

## Pengetahuan Digital Marketing Jual-Beli Secara Online

**Kukuh Ilham Perdana<sup>1</sup>, Dimas Ragil Kuncoro<sup>2</sup>, Firmansyah<sup>3</sup>, Ilham Azhari Alamsyah<sup>4</sup>,  
Imam Wisnu Saputra<sup>5</sup>, Joko Tri Wibowo<sup>6</sup>, Osamaaji Wirapratama<sup>7</sup>, Raka Ghalih Pramuja<sup>8</sup>,  
Sadam Khadaffie<sup>9</sup>, Wildan Asrofi<sup>10</sup>, Dian Megasari, S.H, M.H<sup>11</sup>**

<sup>1-11</sup>Universitas Pamulang; Jl. Raya Puspitek No. 46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan. Provinsi Banten 15310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

<sup>1-11</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

e-mail: <sup>1</sup>kukuhilham15@gmail.com, <sup>2</sup>dimasragilkuncoro@gmail.com, <sup>3</sup>Firmansyahlasinta94@gmail.com, <sup>4</sup>azhariilham10@gmail.com, <sup>5</sup>imamwisnuu@gmail.com, <sup>6</sup>jokotriwibowo222@gmail.com, <sup>7</sup>osamaajiwirapratama@gmail.com, <sup>8</sup>rakapramuja491@gmail.com, <sup>9</sup>sadamkhadaffie69@gmail.com, <sup>10</sup>asrofinasution010224@gmail.com, <sup>11</sup>dosen00519@unpam.ac.id

---

### Abstrak

*Kegiatan PKM yang dilaksanakan pada masyarakat Desa Parigi Mekar, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor bertujuan untuk menumbuhkan ide & peluang usaha agar lebih inovatif melalui informasi yang diperoleh pada media online dan memanfaatkan media social (online) menjadi digital marketing agar tercipta suatu bisnis dan produktivitas di masa pandemic(covid-19) saat ini, serta juga meningkatkan penjualan produk.Kegiatan ini dilakukan selama kurang lebih sebulan yang terbagi dalam tiga tahap, yaitu: (1) tahap penyusunan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap penilaian. selanjutnya tujuan dari kegiatan.PKM ini adalah Masyarakat di Desa Parigi Mekar. Hasil pelaksanaan kegiatan ini dapat dilakukan dengan sangat baik dengan memanfaatkan kerangka kerja yang dekat dan personal (terputus) di Aula Balai Desa Parigi Mekar, dan juga terlihat adanya rasa antusias yang tinggi dari masyarakat daerah setempat, dari 15 orang yang berpartisipasi dalam aksi tersebut dan anggota juga dapat melihat setiap penjelasan materi dengan baik dan merasa senang dengan kewajaran materi dengan memanfaatkan kebutuhan yang diinginkan para peserta dalam penjualan produk. Faktor pendukung latihan ini dapat berjalan dengan baik, terutama karena adanya bantuan dari Kepala Desa, Kelurahan dan semangat dari masyarakat daerah itu sendiri untuk berpartisipasi dalam persiapan tersebut. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu dengan adanya kondisi pandemik (Covid-19) yang mengakibatkan proses kegiatan PKM harus dilaksanakan secara ketat dengan adanya protocol kesehatan yang membuat sebagian peserta merasa tidak nyaman.*

*Kata kunci: Pengetahuan Digital Marketing, Usaha Mikro Kecil dan Menengah*

---

### I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi berperan penting dalam kehidupan manusia. Dengan menguasai teknologi informasi, masyarakat memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan lokal bahkan global. Informasi merupakan modal utama mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara salah

satunya pada bidang perekonomian. Seperti yang diungkapkan oleh Miarso bahwa teknologi adalah proses yang meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu system (Miarso, 1981). Menurut (Miarso, 2004, hal. 40) pendidikan sebagai suatu ilmu, teknologi, dan profesi tidak luput dari gejala perkembangan teknologi. Demikian hal ini dapat dipahami di era teknologi merupakan suatu masa dimana produk harus

selalu didaur atau diciptakan untuk memenuhi segala kebutuhan manusia. Oleh karena itu, peran kita masyarakat yang mengambil bagian dari perkembangan teknologi yang sedang mumpuni pada zaman sekarang ini salah satunya adalah media sosial(online) (Febriyantoro et al., 2018).

(Suryani et al., 1945) Dengan semakin berkembangnya zaman, pemanfaatan media online di kalangan anak muda dan khususnya bagi masyarakat, perkembangan teknologi internet seharusnya membuka peluang yang cukup menggembirakan bagi para pelaku bisnis pada umumnya, kebutuhan ini didukung oleh perkembangan berbagai macam elektronik yang semakin maju. dimanfaatkan oleh masyarakat umum, kemajuan tersebut akan membuka lebih banyak latihan atau aktivitas di antara daerah setempat. Perkembangan media online membuka lebih banyak latihan inovatif di antara para pelaku bisnis dan jaringan yang berbeda untuk memanfaatkan dorongan dalam inovasi elektronik dalam menjalankan berbagai organisasi berbasis internet, terutama selama pandemi ini yang tidak memungkinkan kita untuk bergerak tanpa hambatan. Memperhatikan peningkatan latihan daerah dalam pemanfaatan media publik yang telah menjadi kebutuhan yang signifikan, dan saat ini pengguna media online banyak dan sangat luas, terutama dalam keadaan pandemi ini yang membuat setiap aktivitas kita terhambat (Ratna Gumilang, 2019). Dibutuhkannya pelatihan ini supaya para masyarakat lebih mengenal teknologi yang ada. Dengan demikian masyarakat bisa menjual barang dengan lebih mudah dan tingkat penjualan yang baik.

## II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Kota Parigi Mekar, Kabupaten Ciseeng, Kabupaten Bogor dengan tujuan kepada daerah setempat dan dilakukan selama satu bulan yang dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

### 1. Tahap Penyusunan

Pada tahap ini, kami menyusun jalannya acara dimulai dari awal penyusunan materi yang akan disampaikan, pembagian konsumsi acara, pengumpulan dana untuk acara, pengumpulan untuk barang yang akan digunakan seperti proyektor dll.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, kami melaksanakan acara di Aula Desa Parigi Mekar yang dihadiri oleh para masyarakat dan perangkat desa setempat sekaligus dosen pembimbing kami.

## 3. Tahap Penilaian

Strategi pelaksanaan gerakan ini menggunakan metode presentasi, pameran, tanya jawab dan penilaian.

Pada tahap ini, kegiatan yang dilaksanakan berjalan dengan baik dan sangat efektif bagi para peserta yang mengikuti dalam kegiatan tersebut.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul Pengenalan Digital Marketing Jual Beli Secara Online di Desa Parigi Mekar, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor telah dilakukan 100%, dimana pelaksanaan latihan dilakukan pada tanggal 11 November 2021. kegiatan pelatihan termasuk kelompok pengabdian sesuai komponen dosen dan mahasiswa dan wilayah setempat di Desa Parigi Mekar, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor. Dari proses yang mendasari, aksi PKM ini diselesaikan dalam tiga tahap, yaitu: tahap pemberian materi dengan cara presentasi dan demonstrasi, tahap simulasi dan tanya jawab, tahap evaluasi. Ketiga tahap tersebut dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai sebagai berikut:

### 1. Tahap Pemberian Materi:

Pada sesi awal, dilakukan terlebih dahulu proses sosialisai satu sama lain dan menaruh pengantar mengenai tujuan pelaksanaan kegiatan PKM ini kepada para peserta pembinaan. Selanjutnya pemberian materi menyajikan materinya pada bentuk power Point (PPT) yang ditampilkan di layar komputer melalui proyektor yang dipakai sebagai sarana untuk mengikuti jalannya acara. Materi yang pertama

(Hapsoro, 2019) Yang disampaikan oleh tim pengabdian adalah terkait mengenai konsep dan ruang lingkup kewirausahaan, penjelasan mengenai apa itu digital marketing, tujuan digital marketing secara umum, kelebihan dan kekurangannya. Pada materi ini yang terpenting adalah para peserta memahami dengan baik segala jenis teknologi online yang bisa dimanfaatkan menjadi media untuk memasarkan produk usaha yang dijalankan. Untuk memulai usaha atau menjualnya terdapat langkah-langkah yang wajib dipersiapkan dan difikirkan secara matang dan harus tetap optimis dan konsisten.

(Barat et al., 2011) Keunggulan Digital Marketing vs Konvensional, yaitu tidak seperti misalnya iklan yang dimuat dalam koran, selebaran brosur dan sebagainya, taktik pemasaran melalui pemanfaatan digital khususnya online dapat diukur secara tepat bahkan real-time. Selain itu faktor kemudahan dan

efisien melakukan jual beli secara online yang bisa dilakukan pada kondisi apapun.

## 2. Tahap Simulasi dan Tanya Jawab

Tahap simulasi digital marketing dilakukan dengan menggunakan menyebarkan rancangan produk bisnis yang ingin dijual, menggunakan simulasi ini akan lebih berpotensi angka keberhasilan, lantaran sebelum kita memakai strategi digital marketing melalui jejaring sosial atau secara online ini, wajib memperhatikan tahap demi tahap supaya angka keberhasilan besar. Selain itu, pemberian materi juga memberikan contoh untuk melakukan jual beli secara online dan menciptakan langkah-langkah tata cara membuat akun e-commerce untuk mendaftarkan produknya atau dipromosikan. Pentingnya sebuah kreativitas misalnya menciptakan sebuah foto atau slogan yang menarik dalam melakukan pemasaran secara digital supaya bisa memikat hati pelanggan yang jaraknya mungkin sangat jauh. Pentingnya foto dalam pemasaran sebuah produk melalui pemasaran digital juga kini seolah sudah difasilitasi lantaran diiringi dengan perkembangan teknologi digital yang mampu membantu para pelaku bisnis dan Masyarakat dalam menghadapi digitalisasi pasar.

Setelah dilakukan pemberian materi dan simulasi, maka tahap berikutnya adalah dilakukan tanya jawab kepada peserta pembinaan dengan membuka 2 sesi yang terbagi sesi pertama sebanyak 3 penanya dan sesi kedua sebanyak 3 penanya. Dalam sesi tanya jawab, pemateri atau tim pengabdian mengumpulkan terlebih dahulu semua pertanyaan di setiap sesi, kemudian diberikan penjelasan atau jawaban atas pertanyaan tersebut. Dalam proses tanya jawab pada kegiatan

pelatihan ini banyak peserta yang ingin mengajukan pertanyaan dan juga banyak peserta yang berpartisipasi memberikan pandangan lain atau jawaban atas pertanyaan berdasarkan peserta lainnya

## 3. Tahap Evaluasi

Evaluasi adalah suatu investigasi, penelitian, penyelidikan atau pemeriksaan yang sistemik terhadap nilai suatu obyek (Stufflebeam's, 2007). Evaluasi pada kegiatan pelatihan ini yaitu jumlah peserta yang hadir sebanyak 15 orang yang terdiri dari beberapa anggota koperasi dan para pelaku UMKM di perwakilan Kepala desa Parigi Mekar Kecamatan Ciseeng Kabupaten Bogor. Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan ini. Dari hasil sharing pengalaman diakhir acara pelatihan masih terlihat beberapa diantara peserta yang meminta waktu di hari berikutnya untuk dilaksanakan kegiatan serupa untuk mengajak anggota lainnya yang belum sempat hadir mendapatkan pengalaman yang

sama. Evaluasi kegiatan pelatihan secara umum berjalan efektif dan efisien yang telah memberikan kepuasan bagi para peserta dan tim pelaksana.

## 4. Aktivitas Kegiatan



Gambar 3. 1 Proses kegiatan PKM berlangsung



Gambar 3. 2 Pemberian Plakat kepada Wakil Kepala Desa Parigi Mekar





Gambar 3. 3 Foto bersama dosen pembimbing



Gambar 3. 4 Foto bersama masyarakat dan perangkat Kepala Desa Parigi Mekar

#### IV. SIMPULAN

Kegiatan pemanfaatan komputerisasi untuk para pelaku UMKM penghibur lokal Desa Parigi Mekar, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor ini dapat diselesaikan hingga selesai tanpa hambatan dan memadai. Dari hasil pelaksanaan ini, ada beberapa hal yang disarankan, sebagai berikut: 1) Perintah seperti ini

harus dilakukan secara rutin, 2) Dapat diterima bahwa para pelaku UMKM akan mengembangkan keberanian untuk mencoba hal-hal baru dan bertahan tentang membuat hal-hal bisnis baru, 3) Dapat diterima bahwa para ahli masyarakat di Desa Parigi Mekar dan Pemerintah Daerah Parigi Mekar menjadi fasilitator bagi para pelaku UMKM untuk mendapatkan bantuan permodalan dari bank atau Lembaga setempat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barat, T., & Selatan, J. (2011). Evaluating Program of Curriculum Development Evaluasi Program Pengembangan Dan Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). 2(2), 171–181.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. doi: 10.26533/jmd.v1i2.175
- Hapsoro, B. B. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset. 23(2), 117–120.
- Miarso, Y. (1981). Pemantapan Teknologi Komunikasi Pendidikan. *In Jurnal Cakrawala Pendidikan (Vol. 1, Issue 1)*.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25
- Suryani, N., & Musadad, A. A. (1945). Prosiding Seminar Pendidikan Nasional Evaluasi Jabatan Fungsional Pengembang Teknologi Pembelajaran di Universitas Sebelas Maret Surakarta Prosiding Seminar Pendidikan Nasional. 163–173.