
SOSIALISASI PENENTUAN TARGET PASAR MELALUI MEDIA DIGITAL

¹I Wayan Eka Indra Rahayu, ^{2*}I.G.A. Desy Arlita
Universitas Pendidikan Nasional, Bandung, Indonesia
Email : ekaindra2001@gmail.com, desyarlita@undiknas.ac.id

Manuskrip: Mei -2023; Ditinjau: Mei -2023; Diterima: Juni -2023; Online: Juni-2023;
Diterbitkan: Juli-2023

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah dilaksanakan di Desa Sulang, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung Bali selama 27 hari dimulai pada tanggal 16 Januari sampai dengan 11 Februari 2023. Desa Sulang merupakan desa yang dipilih menjadi desa tujuan KKN. Potensi desa yang melimpah menjadi salah satu tujuan utama pelaksanaan KKN guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mengolah dan mengembangkan potensi desa setempat. Teknologi saat ini terus berkembang, dan penggunanya merasakan manfaat menggunakan teknologi elektronik digital. Salah satunya meliputi kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk menjalankan usaha. Penggunaan media sosial dibutuhkan oleh pemilik UMKM untuk meningkatkan usahanya. Penggunaan digital marketing sendiri, sangat berpengaruh bagi pemilik UMKM dimulai interaksi dengan konsumen melalui jejaring sosial maupun untuk mempromosikan barang dagangan tersebut.

Kata Kunci: Sosialisasi. Target Pasar, UMKM dan Pemasaran

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi atau dunia digital pasti akan berdampak pada dunia ekonomi. Tren pemasaran di seluruh dunia sedang berubah dari offline menjadi online. Digital Marketing sendiri merupakan proses jual beli dimana dengan menggunakan media digital online atau internet baik itu menggunakan e-commerce, maupun media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan suatu kegiatan terkhusus produk di bidang ekonomi. Digital Marketing merupakan proses dalam melakukan pemasaran suatu produk dan jasa dengan melalui media internet. Dalam pemasaran digital marketing, bukan hanya dalam meningkatkan penjualan tetapi juga untuk mempromosikan produk dan jasa baru, branding dan membina hubungan baik dengan para pelanggan. Dalam pelaksanaan Strategi digital marketing, sangat bagus bagi produsen karena memungkinkan calon pelanggan memperoleh berbagai informasi tentang produk melalui internet. Kemudian, permasalahan yang terjadi pada desa sulang adalah kurangnya pemahaman mengenai digital marketing dan media digital, dari permasalahan tersebut program kerja sosialisasi mengenai media digital dan target pemasaran melalui digital

marketing sangat penting untuk perkembangan umkm yang berada di desa Sulang dan kesejahteraan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program kerja ini di laksanakan pada hari sabtu tanggal 4 Februari 2023, urutan jadwal kegiatan yang dilakukan pada hari pelaksanaan program kerja kami yaitu pada jam 08.00 seluruh panitia dan pelaksana program kerja melakukan persiapan, kemudian setelah persiapan, pelaksana dan panitia program kerja menuju ke lokasi UMKM pertama yaitu minyak klentik Ning pada jam 8.50 dan pada jam 09.00-10.45 program kerja pada UMKM Minyak klentik Ning berhasil dilaksanakan dengan baik dan lancar. Setelah program kerja pada UMKM Minyak Klentik Ning berhasil dilaksanakan, kami pelaksana dan panitia program kerja menuju ke lokasi kedua yaitu UMKM Bokoran Sari Yadnya dan sampai pada jam 12.15, kemudian program kerja pada UMKM Bokoran Sari Yadnya berjalan dengan baik dan selesai pada jam 14.00. Program kerja yang saya berikan berupa penargetan pasar dengan menggunakan media digital salah satunya menggunakan platform facebook/Instagram, dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat Desa Sulang Kecamatan Dawan Kabupaten Klungkung, Bali ini saya berinisiatif untuk mensosialisasikan atau memberi pemahaman tentang media digital sekaligus cara untuk mendapatkan penargetan pasar untuk produk-produk UMKM yang tersedia di Desa Sulang. Keinginan saya sebagai mahasiswa Undiknas yang menjalankan kegiatan Kuliah Kerja Nyata(KKN) pada desa sulang ini yaitu agar masyarakat setempat dapat menggunakan media digital sebagai alat untuk mengembangkan UMKM mereka dan juga memahami tentang penargetan pasar untuk perkembangan UMKM di Desa Setempat, dengan adanya pemahaman dari pengiklanan, pemasaran, penargetan pasar, media digital dan media social saya sangat yakin akan adanya perkembangan yang sangat baik pada kesejahteraan masyarakat setempat. Pada program kerja ini saya memfokuskan untuk mengajarkan cara pengiklanan sekaligus penargetan pasar untuk iklan yang akan dijalankan, dengan menggunakan platform facebook/Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian kepada masyarakat yang telah kami laksanakan pada tanggal 4 Februari 2023 mendapat respon yang baik dari masyarakat serta masyarakat juga mempunyai antusias yang tinggi dapat dilihat dari ekspresi masyarakat yang memiliki UMKM saat di kunjungi untuk memberikan materi mengenai penentuan target pasar melalui media digital mereka sangat menerima serta memberitahu masalah-masalah yang mereka hadapi dalam penentuan target pasar penjualan produk mereka.



Gambar 1.Penyampain materi mengenai penargetan pasar melalui media digital



Gambar 2. Penyampain materi mengenai penargetan pasar melalui media digital

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Y., Rahayu, S., & Rumangkit, S. (2021). Pelatihan Starup Digital dan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Metro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 97-103.
- Kusuma, T., & Rian, K. (2021). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Desa Adat Ceepaka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berekmajuan*, 841-845.
- Mutaufiq, A., Hadiana, C. D., Mustofa, M. A., & Sabaruddin, R. (2023). Pemasaran Digital pada Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Een Craft di Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(1), 54-59.

- Nasrulloh, M. U., Lailiyah, I. N., Ngaeni, K., Febriyanti, N., Nugroho, G. A., ZR, W. A. A., ... & Suyono, N. A. (2023). Gandeng Para Remaja dalam Digitalisasi Pengembangan Pemasaran Produk UMKM di Desa Pucungbedug, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara Melalui Program “Muda Berkarya”. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 6-11.
- Y, R., H, E., & H, F. (2021). Pencatatan Sederhana dan Penyusunan Laporan Keuangan Manual Untuk Konveksi Rumah Rajut Dusun Babakan Cianjur Kabupaten Bandung. *Jurnal Keuangan dan Akuntansi Terapan*, 117-120.
- Hairunisya, N.-, Anggreini, D., & W.H, M. A. S. (2020). Pemberdayaan Di Sektor Pariwisata Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 241–247.
- Rofiki, I., Roziah, S., & Famuji, R. (2020). Kegiatan Penyuluhan Dan Pemeriksaan Kesehatan Untuk Membiasakan Phbs Bagi Warga Desa Kemantren. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 628–634.