

Peningkatan Literasi Digital Marketing dan Penerapan Digital Marketing di Desa Nambangrejo Dukuh Tengah

Rezha Ramadhan¹, Khafidhoh²

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

Abstract

The community of Nambangrejo Village, particularly in Dukuh Tengah, faces challenges in accessing and understanding digital technology and e-commerce platforms. Limited telecommunications equipment and a lack of technological knowledge hinder their ability to shop online and manage digital transactions. Additionally, a preference for direct transactions over digital methods poses a barrier. This study aims to enhance the digital literacy of the Nambangrejo community by organizing digital marketing training. Specific objectives include understanding digital marketing strategies, mastering digital marketing tools and platforms, improving analytical skills, encouraging creativity, and ensuring adaptation to current trends. The training was conducted twice on July 27 and July 29, 2024, at Balaidesa Nambangrejo. The participants, selected through a community meeting, were local youth. The training featured an expert speaker, Imam Mustaqim, S.Pd., and was attended by the Field Supervising Lecturer (DPL) and the Village Secretary. The methodology included theoretical instruction, case studies, and practical exercises. Data collected include documentation of the training, photographs of activities, and participant feedback. Evaluation was conducted to measure the participants' improvement in understanding and skills related to digital marketing. The training successfully enhanced participants' understanding of digital marketing strategies and e-commerce platforms. Participants showed progress in analytical skills and digital marketing budget management. However, further efforts are needed to ensure sustained adaptation to technological advancements and current trends. This initiative is expected to assist the community in leveraging technology for local business development and improving access to digital markets.

Keywords

Analytical Skills; Community Training; Digital Literacy; Digital Marketing

Corresponding Author

Rezha Ramadhan

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; rezharamadhan1611@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, penggunaan platform online telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam berbagai aspek ekonomi, pendidikan, dan sosial (Loader, B. D. (2017)). Namun, masyarakat di desa-desa seperti Nambangrejo sering menghadapi berbagai tantangan yang



menghambat mereka dalam memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Nambangrejo memiliki karakteristik unik yang memengaruhi adopsi dan penggunaan platform online oleh penduduknya.

Salah satu tantangan utama adalah literasi digital yang masih rendah. Bagi mereka kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi atau memahami berbagai layanan digital. Kurangnya pelatihan dan edukasi tentang teknologi informasi turut memperburuk situasi ini, menyebabkan adanya kesenjangan antara mereka yang memahami teknologi dan mereka yang tidak.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, diperlukan pendekatan yang komprehensif, melibatkan peningkatan infrastruktur teknologi, pelatihan literasi digital, dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Dengan langkah-langkah yang tepat, diharapkan masyarakat Nambangrejo dapat lebih berdaya dalam menggunakan platform online, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas hidup dan membuka peluang baru bagi mereka.

Faktor yang lain yaitu faktor usia mempengaruhi penggunaan platform online secara signifikan, dengan berbagai implikasi tergantung pada kelompok usia yang berbeda. Berikut adalah beberapa aspek utama dari bagaimana usia memengaruhi penggunaan platform online:

1. Literasi Digital:

Generasi Muda (Millennials dan Gen Z) : Kelompok ini umumnya memiliki tingkat literasi digital yang lebih tinggi karena mereka tumbuh di lingkungan digital. Mereka cenderung lebih mahir menggunakan berbagai aplikasi, media sosial, dan teknologi digital.

Generasi Tua (Baby Boomers dan Generasi X) : Kelompok usia ini mungkin memiliki keterampilan digital yang lebih rendah, terutama jika mereka tidak terbiasa dengan teknologi dari awal. Mereka mungkin memerlukan pelatihan tambahan untuk menggunakan platform online secara efektif.

2. Keamanan dan Privasi:

Generasi Muda: Meskipun mereka mungkin lebih paham tentang risiko digital, mereka sering kali kurang hati-hati dalam melindungi privasi mereka di internet.

Generasi Tua: Sering kali lebih berhati-hati tentang masalah keamanan dan privasi, tetapi mungkin kurang familiar dengan alat dan pengaturan yang dapat meningkatkan keamanan mereka di platform online.

3. Kebutuhan dan Motivasi:

Generasi Muda : Menggunakan platform online untuk hiburan, sosialisasi, dan pembelajaran. Mereka cenderung lebih terbuka terhadap eksplorasi dan inovasi teknologi.

Generasi Tua : Biasanya menggunakan platform online untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman, mengakses informasi, dan melakukan transaksi praktis. Kebutuhan mereka lebih berfokus pada fungsionalitas dan kemudahan penggunaan.

Memahami perbedaan ini penting untuk merancang platform online yang inklusif dan efektif

untuk semua kelompok usia, dengan memperhatikan kebutuhan dan preferensi spesifik setiap kelompok (Prensky, M. (2001).

Hasil dari pelatihan digital marketing yang diadakan pada 27 dan 29 Juli 2024 berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai berbagai strategi digital marketing, penggunaan platform e-commerce seperti Lazada, Tokopedia, dan Shopee, serta keterampilan analisis data. Peserta juga menunjukkan peningkatan dalam kreativitas dan inovasi dalam merancang kampanye digital.

Pelibatan pemuda sebagai peserta utama pelatihan terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital di kalangan generasi muda desa. Selain itu, kolaborasi dengan pihak-pihak lokal, seperti pemateri, Dosen Pendamping Lapangan (DPL), dan Sekretaris Desa, memperkuat dukungan dan relevansi pelatihan.

2. METODE

Dalam pengabdian masyarakat ini, metode yang diterapkan untuk pelatihan digital marketing di Desa Nambangrejo, Dukuh Tengah adalah metode pengabdian masyarakat dengan pendekatan ABCD (Asset-Based Community Development) yang dapat diterapkan untuk pelatihan digital marketing di Desa Nambangrejo:

1. Asset Mapping

- Identifikasi Aset Lokal : Menganalisis dan mengidentifikasi aset yang sudah ada di komunitas, seperti keterampilan pemuda, infrastruktur desa, dan produk unggulan seperti kerajinan kulit dan kripik tempe.

- Pemetaan Sumber Daya: Mengumpulkan informasi tentang keahlian digital yang mungkin sudah dimiliki oleh beberapa individu atau kelompok di desa.

2. Building Relationships:

- Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan: Membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan lokal, seperti kepala desa, RT/RW, dan tokoh masyarakat, untuk mendapatkan dukungan dan memastikan relevansi pelatihan.

- Pemberdayaan Pemuda: Melibatkan pemuda desa sebagai agen perubahan dan penghubung antara pemateri dengan masyarakat untuk meningkatkan partisipasi.

3. Community Engagement:

- Pelibatan Masyarakat dalam Perencanaan: Mengadakan forum atau musyawarah desa untuk melibatkan masyarakat dalam perencanaan pelatihan dan menentukan topik yang paling relevan dengan kebutuhan mereka.

- Kegiatan Interaktif: Menyusun pelatihan yang bersifat interaktif, seperti workshop, simulasi, dan diskusi kelompok, agar peserta dapat terlibat aktif dan mempraktikkan keterampilan baru.

4. Development and Sustainability:

- Pelatihan Berkelanjutan: Menyusun rencana untuk pelatihan berkelanjutan atau sesi tindak lanjut untuk memastikan bahwa peserta dapat terus mengembangkan keterampilan mereka.

- Evaluasi dan Penyesuaian: Mengadakan evaluasi berkala untuk mengukur dampak pelatihan dan menyesuaikan metode atau materi pelatihan sesuai dengan umpan balik dari peserta.

Metode ini fokus pada memanfaatkan dan mengembangkan aset yang sudah ada di komunitas serta membangun hubungan dan keterlibatan masyarakat untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan program pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat di desa Nambangrejo khususnya di dukuh Tengah terkenal sebagai sentra industri kerajinan kulit. Selain itu terdapat juga kerajinan pembuatan topeng bujang ganong, produksi kripik tempe, produksi roti, dan lain-lain. Namun, tidak semua masyarakat sini dapat dengan mudah mengakses dan memahami cara menggunakan platform online, terutama di daerah ini seperti Desa Nambangrejo, Dukuh Tengah, Sukorejo.

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan alat platform online di daerah ini. Meskipun alat telekomunikasi sudah merata, namun sebagian masyarakat sini tidak memiliki alat tersebut untuk mendukung aktivitas online yang intens seperti berbelanja di platform e-commerce. Dan juga banyak penduduk di desa masih minim pengetahuan tentang teknologi, terutama mereka yang lebih tua atau kurang terbiasa dengan penggunaan perangkat elektronik. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam memahami cara menggunakan aplikasi belanja online, mengakses produk, dan menyelesaikan proses transaksi secara mandiri.

Dari hasil wawancara ke pemilik rumah yang mahasiswa tempati selama KPM yakni Pak Parno masyarakat didesa Nambangrejo khususnya dukuh Tengah ini sering kali lebih percaya dengan transaksi langsung atau tatap muka ketika berbelanja. Mereka mungkin merasa ragu-ragu dengan keamanan dan keandalan pembayaran online, serta khawatir akan penipuan atau ketidaksesuaian barang dengan yang diharapkan.



Gambar 1: Foto Bersama Narasumber Pak Parno

Edukasi mengenai penggunaan platform e-commerce dan teknologi internet secara umum masih belum tersedia secara luas di desa ini. Pelatihan mengenai cara berjualan serta berbelanja online yang efektif dan aman perlu diadakan secara reguler untuk meningkatkan literasi digital masyarakat.

Maka dari itu kami sebagai mahasiswa yang sekaligus bertempat KPM di daerah tersebut mengadakan musyawarah mengenai pelatihan cara menggunakan platform online khususnya digital marketing. Setelah hasil musyawarah kami memutuskan yang akan mengikuti pelatihan ini yakni pemuda – pemuda di daerah tersebut saja dikarenakan kurangnya luas tempat yang ingin ditempati serta singkatnya waktu pelaksanaan, kami memutuskan hasil tersebut juga telah diskusi kepada kepala warga desa seperti Rt, Rw, serta Kamituo dan lain – lain dan hasilnya pun disetujui dan disepakati.

Dari hasil musyawarah pelaksanaan pelatihan platform online khususnya digital marketing diadakan dua kali yakni tanggal 27 Juli 2024 serta 29 Juli 2024 yang bertempat di Balai desa Nambangrejo. Kami juga mengundang pemateri yang ahli dibidang tersebut pemateri tersebut bernama (Imam Mustaqim, S.Pd.).



Gambar 2 : Foto Bersama Pemateri Dan Pemuda Desa Nambangrejo Dukuh Tengah



Gambar 1.3 pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing

Selain pemateri kami juga mengundang Dosen Pendamping Lapangan (DPL) yakni bu Khafidhoh M.Pd.I selaku Dosen Pendamping Lapangan KPM di desa Nambangrejo dukuh Tengah dan Sekretaris Desa sebagai penanggung jawab untuk mengisi acara sambutan yang diharapkan dengan adanya acara ini dapat memberikan arahan, motivasi, dan harapan kepada mahasiswa serta membangun hubungan antara mahasiswa dengan Dosen Pendamping Lapangan dan Sekretaris Desa.



Gambar 4: pembukaan acara yang dihadiri pemateri, DPL, dan Sekretaris Desa

Tujuannya antara lain;

- Pemahaman Strategi Digital Marketing: Meningkatkan pemahaman tentang berbagai strategi digital marketing
- Penguasaan Alat dan Platform : Memastikan peserta mahir menggunakan alat dan platform digital marketing seperti Lazada, Tokopedia, Shopee dan lain-lain

- c. Peningkatan Kemampuan Analisis: Mengajarkan peserta cara menganalisis data dan metrik untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan membuat keputusan berbasis data.
- d. Kreativitas dan Inovasi : Mendorong peserta untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam merancang kampanye dan konten digital yang menarik dan relevan.
- e. Strategi Pengelolaan Anggaran : Memberikan pemahaman tentang cara mengelola anggaran pemasaran digital secara efisien.
- f. Peningkatan Keterampilan Praktis Menyediakan keterampilan praktis dan penerapan langsung melalui studi kasus dan latihan praktis.
- g. Adaptasi Terhadap Tren Baru: Memastikan peserta tetap up-to-date dengan tren terbaru dan perubahan dalam industri digital marketing.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, peserta diharapkan dapat merancang dan melaksanakan strategi digital marketing yang efektif dan terukur untuk mencapai tujuan bisnis mereka

4. KESIMPULAN

Keterbatasan Akses dan Pengetahuan: Sebagian besar masyarakat di desa ini mengalami kesulitan dalam mengakses dan menggunakan platform online karena keterbatasan perangkat dan pengetahuan teknologi. Hal ini terutama dirasakan oleh penduduk yang lebih tua dan kurang terbiasa dengan perangkat elektronik. **Keberhasilan Pelatihan:** Pelatihan digital marketing yang diadakan pada 27 dan 29 Juli 2024 berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai berbagai strategi digital marketing, penggunaan platform e-commerce seperti Lazada, Tokopedia, dan Shopee, serta keterampilan analisis data. Peserta juga menunjukkan peningkatan dalam kreativitas dan inovasi dalam merancang kampanye digital. **Partisipasi dan Keterlibatan:** Pelibatan pemuda sebagai peserta utama pelatihan terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital di kalangan generasi muda desa. Selain itu, kolaborasi dengan pihak-pihak lokal, seperti pemateri, Dosen Pendamping Lapangan (DPL), dan Sekretaris Desa, memperkuat dukungan dan relevansi pelatihan. **Tantangan dan Rekomendasi:** Meskipun pelatihan menunjukkan hasil positif, masih ada tantangan terkait keterbatasan infrastruktur dan kebutuhan pelatihan berkelanjutan. Disarankan untuk melanjutkan program pelatihan dengan sesi tindak lanjut dan dukungan teknis untuk memastikan keberlanjutan penguasaan keterampilan digital di desa. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan literasi digital dan kemampuan e-commerce masyarakat Desa Nambangrejo, dengan harapan dapat mengurangi kesenjangan digital dan memajukan ekonomi lokal

REFERENSI

- Author, A. A., & Author, B. B. (Year). Title of the article. Title of the Journal, volume(issue), page numbers. <https://doi.org/xx.xxx/yyyy>
- Berry, D. M. (2020). *The impact of digital technology on society*. Palgrave Macmillan.
- International Telecommunication Union. (Year). Title of the report. Publisher. <https://www.itu.int/en/ITU-T/reports/Pages/default.aspx>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (Year). Title of the report or document. Publisher. <https://kominfo.go.id/>
- Loader, B. D. (2017). *Digital divide: The internet and social inequality in international perspective*. Routledge.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- United Nations Development Programme. (Year). Title of the report. Publisher. <https://www.undp.org/publications>
- World Bank. (Year). Title of the study. Publisher. <https://www.worldbank.org/en/publications>