

Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kelurahan Pamulang Barat, Tangerang Selatan

Fadillah, Sri Nirmalawaty, Angga Pratama

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Email :

dosen02197@unpam.ac.id, dosen02029@unpam.ac.id, angga.pratama@unpam.ac.id

ABSTRAK

Indonesia adalah “raksasa teknologi digital Asia yang sedang berkembang”, ini terbukti dengan hadirnya startup berstatus Unicorn, Decacorn, dan tidak menutup kemungkinan startup Hectocorn . Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna smartphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer menyatakan bahwa pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Dengan adanya perkembangan digital, terutama di masa Pandemi Covid-19 saat ini, pelaku UMKM diperkirakan meningkat dalam rentang 15%-26% selama beberapa bulan terakhir. Seiring dengan tantangan yang makin berat, peluang di era digital juga semakin terbuka dan mudah bagi kita melihatnya sebagai tantangan atau peluang. Meningkatnya permintaan produk-produk kreatif melalui sektor UMKM, perkembangan gaya hidup digital, sampai bonus demografi tahun 2035 menjadi potensi dalam meningkatkan sektor usaha.

Pada awal tahun 2019 dalam pertemuan tahunan *World Economic Forum* (WEF) di Davos-Swiss, Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe mengemukakan Visi Jepang mengenai *Society 5.0*. Istilah *Society 5.0* muncul pertama kali di Jepang pada tahun 2016, setelah mendapat persetujuan dari kabinet Jepang. *Society 5.0* diawali dengan era perburuan (*Society 1.0*), pertanian (*Society 2.0*), industri (*Society 3.0*), dan teknologi informasi (*Society 4.0*). *Society 5.0* menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Manusia mempunyai peran di era digital. Sehingga dibutuhkan keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan penyelesaian masalah sosial. *Society 5.0* dimaksudkan untuk mengantisipasi era Industri 4.0, dimana peran masyarakat dirasakan masih kurang.

Melalui *Society 5.0*, kecerdasan buatan yang memperhatikan sisi kemanusiaan akan mentransformasi jutaan data yang dikumpulkan melalui internet pada segala bidang kehidupan. Tentu saja diharapkan, akan menjadi suatu kearifan baru dalam tatanan bermasyarakat. Tidak dapat dipungkiri, transformasi ini akan membantu manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna. Dalam *Society 5.0*, juga ditekankan perlunya keseimbangan pencapaian ekonomi dengan penyelesaian problem sosial. Sistem yang terhubung di dunia maya merupakan hasil optimal yang telah diperoleh dari adanya Artificial Intelligence dengan penggabungan teknologi Big Data yang bisa menjadi nilai *feedback* dalam bidang industri maupun society dari yang tidak mungkin menjadi mungkin.

Indonesia sendiri merupakan pasar yang potensial bagi ekonomi digital. Besarnya potensi ekonomi digital di Indonesia dibuktikan melalui nilai USD 27 miliar pada tahun 2018. Angka ini membuat Google optimistis bahwa 10 tahun lagi ekonomi digital Indonesia akan mencapai nilai USD 100 miliar. Lambat laun, faktor yang dapat mendukung perkembangan tersebut adalah pemanfaatan teknologi dan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki Indonesia.

Banyak sekali keuntungan yang akan diperoleh UMKM yang dengan cerdas mampu bertransformasi memanfaatkan digitalisasi, seperti yang kita tahu kondisi saat ini kita harus saling menjaga jarak atau sosial distancing, bertemu tatap muka menjadi aktivitas yang dihindari se bisa mungkin maka suka tidak suka digital adalah jawabannya. **lalu kemudian akan** terciptanya efisiensi yang semakin memudahkan pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya, seperti efisiensi biaya produksi, transportasi, pergudangan, bahkan promosi cukup dilakukan melalui media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter, serta lainnya akan tetapi harus dikemas dengan sebaik mungkin.

Kata kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat, Digital Marketing 5.0, UMKM

PENDAHULUAN

Potensi Indonesia sebagai raksasa *e-commerce* dan teknologi **digital** dimasa yang akan datang tetaplah sangat besar. Hal ini disebabkan penduduk Indonesia, mayoritas merupakan generasi milenial dan gen Z, generasi yang melek teknologi dan pengguna aktif media sosial. Menurut Emarketer, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pada 2018, mencapai 100 juta orang. Jumlah sangat besar dan membuat pasar UMKM digital tetap menjanjikan dimasa yang akan datang.

Pada masa pandemi, diketahui jumlah konsumen *e-commerce* semakin meningkat, **Covid-19** juga mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi lebih digital. Sehingga diperkirakan setelah pandemi ini berlalu, gaya hidup **digital** masih akan tetap berlangsung. Sehingga transformasi **UMKM** menjadi digital **UMKM** merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari oleh kita semua. Hal ini juga dipengaruhi oleh perubahan dan perkembangan teknologi di seluruh dunia utamanya negara maju.

Era industri 4.0 akan digantikan dengan era society 5.0. Perubahan ini perlu disikapi Indonesia dengan lebih bijak dan tenang. Bukan berarti santai-santai, dalam hal ini perlu menyeimbangi perubahan di era society 5.0 ini dengan mempersiapkan segala aspek yang bersinggungan dengan society 5.0, seperti lingkungan, teknologi, dan manusianya.

Sebelum semakin melangkah mengenai peran **UMKM** di era society 5.0, sebaiknya kita mengenal lebih dekat tentang era society 5.0. Istilah society 5.0 pada awalnya dicetuskan oleh negara Jepang dan telah dimulai sejak tahun 2019. Meski demikian society 5.0 bukan hanya akan berlaku di negara matahari terbit ini, melainkan akan merambat ke seluruh penjuru dunia meskipun dengan istilah yang berbeda beda.

Pemerintah Jepang mendefinisikan society 5.0 yaitu masyarakat yang terpusat pada manusia dimana dapat menyeimbangkan antara kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial menggunakan sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan fisik (COJG, 2019). Oleh karena itu, sebelum

society 5.0, tentunya ada era kehidupan bermasyarakat sebelumnya.

Menurut Fukuyama ada beberapa tahapan masyarakat atau society berdasarkan sejarah manusia. Dimulai dari Society 1.0 yang didefinisikan sebagai kelompok orang yang berkumpul dan berburu, kemudian berdampingan secara harmonis dengan alam.

Society 2.0 membentuk kelompok berdasarkan budidaya pertanian, peningkatan organisasi dan pembangunan bangsa, dimulai dari 13.000 sebelum masehi. Society 3.0 adalah masyarakat yang mempromosikan industrialisasi melalui revolusi industri 1.0, dimulai dari akhir abad ke-18.

Society 4.0 adalah masyarakat informasi yang menyadari peningkatan nilai tambah dengan menghubungkan aset tidak berwujud sebagai jaringan informasi, dimulai dari pertengahan abad ke-20. Akhirnya society 5.0 yang dimulai di Jepang sejak tahun 2019, dimana bertujuan membuat masyarakat informasi yang dibangun sejak society 4.0, menjadi masyarakat yang lebih makmur.

Kelebihan society 5.0 dibandingkan era sebelumnya adalah, adanya nilai baru yang menghilangkan kesenjangan dari segi regional, bahasa, agama, usia, dan jenis kelamin. Nilai baru ini tercipta dari inovasi-inovasi baru yang terwujud dalam bentuk produk dan pelayanan. Oleh karena itu, teknologi memegang peranan penting dalam era society 5.0 ini.

Dalam hal ini teknologi akan hidup berdampingan dengan masyarakat dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di era ini. Pada era society 5.0 akan berkembang teknologi big data, *Internet of Things*, kecerdasan buatan, drone, robotika, dan *augmentic reality*.

Teknologi ini yang dulunya hanya terpakai di kalangan industri akan membaur dalam kehidupan masyarakat. Sebagai contoh akan adanya smart home, mobil tanpa sopir, drone

pengantar barang atau makanan, ruang kelas daring yang lebih interaktif, dan sebagainya. Tujuan dari society 5.0 membuat manusia lebih makmur, membantu produktifitas manusia dengan teknologi sehingga manusia lebih mudah menikmati hidup.

Na bagaimana kesiapan Indonesia dalam menghadap era society 5.0. Dalam hal ini, Indonesia tidak menutup diri dari perubahan yang berasal dari luar selama perubahan itu mengarah ke arah yang positif. Namun seperti yang kita ketahui, era industri 4.0 di Indonesia belum selesai, dan juga adanya pandemi yang datang secara tiba-tiba. Hal ini tidak seharusnya menjadi hambatan bagi kita mencapai kemajuan seperti halnya negara-negara lain di dunia. Bahkan sebenarnya perubahan ini akan membuat kita lebih siap menghadapi tantangan zaman dan musibah yang mungkin datang secara tiba-tiba seperti halnya virus corona ini.

Dalam hal ini, kesiapan Indonesia dalam menghadapi era society 5.0, ditentukan oleh kerja sama dari berbagai pihak, seperti pemerintah, industri, peneliti, dan masyarakat secara umum.

Selain daripada itu, sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang juga cukup penting di era society 5.0. Pada saat ini UMKM yang telah bertransformasi ke arah digital terhitung masih sedikit yaitu sekitar 16 persen dari seluruh UMKM yang ada di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tingkat kesiapan masyarakat terhadap penggunaan teknologi yang tergolong masih rendah dan konektifitas internet yang belum tersedia di semua tempat.

Oleh karena itu, perlu persiapan yang dilakukan bangsa ini untuk mewujudkan UMKM yang sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga dibutuhkan kerja sama dari pemerintah, pelaku usaha UMKM dan masyarakat umum sebagai konsumen. Dalam hal ini perlu adanya sosialisasi dan pelatihan terhadap pelaku UMKM yang belum memahami mengenai digitalisasi UMKM

selain pemenuhan infrastruktur teknologi yang belum tersedia.

Meski demikian, e-commerce termasuk didalamnya para UMKM digital ini telah memberikan transaksi ekonomi digital sebesar US\$32 miliar ke negara ini pada tahun 2020, dan diprediksi akan meningkat menjadi US\$83 miliar pada tahun 2025. Sehingga digitalisasi UMKM merupakan sebuah bentuk investasi yang cukup besar untuk negara maupun masyarakat umum di masa yang akan datang.

Pemanfaatan aplikasi internet yaitu seperti media sosial, Grab, Gojek, Tokopedia, website, Zoom, Google meet, merupakan media yang cukup bermanfaat untuk masyarakat UMKM. Penggunaan drone antar kota yang diprediksi akan tiba di era society 5.0 akan makin mempermudah masyarakat UMKM terutama di daerah dalam menjalankan usahanya.

Sehingga kesiapan masyarakat UMKM khususnya dalam menghadapi perubahan di era ini sangat diharapkan. Salah satu proyek pengabdian internal Unhas tahun 2021, turut membina dua UMKM di Makassar dan Enrekang untuk bertransformasi menjadi UMKM digital. Program pengabdian ini bertujuan mensosialisasikan sistem digitalisasi UMKM dalam menghadapi pandemi dan era society 5.0.

Program ini membuat dua buah website untuk UMKM ini yaitu Sulawesi Tora Bika Cofee dan Bale Pallu Mara Penja the Food from Makassar. Kedua website bisnis ini bertujuan untuk membantu UMKM yang memproduksi ikan tradisional pallumara dan penja yang berlokasi di Makassar. UMKM yang lainnya berlokasi di Enrekang dan memproduksi kopi Torbika yang ditanam di kebun mereka sendiri untuk menyeimbangkan ekosistem perdagangan digital seperti saat sekarang ini, pelaku usaha harus bisa mengikuti setiap perkembangan secara perlahan, menyesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan usaha masing-masing.

Demikian gambaran mengenai transformasi dan peran UMKM di era society 5.0, semoga bisa menjadi inspirasi dan dorongan bagi kita semua dalam berusaha dan berkarya di masa kini dan yang akan datang.

RUMUSAN MASALAH

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan skala nasional untuk pelaku usaha UMKM di Kelurahan Pamulang Barat?
2. Sejauh mana pelaku usaha UMKM melakukan inovasi produknya dan meng upgrade diri mengikuti perkembangan digital marketing 5.0?

TUJUAN MASALAH

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka tujuan dari pengabdian kepada masyarakat adalah :

1. Untuk strategi pengembangan bisnis dengan skala nasional untuk pelaku usaha UMKM di Kelurahan Pamulang Barat.
2. Untuk memberikan pelaku usaha UMKM melakukan inovasi produknya dan meng upgrade diri mengikuti perkembangan digital marketing 5.0.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam hal ini, kesiapan Indonesia dalam menghadapi era society 5.0, ditentukan oleh kerja sama dari berbagai pihak, seperti pemerintah, industri, peneliti, dan masyarakat secara umum.

Selain daripada itu, sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang juga cukup penting di era society 5.0. Pada saat ini UMKM yang telah bertransformasi ke arah digital terhitung masih sedikit yaitu sekitar 16 persen dari seluruh UMKM yang ada di Indonesia. Hal ini

disebabkan oleh tingkat kesiapan masyarakat terhadap penggunaan teknologi yang tergolong masih rendah dan koneksi internet yang belum tersedia di semua tempat.

Oleh karena itu, perlu persiapan yang dilakukan bangsa ini untuk mewujudkan UMKM yang sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga dibutuhkan kerja sama dari pemerintah, pelaku usaha UMKM dan masyarakat umum sebagai konsumen. Dalam hal ini perlu adanya sosialisasi dan pelatihan terhadap pelaku UMKM yang belum memahami mengenai digitalisasi UMKM selain pemenuhan infrastruktur teknologi yang belum tersedia.

Meski demikian, e-commerce termasuk didalamnya para UMKM **digital** ini telah memberikan transaksi ekonomi digital sebesar US\$32 miliar ke negara ini pada tahun 2020, dan diprediksi akan meningkat menjadi US\$83 miliar pada tahun 2025. Sehingga digitalisasi UMKM merupakan sebuah bentuk investasi yang cukup besar untuk negara maupun masyarakat umum di masa yang akan datang.

Pemanfaatan aplikasi internet yaitu seperti media sosial, Grab, Gojek, Tokopedia, website, Zoom, Google meet, merupakan media yang cukup bermanfaat untuk masyarakat UMKM. Penggunaan drone antar kota yang diprediksi akan tiba di era society 5.0 akan makin mempermudah masyarakat UMKM terutama di daerah dalam menjalankan usahanya.

Digitalisasi mempermudah pemasaran produk diantarnya melalui marketplace dan media sosial juga mempermudah dalam proses produksi dan penjualan seperti pencatatan/pembukuan harian secara digital, membayar pajak, transaksi keuangan digital dengan aplikasi yang telah tersedia secara gratis di beberapa platform.

10 Cara mengembangkan bisnis UMKM di era digital

1. Bangun infrastruktur digital

Pertama-tama yang perlu kamu lakukan adalah membangun infrastruktur digital. Artinya kamu perlu mendefinisikan tujuan dengan jelas, cara mencapai tujuan tersebut, serta tanggung jawab masing-masing departemen dan staf yang kemungkinan memerlukan sejumlah perubahan atau penyesuaian. Misalnya saja, jika sebelumnya bisnismu menjual produk secara langsung, kamu harus mulai memberikan training atau pelatihan kepada tim sales untuk mulai beralih ke digital. Kamu juga mungkin harus membicarakan perubahan-perubahan yang ada dengan vendor yang kamu gunakan. Agar lebih mudah, tetapkan timeline dari transformasi digital yang kamu lakukan dan daftar hal-hal apa saja yang perlu dilakukan dalam periode tersebut.

2. Masuk ke marketplace

Salah satu cara paling mudah untuk masuk ke platform digital adalah dengan memanfaatkan platform-platform yang sudah ada, contohnya marketplace. Dengan masuk ke marketplace, kamu bisa dengan mudah mendirikan toko online. Ada banyak sekali marketplace di Indonesia yang bisa kamu pilih, misalnya melalui Tokopedia yang mampu menjangkau 98 persen kecamatan di Indonesia. Namun, kamu perlu juga melakukan riset terlebih dahulu mengenai marketplace mana yang kira-kira cocok untuk menjual kategori produk yang kamu jual. Cari tahu juga trik-trik yang dapat membantu penjualan di marketplace agar lebih efektif.

3. Optimalkan SEO

Setelah hadir di platform digital pilihanmu, kamu tentu harus memasarkan bisnismu di platform tersebut agar orang mengetahuinya. Salah satu cara untuk meningkatkan kehadiran produkmu secara online adalah dengan menerapkan SEO. Misalnya jika kamu berjualan di marketplace, mengetahui kata kunci yang tepat untuk produkmu tentu akan membantu target customer menemukannya. Pastikan juga tokomu memiliki tampilan yang

jelas dan memudahkan customer untuk mengaksesnya secara mobile. Apabila kamu berjualan di website, kecepatan loading juga penting untuk diperhatikan.

4. Tingkatkan kualitas produk dan branding

Kualitas produk adalah salah satu elemen penting untuk mengembangkan UMKM di era digital. Sebab, produk yang berkualitas akan selalu menjadi pilihan utama konsumen. Dengan kualitas produk yang terjaga, kualitas bisnis otomatis akan meningkat. Selain itu kamu juga perlu meningkatkan branding karena kesatuan identitas ini (nama produk atau toko, fokus atau karakter, hingga logo) akan menjadi pembeda dengan produk atau toko lain. Branding sejatinya diperlukan untuk memperkuat daya saing demi mempertahankan kelangsungan bisnis.

5. Buat konten berkualitas

Selain memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan produk dan branding, kamu juga bisa memanfaatkannya untuk melakukan pemasaran. Bahkan langkah ini juga penting untuk dilakukan agar kamu bisa menjangkau target audiens yang kamu inginkan. Salah satu cara untuk menarik perhatian calon customer adalah dengan membuat dan membagikan konten-konten yang relevan dan bermanfaat bagi mereka. Sesuaikan tipe konten dengan platform yang kamu gunakan beserta brand persona kamu agar konten lebih maksimal.

6. Kenali siapa kompetitor Kamu

Dalam menjalankan bisnis di era digital, tentu kamu akan menemukan kompetitor, yakni pelaku usaha yang menawarkan produk serupa. Maka dari itu, penting untuk mengenali kelebihan dan kekurangan kompetitor kamu. Hal ini akan membantu kamu untuk mengevaluasi dan menentukan, hal-hal apa saja yang akan kamu terapkan untuk membuat bisnismu tetap unggul.

7. Bangun engagement dengan customer

Mengadopsi dan menjalankan transformasi digital saja tidak cukup, kamu juga harus bisa menjaga pelayananmu pada platform digital yang digunakan. Artinya kamu perlu menjamin customer mendapatkan pengalaman yang mudah dan menyenangkan. Hal ini bukan dari segi pelayanan tim customer service saja tetapi juga bagaimana customer bisa menemukan, menghubungi, dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dengan mudah melalui platform digital tersebut. Jangan sampai setelah beralih ke digital customer malah kesulitan untuk terhubung dengan bisnismu.

8. Keuangan perlu dikelola secara tepat

Sistem keuangan pada sebuah UMKM di era digital adalah elemen yang sangat penting. Karena jika tidak dikelola secara bijak, bisa-bisa kamu malah menghambat kemajuan UMKM. Pastikan kamu mencatat seluruh pemasukan secara teratur. Apabila kamu ingin memantau pemasukan tanpa membuang waktu dan tenaga, kamu bisa menggunakan fitur laporan penjualan dari berbagai penyedia software bisnis. Umumnya layanan ini berbayar tapi sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis secara digital.

9. Lakukan otomasi untuk efisiensi

Melakukan adopsi digital juga diikuti dengan munculnya berbagai pekerjaan baru seperti mengunggah dan merapikan dokumen, menyortir dan memperbarui file, dan banyak lagi. Pekerjaan-pekerjaan ini bisa membuatmu kewalahan dan malah membuang waktu. Namun, masalah ini bisa kamu atasi dengan memanfaatkan tools otomasi, terutama yang bisa terintegrasi dengan platform penjualanmu. Sebisa mungkin otomatiskan pekerjaan-pekerjaan yang repetitif. Ini akan membantumu menyederhanakan alur kerja digital dan meningkatkan efisiensi bisnis. Selain itu, karyawan juga jadi bisa lebih fokus pada tanggung jawab inti mereka.

10. Lakukan evaluasi

Berhasil melakukan transformasi digital bukan berarti pekerjaan sudah selesai. Karena dunia digital terus bahkan cepat berubah, kamu pun harus bisa beradaptasi. Seiring dengan perubahan dan perkembangan bisnis maupun industri, kamu akan menghadapi tantangan-tantangan baru. Maka itu, melakukan evaluasi secara konsisten menjadi bagian esensial dari proses. Analisis metrik-metrik yang relevan dan gunakan data yang ada untuk mengambil keputusan yang lebih akurat. Dengan demikian, bisnismu bisa lebih unggul dibanding kompetitor.

Demikian gambaran mengenai transformasi dan peran UMKM di era society 5.0, semoga bisa menjadi inspirasi dan dorongan bagi kita semua dalam berusaha dan berkarya di masa kini dan yang akan datang.

METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa tahap dalam metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diantaranya sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk perancangan sistem dan materi pelatihan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Setelah melakukan identifikasi masalah, maka akan muncul solusi untuk memecahkan permasalahan yang ada yaitu dengan membangun . Maka kami akan memberikan solusi untuk permasalahan pengembangan bisnis bagi pelaku usaha UMKM di era digital marketing 5.0.

2. Objek Atau Sasaran

Untuk sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah Pegawai, masyarakat dan mahasiswa dalam memahami pentingnya pengembangan bisnis di era digital marketing 5.0.

3. Tempat Dan Waktu Pelaksanaan

Adapun tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu Kelurahan Pamulang Barat. Tim pelaksana melakukan survei langsung ke tempat pengabdian, kemudian melakukan proses wawancara dan diskusi dengan pihak Kelurahan Pamulang Barat untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam lingkungan Kelurahan Pamulang Barat untuk kemudian merumuskan solusi dan penyelesaiannya. Pada tahap ini anggota tim pelaksana berdiskusi menentukan tema dan materi yang akan disampaikan, bahan dan alat yang dibutuhkan, serta persiapan teknis lainnya yang dibutuhkan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Pamulang Barat, pada hari 22-23 April 2025. Mulai pukul 09.00 sampai pukul 12.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada Masyarakat Kelurahan Rengas.

Pihak Kelurahan Pamulang Barat menyediakan ruang kegiatan berupa ruang Aula yang memadai dan nyaman. Hal yang perlu diperhatikan yaitu cara mengatur bangku agar kondusif dan sesuai dengan kegiatan yang akan dilaksanakan

Untuk menunjang lancarnya pelaksanaan kegiatan ini, diperlukan beberapa alat bantu/media pembelajaran tertentu, yaitu:

1) LCD (Liquid Crystal Display)

2) Laptop

3) Spidol

4) White board

5) Buku catatan

6) Proyektor

4. Metode Kegiatan

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di awali

sambutan dosen pendamping dan sambutan, dilanjutkan dengan pemaparan materi berupa power point dengan tema **“DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KELURAHAN PAMULANG BARAT, TANGERANG SELATAN”** yang ditampilkan dengan menggunakan LCD, kemudian para Audiens melakukaan diskusi atau tanya jawab tentang permasalahan seputar bagaimana era digital marketing 5.0. Sebelum mengakhiri acara tim memberikan quiz kepada para Audiens untuk mengingatkan kembali materi yang sudah di paparkan dan memberikan sedikit hadiah agar tetap semangat dan termotivasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membuat kelurahan Pamulang Barat lebih maju. Target lain yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah timbulnya motivasi dalam diri setiap Masyarakat untuk pengembangan diri khusus sebagai wadah dalam pengembangan kompetensi dan mempublikasikan hasil tulisan tersebut ke dalam jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan langsung selama satu hari di Kelurahan Pamulang Barat yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan pengetahuan mengenai manfaat Digital Marketing 5.0
2. Meningkatkan Pelaku usaha UMKM,
3. Berani dalam mengambil berbagai resiko di era digital marketing 5.0.

4. Diharapkan audiens yang menerima paparan materi ini dapat mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi bekal di masa yang akan datang.

Pembahasan

Untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan menggunakan beberapa metode sosialisasi, yaitu sebagai berikut :

1. Metode Presentasi
Metode ini digunakan untuk memberikan materi dan gambaran melalui presentasi dengan tema **“DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KELURAHAN PAMULANG BARAT, TANGERANG SELATAN”** menggunakan media proyektor.
2. Metode Tanya Jawab
Setelah melalui sesi presentasi, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa yang belum diketahui oleh para masyarakat dan mahasiswa terkait digital marketing 5.0.

PENUTUP

Kesimpulan

Masyarakat kelurahan antusias dalam menyimak penjelasan materi teori dan peragaan yang diberikan. Antusiasme pun berlanjut saat sesi tanya jawab. Kegiatan PKM ini dinilai berjalan efektif karena tingkat ketertarikan peserta cukup tinggi terhadap pembelajaran tentang penggunaan digital marketing di era 5.0. Permasalahan lain yang timbul yaitu tidak adanya media pembelajaran yang memadai untuk menjelaskan suatu konsep diluar rencana. Jadi dosen harus kreatif dan inovatif.

Saran

Dengan diselenggarakan

kegiatan PKM ini diharapkan dapat meningkatkan etos kerja yang solid dan kinerja yang optimal dosen di Prodi Manajemen. Selanjutnya tantangan dari **Kelurahan Pamulang Barat** agar para dosen bisa memberikan dan memberikan semangat untuk pelatihan yang selama ini sudah di dapat dari narasumber lain namun kurang berjalan. Sehingga para dosen diharapkan bisa belajar dan memberikan materi tersebut dalam PKM yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.
- Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.
- Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.
- Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk

Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru

Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Fadillah, Sulistiyan, Ela Hulasoh. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Intensi Berwirausaha Siswa SMK Sasmita Jaya Pamulang. Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Laksana*, Vol 4. (2), 604-615

Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. *Socia Akademika*, 7(1), 10–16.

Munarsih. (n.d.). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA UNTUK BERWIRAUSAHA PADA SMK MUHAMMADIYAH PARUNG - BOGOR. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri*, 3(1), 22–27.

Ningsih, R. (2017). Peranan pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi berwirausaha bagi mahasiswa. *Jurnal Peranan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Mahasiswa*, 2(3), 60.

Prawita, D., & Dwi Cahya, A. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Observasi Umkm Dan Digital Marketing Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Pandemi Covid-191. Nusantara: *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 569–580.

Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163.

Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat

Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. Socia Akademika, 7(1), 10–16.

DOKUMENTASI KEGIATAN

