ABDIRA Volume 3 Nomor 1 Tahun 2023 Halaman 181-189
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Research & Learning in Faculty of Education
ISSN: 2798-0847 (Printed); 2798-4591 (Online)

Pendampingan, Pelatihan dan Implementasi Digital Marketing pada Masyarakat Desa Lubuk Nipis, Kecamatan Panang Enim, Kab. Muara Enim

Muhajir Arafat[1], Suryanto[2], Rusidi[3], M. As'ad[4], Dian Sri Agustina[5], Yunita Trimarsiah[6], Satria Novari[7], Dodi Herryanto[8], Taufik Saobri[9]
[1,3,4,6,7,9] Program Studi Teknik Informatika, [2,5,8]Program Studi Manajemen Informatika
Universitas Mahakarya Asia
e-mail: muhajirarft@gmail.com,sur72nto@gmail.com,rusidi081@gmail.com,
asadpuzy@gmail.com,dian.sriagustina@gmail.com,yunitatrimarsiah@gmail.com,
satrianovari@gmail.com,alfis22062009@gmail.com,sobritaufik.75@gmail.com

Abstrak

Desa Lubuk Nipis Kecamatan Panang Enim Kabupaten Muara Enim, memiliki potensi ragam wisata dan hasil kerajinan tangan dalam bentuk kuliner maupun berupa benda kerajinan tangan dan lain sebagainya. Pengelolaan sektor wisata dan UMKM di desa Lubuk Nipis mulai menjadi perhatian di kabupaten Muara Enim. Sebagai desa wisata rintisan, diperlukan sebuah inovasi dalam mempromosikan tempat wisata, hasil UMKM yang ada di desa Lubuk Nipis kepada masyarakat luas. Kegiatan pengabdianpada Masyarakat ini berfokus pada pelatihan dan membantu promosi wisata serta hasil UMKM masyarakat desa Lubuk Nipis. Kegiatan PKM ini akan memberikan pelatihan berupapembuatan konten promosi yang akan disebarluaskan melalui media sosial seperti facebook, Instagram, TikTok dan Youtube.

Kata Kunci: *Lubuk Nipis, , Media Sosial, Digital Marketing*

Abstract

Lubuk Nipis Village, Panang Enim District, Muara Enim Regency, has the potential for various tourism and handicraft products in the form of culinary as well as in the form of handicraft objects and so on. Management of the tourism sector and MSMEs in Lubuk Nipis village is starting to become a concern in Muara Enim district. As a pilot tourism village, innovation is needed in promoting tourist attractions, the results of MSMEs in Lubuk Nipis village to the wider community. This community service activity focuses on training and helping promote tourism and the results of MSMEs in the Lubuk Nipis village community. This PKM activity will provide training in the form of creating promotional content that will be disseminated through social media such as Facebook, Instagram, TikTok and Youtube.

Kata Kunci: *Lubuk Nipis, , Social Media, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Universitas Mahakarya Asia PSDKU Kabupaten Ogan Komering Ulu merupakan perguruan tinggi yang menitik beratkan keterampilan di bidang teknologi informasi.Teknologi informasi telah merambah diberbagai bidang dan berbagai tingkat daerah. Hingga di tingkat pedesaan teknologi informasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini dikarenakan sudah menjadi

kebutuhan masyarakat akan teknologi informasi guna menyokong kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah di dunia marketing. Marketing ialah aktivitas suatu perusahaan dalam menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi konsumen atau masyarakat. Sedangkan teknologi informasi yang memanfaatkan internet merupakan media yang diciptakan secara digital. Dalam kehidupan, internet sangat mudah dalam mencari informasi yang dibutuhkan, pembelian barang, dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan melalui media internet. Sehingga kini internet menjadi sebuah media yang penting bagi perusahaan atau pelaku bisnis dalam bertukar penawaran. Dari penjelasan tersebut nama digital marketing telah hadir di era digital saat ini (Muljono, 2018). Jadi digital marketing merupakan pemasaran melalui media digital dalam menawarkan brand yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Keahlian di bidang teknologi informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam menumbuhkan perekonomian khususnya di wilayah pedesaan dan sudah menjadi tugas perguruan tinggi yang salah satu perannya adalah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Digital marketing merupakan media promosi dalam bentuk elektronik. salah satu bagian dari digital marketing adalah internet marketing. Internet marketing dapat diartikan sebagai pemasaran dengan target utamanya adalah pengguna Internet. (Leni Marlena, 2019). Dalam arti lain Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. (Khotimatus Sadiyah, 2020).

Seperti halnya desa-desa lain diseluruh wilayah Indonesia, Desa Lubuk Nipis yang ada di Kecamatan Panang Enim Kabupaten Muara Enim ini merupakan desa yang jauh dari perkotaan, yang mempunyai potensi yang luar biasa juga, baik potensi wisata dan juga potensi UMKM yang berkembang dimasyarakat desa itu. Hanya saja potensi desa ini belum terexpose secara meluas dikrenakan minimnya sumber daya manusia yang belum ahli dibidang pemasaran khususnya dibidang digital marketing dengan memanfaatkan teknologi internet.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka untuk mengangkat potensi yang ada, perlu adanya peningkatan keahlian SDM untuk meningkatkan promosi ke luar daerah agar dapat dilihat oleh masyarakat luas dan terexpose secara menyeluruh yang nantinya dapat berimbas untuk pada kesejahteraan masyarakat desa Lubuk Nipis. Untuk itu Universitas Mahakarya Asia PSDKU Kabupaten Ogan Komering Ulu melalui dosen dan mahasiswa ingin turut serta memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan untuk peningkatan pengetahuan kepada sdm dan meningkatkan promosi produk UMKM Desa Lubuk Nipis maupun untuk mempromosikan potensi sumber daya alam Desa Lubuk Nipis. Dalam hal ini tim dosen yang melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mengadakan pelatihan desain grafis menggunakan

aplikasi canva untuk perangkat desa dan pelaku UMKM, dan pengetahuan tentang digital marketing.

Digital Marketing

Digital marketing merupakan media promosi dalam bentuk elektronik. salah satu bagian dari digital marketing adalah internet marketing. Internet marketing dapat diartikan sebagai pemasaran dengan target utamanya adalah pengguna Internet. (Leni Marlena, 2019). Dalam arti lain Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepatwaktu, pribadi, dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. (Khotimatus Sadiyah, 2020)

Komunikasi Masa

Komunikasi masa merupakan komunikasi yang dilakukan melalui media masa. Media masa menunjuk pada hasil teknologi moderen sebagai saluran dalam komunikasi masa. Komunikasi masa merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dengan menggunakan media masa (media cetak dan media elektronik), pesan yang diberikan bersifat umum, sehingga setiap orang dapat menerima pesan tersebut dan diharapkan dapat memberikan feetback dari pesan yang disampaikan.

Media Sosial

Media sosial merupakan konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah di akses dan di ukur. Hal yang terpenting adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan membagi berita, serta mencari informasi dan konten. (Dailey, 2009:3) mendefinisikan media sosial sebagai pemahaman terbaik dari kelompok jenis baru media online yang mencakup karakter-karakter berikut ini:

1. Partisipasi
   Social media mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik.Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak.
2. Keterbukaan
   Layanan social media terbuka untuk umpan balik danpartisipasi, serta mendorong untuk memilih, berkomentar dan berkomunikasi.
3. Percakapan
   Saat media tradisional masih mendistribusikan konten kepada khalayak, social media dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah
4. Komunitas
   Social media dapat memberntuk komunitas dengan cepat
5. Konektivitas
6. Kebanyakan social media berkembang pada keterhubungan ke situs-situs, sumber-sumber dan orang orang lain (Mayfield (2008:5))

METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada desa Lubuk Nipis merupakan pendampingan kegiatan masyarakat desa yang terdiri dari pembentukan tim kegiatan, pelatihan, implementasi kegiatan dan evaluasi kegiatan. (Dani Anggoro, 2020). Adapun tahapan yang dilakukan sebagai berikut :

a. Pembentukan Tim kegiatan pendampingan implementasi Digital Marketing desa Lubuk Nipis terdiri dari 1 ketua dan 8 anggota, berikut uraian tugas dari tim kegiatan:

Table 1. table Tim Pelaksana Kegiatan PKM

No	Nama	Tugas
1	Suryanto, M.Kom	Pembentukan team dan koordinasi antaranggota
	Muhajir Arafat, M.Kom	Pemateri Pengenalan internet marketing dan pengmabilan foto dan video
2	Suryanto, M.Kom	Editing video untuk publikasi sosmed
3	Rusidi, M.Kom	Pemanfaatan disain grafis didunia internet marketing
4	M. As'ad, M.Pd&Dian Sri Agustina, M. Kom	Membuat akun di canva.com& Membuat E-mail dan akun media sosial (FB, IG, TikTok, Youtube)
5	Yunita Trimarsiah, ST., M.Kom & Satria Novari, M. Kom	Membuat logo di canva& Membuat pamflet dengan canva
6	Dodi Herryanto, M.Kom	Membuat label produk dengan canva
7	Taufik Sobri, SEI., MS.I	Export file hasil desain dari canva menjadi file image
8	Tim Dosen PKM	Diskusi dan tanya jawab

b. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil mengenai obyek yang akan menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu potensi wisata dan kerajinan tangan masyarakat desa Lubuk Nipis. Kegiatan observasi juga dapat mengamati potensi obyek wisata dan menggali kegiatan masyarakat dalam mendukung pengelolaan potensi wisata di desa lubuk Nipis.
c. Wawancara, yaitu melakukan proses penggalian informasi melalui tanya jawab secara langsung dengan pihak masyarakat, pengelola terkait, dan stakeholder yang terlibat dalam pengelolaan potensi wisata tersebut.
d. Analisis Situasi Tempat Pengabdian Kepada Masyarakatdilakukan dengan cara daring melalui whatshapp dengan kepala desa lubuk Nipis. Diskusi membahas tentang pelatihan perangkat desa dan warga serta kendala pengenalan tempat wisata dan kerajinan tangan yang dihasilkan oleh masyarakat desa lubuk Nipis.
e. Identifikasi Masalah dilakukan untuk mengetahui pokok permasalahan bagaimana supaya tempat wisata dapat dikenal di luar desa secara meluas bahkan secara nasional dan bagaimana kerjinan tangan dari desa Lubuk Nipis, KecamatanPanang Enim, Kabupaten Muara Enim tersebut dapat ditemukan secara mudah oleh calon pelanggan di situs Sosial Mediaseperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Youtube, ?
f. Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakatdengan mengusung pelatihan dan implementasi di bidang digital marketing yaitu untuk mengenalkan dan mempromosikan destinasi desa wisata, berupa airterjun

dan kerajinan tangan serta kuliner khas masyarakat desa Lubuk Nipis dengan cakupan area yang lebih luas, dengan harapan dapat medatangkan wisatawan dan meningkatkan jumlah penjualan hasil UMKM masyarakat desa Lubuk Nipis.

g. Evaluasi Kegiatan merupakan tapahap akhir dari kegiatan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu melakukan evaluasi dari implementasi kegiatan dengan melihat seberapa efektif penerapan aplikasi digital marketing untuk membantu mengenalkan dan mempromosikan tempat wisata dan produk UMKM di desa Lubuk Nipis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Lubuk Nipis merupakan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diwajibkan bagisemua Dosen.Hasil dari kegiatan pengabdian adalah berupa foto, video tempat wisata dan kerajinan tangan serta kuliner desa Lubuk Nipisyang digunakan sebagai kontent untuk pemasaran secara digital melalui sosial media, serta pelatiahn penigkatan sumber daya masyarakat dalam mempersiapkan dan membuat konten baik foto maupun video untuk promosi melalui sosial media. Hasil dari kegiatanini diharapkan ada proses peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan internet untuk media promosi agar jangkaunya lebih luas sehingga pengenalan potensi desa Lubuk Nipisdapat meningkatkan jumlahkunjungan wisatawan ke desaLubuk Nipiskarena telah lebih dikenal oleh masyarakat luas. Adapun hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kegitan Pendampingan dengan mempromosikan tempat wisata dan kerajinan tangan desa Lubuk Nipismelalui facebook dan instagaram, tiktok dan youtube.

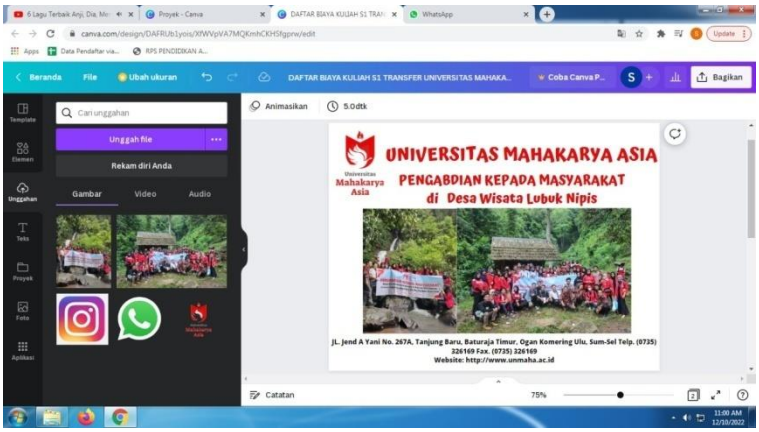
Gambar 1. Acara Penandatanganan MOU PKM dan Desa Lubuk Nipis

Gambar 2. Foto Warga Pengrajin dari bambu

Gambar 3. Foto UMKM Warga

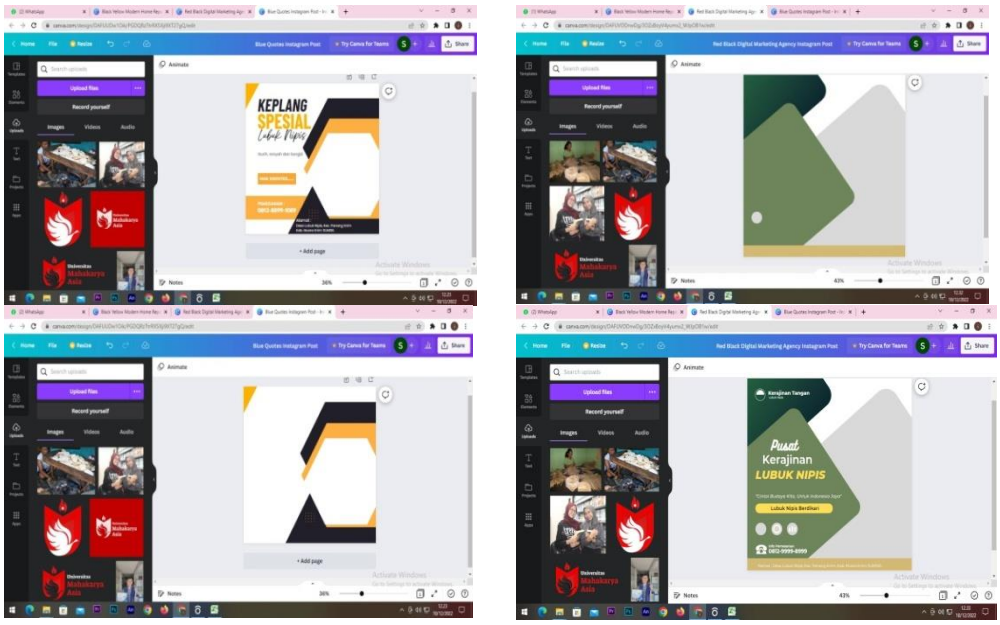
2. Hasil Pengambilan Foto dan video di Obyek Wisata Air Terjun di desa Lubuk Nipis

Gambar 4. Foto dosen dan mahasiswa di salah satu destinasi Wisata



Gambar 5. Hasil print Screen Hasil desain Pelatihan

3. Pembuatan kontent yang akan di publikasi melalui facebook, TikTok, instagram, Youtube.Kontent desain foto dan video yang dihasilkan yang akan di diposting pada media sosial. Pembuatan kontent yang akan di publish sudah disediakan dalam bentuk template di canva. Pengelola desa wisata tinggal memasukkan foto dan mengganti text, sebagai kontent promosi melalui Facebook, Instagram, TikTok, dan Youtube. Berikut template yang sudah di sediakan :



Gambar 6. Hasil pelatihan Pembuatan desain Flayer menggunakan canva
Hasil Pembutan Template desain menggunakan canva

4. Kontent yang di hasilkan setelah template di canva di isi dengan objek foto

Gambar 7. Hasil pelatihan Pembuatan desain Flayer Untuk di Sosmed

5. Evaluasi Hasil Publikasi

Kegiatan akhir dari Pengabdian Kepada Masyarakat di Lubuk Nipis adalah melakukan evaluasi untuk melihat efektifitas kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan setelah 1 bulan kegiatan publikasi foto dan video pada sosial media facebook dan instagram, TikTok dan Youtube. Berdasarkan hasil publikasi di sosial media itulah diperoleh dari salah

satu sosmed respon berupa like dan dilihat oleh masyarakat umum hasil dari promosi di sosmed, yaitu 512x like dan di lihatuntuk promosi pusat kerajinan dan 302x like dan dilihat untuk promosi destinasi wisat curup kelui :

Gambar 8. Salah Satu Promosi di Sosmed dan respon

SIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di desa Lubuk Nipis telah selesai dilaksanakan. Melalui pelaksanaan tersebut diperoleh berbagai hal menarik. Kegiatan PKM ini turut berkontribusi bagi masyarakt desa Lubuk Nipis, karena dengan adanya pendampingan masyarakat di desaini makapotensi desa seperti tempat wisata, hasil kerajinan tangan dan kulinerdesa tersebut dapat dipromosikan dengan memanfaatkanmedia internet marketing, seperti melalui sosial media dalam bentuk Facebook, Instagram, Tiktok dan Youtube.Dalam rangka meningkatkan intensitas pemasaran yang mengutamakan publikasi tentang potensi yang dimiliki oleh desa Lubuk Nipis, dalam hal ini kerajinan tangan dan kulinerserta air terjun. Sehingga potensi desa Lubuk Nipis akan tersebar lebih luas dan semakin banyak masyarakat yang dapat mengetahuinnya informasi potensi desa tersebut. Melalui kegiatan PKM ini harapan kedepannya desa Lubuk Nipis dapat menjadi destinasi wisata utama bagi wisatawan lokal maupun nasional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Lubuk Nipis dengan bertambah dikenalnya desa Lubuk Nipis.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, R. W. (2015). Peran facebook sebagai media promosi dalam mengembangkan industri kreatif. *Bina Insani ICT Journal*.

Dani Anggoro, H. H. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna . *Jurpikat*.

Handi sama, T. W. (2019). Digital marketing Untuk Pariwisata di Desa Sembulang. *NaCosPro*.

Haq, H. Z. (2019). Pengaruh media sosial(facebook, Twiter, Instagram) terhadap

peningkatan jumlah pengunjung kolam renang di kabupaten pemalang. *Hammas Zamanul Haq*.

Dailey, Patrick R (2009). Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture. Burlington, Linkage. Dokumen http://www.linkageinc.com.

Mayfield, Antony (2008). What is Social Media? UK, iCrossing. Dokumen http://www.icrossing.co.uk.

Irwansyah. (2011). Corporate and Marketing Comunication . *Puskombis Universitas Mercubuana* .

Khotimatus Sadiyah, L. D. (2020). Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Al Auladiyah. *Dedikasi*.

Leni Marlena, d. (2019). *Digital Marketing*. Bandung: Widina.

Marni Astuti, R. N. (2021). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata . *Kaca Negara*.

Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept.* Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.