

Pembinaan Optimalisasi Peran Perempuan Desa dalam Literasi Inovasi Digital Marketing Guna Menjaga Keberlangsungan Usaha di Desa Kelungkung

Zulkieflimansyah^{1*}

Program Studi Magister Manajemen Inovasi, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Hasrul Sani²

Program Bahasa dan Kebudayaan Inggris, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Lesnawati³

Program Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Sekolah Tinggi Agama Islam Sumbawa, Indonesia

^{1,2})Alamat: Jl. Olat Maras, Kec. Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat

³)Alamat: Jl. Labu Sawo, Kec. Moyo Utara, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat

*Korespondensi penulis: zulkieflimansyah@uts.ac.id

Article History:

Received: 15 Mei 2024

Revised: 20 Juni 2024

Accepted: 14 Juli 2024

Published: 15 Juli 2024

Keywords: The Role of Village Women, Digital Marketing Innovation Literacy

Abstract. The main purpose of this community empowerment activity is to provide guidance on optimising the role of village women in digital marketing innovation literacy to maintain business sustainability in Kelungkung Village. The methods used in this community service activity are tutorial methods, mentoring methods, discussion methods and evaluation. The results achieved from this activity are: (1) The enthusiasm of the PKK of Kelungkung Village for digital marketing innovation literacy activities with various conditions of limited time and age, (2) Can understand and practice how to create a market place account to do online marketing, (3) Can understand material about online marketing strategies, (4) Able to plan a digital marketing business, (5) Able to compile small business performance evaluation management.

Abstrak. Tujuan utama kegiatan pemberdayaan masyarakat ini yaitu melakukan pembinaan optimalisasi peran perempuan desa dalam literasi inovasi digital marketing guna menjaga keberlangsungan usaha di Desa Kelungkung. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa metode tutorial, metode pendampingan, metode diskusi serta evaluasi. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah : (1) Semangat dari para PKK Desa Kelungkung terhadap kegiatan literasi inovasi digital marketing dengan berbagai kondisi keterbatasan waktu dan usia, (2) Bisa memahami serta mempraktekan cara membuat akun market place guna melakukan marketing secara online, (3) Bisa memahami materi tentang strategi marketing secara online, (4) Mampu Merencanakan bisnis marketing digital, (5) Mampu menyusun manajemen evaluasi kinerja usaha kecil.

Kata Kunci: Peran Perempuan Desa, Literasi Inovasi Digital Marketing

1. LATAR BELAKANG

Pemanfaatan digital marketing memang sangat penting, namun literasi inovasi digital marketing terhadap penggunaan semua kalangan perlu ditingkatkan terutama pada pelaku

* Zulkieflimansyah, zulkieflimansyah@uts.ac.id

usaha perempuan desa yang bergerak pada usaha UMKM. Literasi digital mewakili pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan berbagai macam tugas dan disiplin usaha agar tercapainya kreatifitas pelaku UMKM. Demikian kemampuan pelaku usaha akan ditinjau dari seberapa jauh literasi digitalnya dalam menjalankan aktivitas usaha pada ranah digitalisasi (Mulki, 2023), (Pebrina Swissia, 2023), (Setiawan et al., 2021). Oleh karena itu mulai terciptanya lingkungan digital yang dapat bersaing dan berkompetisi dalam penunjang usaha yang maju di era disrupsi digital. Digital marketing diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan. Peningkatan kapasitas literasi yang memadai, menjadi tantangan baru untuk pelaku usaha. Pelaku usaha dituntut untuk dapat bersaing satu sama lain dalam beradaptasi dengan teknologi baru menyesuaikan kebutuhan penunjang dalam mengembangkan usaha. Literasi digital menjadi dorongan pelaku usaha untuk terus berkembang dan menorehkan berbagai macam inovasi.

Keberlangsungan usaha maju dilihat seberapa baiknya pengelolaan aktivitas usaha dalam digital sebagai media pengaplikasian model branding suatu usaha. Oleh karena itu pelaku UMKM perlu meningkatkan daya literasi digital sesuai perkembangan teknologi mutakhir pada masa ke masa (Suminto et al., 2023), (Nooryanto et al., 2022), (Arrizal & Sofyantoro, 2020), (Yulia Novita et al., n.d.)UMKM menjadi salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah. Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikit pun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut. Bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil.

Salah satu untuk memajukan kegiatan usaha kecil di desa salah satunya dengan memperkenalkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam upaya pembinaan pengenalan digitalisasi khususnya untuk pemasaran produk unggulan desa. Melalui digitalisasi UMKM pelaku usaha dapat lebih fleksibel dan bebas dalam pengembangan usahanya terutama pada kegiatan promosi (Sari et al., 2023), (Langga & Se, 2024), (Darmayanti et al., 2022), . Sehingga diharapkan dari hasil pembinaan literasi digitalisasi

marketing dapat menghasilkan kegiatan pemasaran yang optimal guna keberlangsungan usaha kecil di desa.

Berdasarkan hasil survey serta wawancara sementara oleh tim pemberdayaan masyarakat terhadap mitra pemberdayaan hal ini diwakili oleh ketua kelompok Ibu PKK Desa kelungkung, menghasilkan bahwa kendala yang dialami oleh para ibu - ibu PKK dalam pengembangan hasil produk diatas yaitu berupa 1) keterbatasan media promosi, karena produk hanya dipromosikan dalam lingkup yang terbatas seperti arisan, pengajian, bazaar, atau sesekali mengikuti event pameran. (2) Sistem pemasaran masih konvensional dengan jangkauan terbatas, dimana produk ditawarkan secara langsung dengan mendatangi pedagang, toko, perseorangan / kelompok. (3) Keterbatasan jangkauan pasar karena produk hanya didistribusikan untuk memenuhi pemesanan saja, Selama ini jangkauan pasar hanya terbatas pada pelanggan lama, atau customer baru yang telah mengetahui keberadaan unit usaha Mitra. Berikut gambaran model pemasaran produk Ibu-Ibu Kelompok PKK Desakelungkung:



Gambar 1. Proses kegiatan Pemasaran Produk Oleh Ibu PKK Desa Kelungkung

Oleh sebab itulah, dari pemaparan konsep diatas tim pengabdian masyarakat mencoba mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat yang ditujukan pada PKK Desa Kelungkung di Kabupaten Sumbawa guna menjaga keberlangsungan usaha. Harapan dari kegiatan ini ialah para ibu PKK Desa Kelungkung Kabupaten Sumbawa mampu memahami konsep pemasaran secara digital baik secara teori maupun secara praktek sehingga pada akhirnya akan tercipta keberlangsungan usaha kecil di Desa Kelungkung Kabupaten Sumbawa.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 11 Juni 2024 di Desa Kelungkung Kabupaten Sumbawa. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi serta solusi yang ditawarkan maka metode yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat ini yaitu:

- a) Metode tutorial, Peserta pengabdian masyarakat diberikan pelatihan mulai tentang pentingnya inovasi marketing melalui digitalisasi strategi tentang cara memulai usaha kecil dengan cara digital marketing. Tutorial ini berlangsung selama 2 jam.
- b) Metode pendampingan. Memberikan kesempatan kepada para ibu PKK Desa Kelungkung untuk didampingi dalam praktek memasarkan produk usahanya melalui beberapa market place serta praktek pembuatan masing – masing akun peserta ibu PKK Desa Kelungkung. Kemudian peserta diberikan kesempatan untuk menanggapi atau bertanya kembali jika belum paham terkait materi yang disampaikan. Pendampingan ini berlangsung selama 3 jam.
- c) Metode diskusi yaitu memberikan kesempatan kepada peserta para ibu PKK Desa Kelungkung Kabupaten Sumbawa untuk berdiskusi mengenai tingkat pemahaman penyampaian materi. Diskusi ini berlangsung selama 1.5 jam.
- d) Evaluasi yaitu adapun evaluasi dilakukan setelah kegiatan berlangsung, kemudian durasi evaluasi berlangsung selama 1.5 jam dengan tujuan adanya pemantauan secara berkelanjutan dari hasil pelatihan kegiatan terhadap peserta kegiatan. Adapun beberapa indikator target pencapaian selama evaluasi diantaranya dengan pree test dan post test.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kelungkung terhadap para ibu PKK dengan tujuan utamanya yaitu: melakukan pembinaan optimalisasi peran perempuan desa dalam memperkenalkan literasi inovasi digital marketing guna menjaga keberlangsungan usaha para ibu PKK Desa Kelungkung. Adapun kegiatan tersebut menghasilkan beberapa hal yaitu: (1) Semangat dari para ibu PKK terhadap kegiatan literasi inovasi digital marketing dengan berbagai kondisi keterbatasan waktu dan usia, (2) Bisa memahami serta mempraktekan cara membuat akun market place guna melakukan marketing secara online, (3) Bisa memahami materi tentang strategi marketing secara online, (4) Mampu Merencanakan bisnis marketing digital. Kegiatan terlaksana pada hari Selasa, 11 Juni 2024 yang dihadiri 30 anggota PKK Desa Kelungkung kecamatan Batulanteh Kabupaten Sumbawa.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta Ibu - Ibu PKK Desa Kelungkung.

Pada sesi akhir acara kegiatan pengabdian masyarakat

Pada kegiatan pengabdian ini juga tim pemberdayaan masyarakat melakukan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat melalui pre test dan post test kepada para ibu PKK Desa Kelungkung kecamatan Batulante Kabupaten Sumbawa mengenai penyampaian materi oleh tim pengabdian masyarakat. Adapun tujuan ialah agar para peserta dapat mengetahui hasil kegiatan yang dilaksanakan dan sejauhmana para peserta kegiatan mampu memahami setiap penyampaian materi yang disampaikan oleh tim pengabdian. Kemudian tujuan yang berikutnya adalah agar menjadi bahan evaluasi dimasa yang akan datang jika akan dilaksanakan kembali kegiatan pengabdian yang serupa.

Harapan yang sangat besar dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kelungkung kecamatan Batulante Kabupaten Sumbawa ialah guna mengangkat potensi - potensi yang terpendam pada para anggota PKK Desa Kelungkung kecamatan Batulante Kabupaten Sumbawa serta menjadikan usaha kecil di Desa Kelungkung memiliki inovasi digital marketing berdaya saing. Kemudian harapan yang berikutnya yang tidak kalah pentingnya adalah menjadikan para ibu PKK Desa Kelungkung sebagai desa percontohan dalam inovasi digital marketing. Keaktifan para ibu PKK Desa Kelungkung dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini telah membawa dampak perubahan pada cara pandang bagi para anggota PKK Desa Kelungkung kecamatan Batulante Kabupaten Sumbawa untuk berjuang menjadi pengusaha unggul dan berdaya saing tinggi melalui inovasi digital marketing.

Pada sesi akhir acara kegiatan pengabdian masyarakat harapan dari para ibu PKK Desa Kelungkung kecamatan Batulante Kabupaten Sumbawa agar kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kelungkung bisa terus dikembangkan guna membantu edukasi para pengusaha kecil lainnya dalam pengembangan potensi keterampilan inovasi marketing digital bagi para

pengusaha kecil di Desa Kelungkung. Keberlanjutan kegiatan adalah harapan yang paling diinginkan oleh para peserta Ibu PKK Desa Kelungkung. Bantuan berupa pembinaan kegiatan pengabdian masyarakat ini bagi para ibu PKK Desa Kelungkung sangatlah membantu mereka dalam banyak hal diantaranya para ibu PKK Desa Kelungkung dapat merencanakan strategi pemasaran serta membuka wawasan tambahan terkait bagaimana caranya meningkatkan omset melalui inovasi digital marketing. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian masyarakat menambahkan pelatihan yang terkait manajemen evaluasi pemasaran dengan harapan para ibu PKK Desa Kelungkung dapat memahami cara mengevaluasi kinerja pemasarannya serta kinerja usaha yang dilakukannya. Akhirnya hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah : (1) Semangat dari para ibu PKK terhadap kegiatan literasi inovasi digital marketing dengan berbagai kondisi keterbatasan waktu dan usia, (2) Bisa memahami serta mempraktekan cara membuat akun market place guna melakukan marketing secara online, (3) Bisa memahami materi tentang strategi marketing secara online, (4) Mampu Merencanakan bisnis marketing digital, (5) Mampu menyusun manajemen evaluasi kinerja usaha kecil.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat terhadap perempuan desa yang dalam kali ini PKK Desa Kelungkung kecamatan Batulante yaitu hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah : (1) Semangat dari para ibu PKK terhadap kegiatan literasi inovasi digital marketing dengan berbagai kondisi keterbatasan waktu dan usia, (2) Bisa memahami serta mempraktekan cara membuat akun market place guna melakukan marketing secara online, (3) Bisa memahami materi tentang strategi marketing secara online, (4) Mampu Merencanakan bisnis marketing digital, (5) Mampu menyusun manajemen evaluasi kinerja usaha kecil.

5. DAFTAR REFERENSI

- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39–48. <https://jurnal.madiunkab.go.id/index.php/BP/article/view/36/35>
- Darmayanti, E. F., Thresia, F., Anggoro, D., & Rahayu, S. R. (2022). Pendampingan Membatik dan Digitalisasi Marketing dalam Upaya Peningkatan dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Desa Banjarrejo dikukuhkannya batik Indonesia sebagai Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity akan dicabut kemb. *Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 293–299.
- Langga, L., & Se, H. (2024). *Pendampingan Digitalisasi BUMDes Dalam Upaya*

Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Desa Hangalande , Kabupaten Ende. 8(1), 8–15.

- Mulki, M. (2023). *Dan Pendampingan Digital Marketing Dengan Media Sosial.*
- Nooryanto, A., Fitri, A., & Masruriyah, N. (2022). Strategi dan digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan umkm di desa cikuntul kecamatan tempuran kabupaten karawang. *Abdimajurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 759–764. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3663>
- Pebrina Swissia, H. (2023). OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRANDING PADA UMKM TEMPE MBAH MUL DI DESA PURWOTANI. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5949–5956. <https://doi.org/10.31862/9785426311961>
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., & Dkk. (2023). Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM. *Sonpedia, Publishing Indonesia*, 2(August), 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Setiawan, D., Nadha, E., Dimi, P., Sastiana, W. I., Rizky, D., Utami, N., Restu, H., Tamansiswa, U. S., & Sentolo, K. (2021). Pelatihan Dan Pengembangan Branding Produk. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2021 Lembaga Penelitian, Pengembangan, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP3M)*, 129–134.
- Suminto, A., Putra, A. M., Imari, I., Saddam, M., & Tri, A. (2023). Pendampingan Branding Improvement dan Digitalisasi Marketing Produk UMKM Berkah Alami “ Brangkal Ketela ” Desa Prayungan , Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 3, 104–120.
- Yulia Novita, H., Fitri, A., & Masruriyah, N. (n.d.). *PENDAMPINGAN KEGIATAN SOSIALISASI DIGITALISASI UMKM DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PASCA PANDEMI COVID-19 (DESA KALIDUNGJAYA)*. 1597–1602.