masyarakat.

Pedagang kecil atau pun besar memiliki kebutuhan beriklan yang efektif dan tepat sasaran oleh karena itu pemilihan promosi produk dengan media online sangat bagus kelebihanannya adalah praktis, murah dan target sarannya mudah dikustomisasi. Dengan teknologi informasi membantu dalam pemasangan iklan di media online adapun langkah-langka sebagai berikut:

- a. Cara memasang iklan di platform Google seperti Search engine maupun display network.
- b. Menentukan keyword dan mengatur budget untuk memasang iklan layanan google.
- c. Untuk target penggunaan video dengan memasang iklan di YouTube
- d. Media terbesar pemasangan iklan adalah platform Facebook menawarkan fitur yang tepat sasaran dengan menggunakan marketplace.
- e. Instagram pun menjadi media pemasangan iklan
- f. Grab *Marchant* dalam platform yang pemasaran produk berbeda karena mengantarkan langsung produk yang dipesan

Tujuan dari penelitian KPM Kuliah Pengabdian Masyarakat yaitu untuk mengenalkan ilmu digital marketing supaya memudahkan dalam pemasaran produk, dengan adanya pemasaran online memudahkan orang untuk membeli karena mencakup pemasaran wilayah yang luas dan meningkatkan produktivitas atau penghasilan bagi pemuda yang mempunyai usaha kecil untuk memasarkan produknya.

METODE

Metode yang digunakan pada KPM Kuliah Pengabdian Masyarakat yaitu menggunakan metode sebagai berikut: (1) Sosialisasi, tahapan pertama menggunakan metode Sosialisasi karena untuk memberikan pengetahuan secara teori dengan bahasa yang dikemas secara singkat dan padat untuk mempermudah memahami masyarakat atau pemuda tentang apa itu digital marketing, menjelaskan manfaat bagi pemuda yang belum mempunyai lapak atau tempat pemasaran, dan menjelaskan bagaimana cara mempromosikan produknya; (2) Pelatihan, tahap kedua ini menggunakan metode pelatihan. Tidak hanya teori prakteknya pun harus dipaparkan karena praktik mudah diingat, dan melatih keterampilan dalam mempromosikan sebuah produk dalam aplikasi atau website.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliah Pengabdian Masyarakat- Pengabdian berbasis Penelitian ini dilakukan atau dilaksanakan di Kp. Galudra Rt.06 Rw 02 Desa Cijantung Kecamatan Sukatani Kabupaten Purwakarta, dalam pelaksanaannya peneliti berusaha menemukan masalah yang bersifat umum. Proses ini sangat sulit karena banyak pemuda yang salah dalam mengambil tindakan atau jalan hidup yang mereka tempuh, karena permasalahan dalam kehidupan social baik internal maupun eksternal.

Masalah internal terkadang ada dalam keluarga yang tidak harmonis menjadikan anak atau generasi ini tidak tahu arah menghadapi pergaulan yang baik atau buruk, masalah eksternal yaitu muncul dari pergaulan sehari-hari atau salah memilih teman mengakibatkan terjerumus dalam masalah sosial. Untuk menjadi pemuda yang bermoral, berakhlak baik dan menjadi generasi yang kreatif, inovatif yaitu dengan mewadahi dan memberikan sosialisasi atau pengetahuan bagi generasi pemuda untuk menjadi generasi yang membanggakan bagi keluarga bangsa. Maka dari itu peran karang taruna di Desa Cijantung, kec Sukatani, kab Purwakarta seharusnya mengadakan usaha bagi pemuda yang belum mendapatkan pekerjaan karena organisasi kepemudaan yang disebut Karang Taruna yaitu wadah bagi masyarakat, tujuannya untuk kesejahteraan masyarakat. Adapun tugas pokok dari karang taruna yaitu tercatat dalam Peraturan Menteri Sosial RI No. 83/HUK/2005 adalah menanggulangi masalah dalam kesejahteraan social terutama yang dihadapi oleh generasi muda yang bersifat preventif, rehabilitatif dan pengembangan potensi pemuda.

Berdasarkan juknis aturan mengenai Karang taruna di Desa Cijantung seharusnya Karang taruna membuat lapangan pekerjaan yaitu dengan membuat berbagai macam peluang usaha dan pelatihan-pelatihan pengembangan potensi yang dimiliki oleh pemuda Desa Cijantung, Oleh sebab itu saya melakukan inisiatif kegiatan yang bersifat pengembangan potensi pemuda.

Dilihat dari perkembangan teknologi bahwa teknologi di Indonesia semakin hari semakin canggih untuk bisa digunakan mengembangkan sebuah usaha dan untuk mencapai sebuah kepuasan dalam membeli atau menjual sebuah produk. Untuk mencapai target kepuasan menggunakan digital marketing. Digital marketing adalah suatu pemasaran online untuk mempromosikan produk dagangan yang menggunakan teknologi untuk menghasilkan omset yang tinggi karna dengan digital marketing penjualan mencakup wilayah yang lebih luas. Pedagang kecil atau pun besar memiliki kebutuhan beriklan yang efektif dan tepat sasaran oleh karna itu pemilihan promosi produk dengan media online sangat bagus kelebihanannya adalah praktis, murah dan target sasarannya mudah di kustomisasi.

Tujuan dari penelitian KPM Kuliah Pengabdian Masyarakat yaitu untuk mengenalkan ilmu digital marketing supaya memudahkan dalam pemasaran produk, dengan adanya pemasaran online memudahkan orang untuk membeli karena mencakup pemasaran wilayah yang luas dan meningkatkan produktivitas atau penghasilan bagi pemuda yang mempunyai usaha kecil untuk memasarkan produknya.

Menggunakan media online dalam pemasaran produk:

Facebook Marketplace

Langkah-langkah dalam menggunakan *fiture* pada Facebook

Masuk dalam halaman Beranda > klik icon menu > pilih Marketplace, sekarang anda masuk kedalam halaman marketplace akan muncul deretan produk yang dijual oleh memiliki akun Facebook yang lain. Adapun beberapa kategori yang bisa dijual dan yang tidak bisa dijual berikut beberapa kategori yang bisa dijual kendaraan. Sewa property, alat kantor, alat music, barang rumah tangga dan lain-lain. Barang yang tidak bisa dijual di marketplace Facebook adalah barang narkoba napza dan barang yang sejenisnya. Adapun langkah-langkah untuk menjual produk di marketplace tekan tombol jual barang > pilih salah satu jenis tawaran: barang dijual, kendaraan dijual, rumah dijual, kantor dijual dan makanan minuman dijual.

Tambahkan foto produk, harga produk, deskripsi produk yang jelas, kondisi barang > bila ingin mempromosikan kepada grup klik grup yang sudah anda ikuti > setelah itu klik terbitkan. Menawarkan iklan produk yang anda terbitkan akan ditinjau terlebih dahulu oleh Facebook jika sudah di tinjau dan memenuhi syarat pihak Facebook akan menampilkan produk anda di halaman marketplace Facebook. Selamat anda sudah bisa beriklan di Facebook marketplace tinggal menunggu orang-orang yang akan melihat iklan tersebut dan memesan kepada anda.

Instagram Marketplace

Terkadang, kita bisa menyerap pendapat dari pelanggan atau calon pembeli. Hal ini dapat memberi inspirasi tentang produk yang berpotensi laku di masa depan atau produk apa yang ingin diproduksi, berdasarkan masukan dari konsumen atau calon pembeli.

Untuk membuat survei publik di Instagram, pastikan Anda memiliki pertanyaan yang tepat, seperti "Produk apa atau tren apa yang diminati anak muda?" dengan jawaban dalam bentuk pilihan ganda.

Pilih ikon Campaigns dan lanjutkan dengan memilih All Campaigns. Klik Create Campaigns, kemudian pilih menu Survey. Pilih daftar audiens yang diinginkan dengan memilih Select an Audience dan lanjutkan dengan menekan tombol Begin.

Setelah itu, Anda bisa mulai menambahkan pertanyaan dengan mengklik tombol Add a Question. Ada beberapa format jawaban yang bisa dipilih, seperti Radio Buttons untuk pilihan ganda, Checkboxes untuk jawaban yang bisa memilih lebih dari satu opsi, Range untuk jawaban berupa nilai, Open Text untuk jawaban dalam bentuk teks bebas, atau Email untuk jawaban yang akan dikirimkan melalui email.

Ikuti langkah-langkah ini dan nikmati kemudahan dalam menjalankan survei publik di Instagram.

YouTube

Untuk membuat iklan di YouTube, mulai dengan memilih Switch to Expert Mode. Pilih opsi Create Campaigns Without a Goals Guidance, kemudian pilih tipe kampanye Video. Anda bisa memilih sub tipe kampanye seperti Custom Video Campaigns (video bisa dilewati) atau Non-Skippable In-Stream (video tidak bisa dilewati). Terakhir, klik tombol Continue untuk menyelesaikan pembuatan iklan.

Grab Merchant

Untuk memasang produk di aplikasi Grab Merchant, unduh aplikasi Grab Merchant terlebih dahulu. Klik Daftar dan masukkan nomor telepon yang digunakan, lalu Anda akan menerima SMS berisi kode verifikasi dari Grab. Masukkan kode tersebut dan lanjutkan dengan memasukkan alamat email Anda. Isi nama lengkap sesuai KTP, pilih kategori bisnis yang sesuai, dan buat kata sandi yang akurat. Setelah masuk ke beranda, aktifkan penjualan dengan mengklik Terima Pesanan. Verifikasi akun Anda dan pilih tipe bisnis yang akan dijalankan. Lengkapi informasi toko, profil, rekening, dokumen legal, detail restoran, foto produk, serta jam operasional.

Berdasarkan metode yang telah dilakukan dalam kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat memperoleh hasil diantaranya:

- a. Masyarakat memperoleh pengetahuan tentang media social yang bisa digunakan untuk pemasaran produk.

Dalam pelaksanaan penelitian melakukan sosialisasi digital marketing masyarakat diberi materi terlebih dahulu mengenai internet, perkembangan internet dan sejarah internet. Setelah itu masuk ke materi media sosial yang ada di Indonesia seperti shoope, lazada, toko pedia, blibli dan bukalapak. Tujuannya untuk mengetahui gambaran umum tentang media social yang bisa dimanfaatkan untuk digital marketing.



Gambar 1. Sosialisasi kepada masyarakat yang mempunyai usaha dengan metode wawancara



Gambar 2. Sosialisasi kepada masyarakat yang mempunyai usaha dengan metode wawancara

- b. Meningkatkan keterampilan bagi masyarakat sekitar

Setelah mengetahui gambaran umum mengenai sosial media yang bisa digunakan digital marketing atau alat untuk mempromosikan produk-produk yang umkm di daerah sini. Peneliti melakukan cara menggunakan platform digital tersebut supaya bisa menjadi alat untuk promosi atau jualan online bertujuan meningkatkan keterampilan bagi masyarakat sekitar.



Gambar 3. Sosialisasi kepada ibu-ibu rumah tangga yang mempunyai usaha rumahan

- c. Menambah wawasan bagi masyarakat pentingnya *digital marketing* di era milenial.

Hasilnya Pengetahuan masyarakat desa cijantung mengenai digital marketing bertambah dan bisa menggunakan memanfaatkan teknologi di era digital ini.

SIMPULAN

Dari kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat yang berbasis penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan. Para pemuda Desa Cijantung rata-rata sudah mengenal internet, namun belum sepenuhnya memahami bahwa internet dapat menjadi sarana yang sangat efektif untuk promosi dagangan. Setelah mengikuti sosialisasi Digital Marketing, pengetahuan dan wawasan mereka pun meningkat, terutama dalam memahami konsep pemasaran berbasis digital. Mereka juga menjadi lebih mampu mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk. Selain itu, Karang Taruna berperan sebagai fasilitator bagi masyarakat yang belum mendapatkan sosialisasi terkait digital marketing.

DAFTAR RUJUKAN

- Astriyati, L., Sumarni, D., Marsela, S., & Hidayah, N. (2022). Pengembangan sistem penjualan usaha rumahan melalui platform digital marketing sebagai solusi di masa pandemi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 78-88.
- Noor, A. A., Safitri, A. N., Purba, C. D., Wahyudi, E., Ardana, I. R., Maulana, M. F., Rodu, R. A. N., Nurrochman, S. Y., Ikhsan, A., & Aisyah, I. (2021). Sosialisasi digital marketing melalui aplikasi Tokopedia di Karang Taruna Gareoda Mode Pamulang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 45-55.
- PT Elex Media Komputindo. (2021). Strategi jitu beriklan di Google, YouTube, email, dan Facebook. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ramadhayati, A., Asmadi, I., & Yulianah, Z. (2021). Pelatihan pengenalan dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan hasil hidroponik Karangtaruna dan warga RW 03 Desa Sumber Jaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. *Jurnal Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(3), 23-34.
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan digital marketing dalam pemasaran produk pertanian untuk petani milenial Desa Wonotulus, Kecamatan Purworejo, Kabupaten Purworejo. *Jurnal Pemberdayaan Pertanian*, 6(1), 12-22.