

SOSIALISASI DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING BUMDES KALIKATIR KECAMATAN GONDANG MELALUI APLIKASI E-COMMERCE

Virhan Achmad Naufaldi

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
achmadnaufaldi123@gmail.com**

Zalita Andini

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Zalitaandini@gmail.com**

Aditya Pratama

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
aditypraa@gmail.com**

Abstrak

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan manajemen akun e-commerce dan media sosial, serta produktivitas dan omset Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Kalikatur, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto. Fokus utama penelitian ini adalah implementasi sosialisasi dan pendampingan digital marketing menggunakan aplikasi e-commerce, dengan melibatkan workshop dan pelatihan langsung kepada anggota BUMDES. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pengelolaan akun e-commerce dan Instagram, dengan BUMDES Kalikatur sebagai sasaran utama. Pentingnya media sosial dan e-commerce sebagai alat pengembangan utama dalam penelitian ini memastikan implementasi yang praktis dan efektif. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan manajemen digital marketing anggota BUMDES. Peningkatan ini kemudian berdampak positif pada peningkatan produksi dan omset usaha, menciptakan dampak ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal. Dengan pendekatan yang diambil, diharapkan masyarakat desa Kalikatur dapat maksimal dalam memanfaatkan potensi digital marketing sebagai sarana untuk mengoptimalkan usaha ekonomi lokal mereka. Ini menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam pengembangan ekonomi lokal, serta memberikan contoh bagi desa-desa sekitarnya untuk mengadopsi strategi serupa guna meningkatkan kesejahteraan dan keberlanjutan ekonomi di tingkat desa.

Kata Kunci: *e-commerce, bumdes, pelatihan, ekonomi, produksi*

Abstract

This research significantly contributes to the improvement of e-commerce and social media account management, as well as the productivity and revenue of the Village-Owned Enterprises (BUMDES) in Kalikatir, Gondang District, Mojokerto Regency. The main focus of this research is the implementation of socialization and digital marketing assistance using e-commerce applications, involving workshops and direct training for BUMDES members. The objective is to enhance the skills in managing e-commerce and Instagram accounts, with BUMDES Kalikatir as the primary target. The crucial role of social media and e-commerce as the main development tools in this research ensures practical and effective implementation. The results indicate a significant improvement in the understanding and skills of digital marketing management among BUMDES members. This improvement subsequently has a positive impact on the increase in production and business turnover, creating sustainable economic effects at the local level. With the approach taken, it is expected that the community in Kalikatir village can maximize the potential of digital marketing as a means to optimize their local economic activities. This creates a positive and sustainable impact on the development of the local economy, serving as an example for surrounding villages to adopt similar strategies to enhance well-being and economic sustainability at the village level.

Keywords: *e-commerce, village-owned enterprise, training, economy, production*

Pendahuluan

Penggunaan teknologi digital, terutama melalui platform e-commerce dan media sosial seperti Instagram, telah menjadi dinamika yang signifikan dalam memengaruhi berbagai lapisan masyarakat. Penelitian ini muncul sebagai respons terhadap kebutuhan untuk menyelaraskan potensi digital tersebut dalam konteks pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Kreativitas dalam konteks ini mencakup aspek kemasan produk, desain produk, strategi iklan, dan pengalaman unik dalam proses pembelian [1]. Desa Kalikatur, yang berlokasi di Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, menjadi fokus utama dari penelitian ini dengan tujuan mendorong penguatan manajemen akun e-commerce dan Instagram melalui pendekatan sosialisasi dan pendampingan digital marketing. Harapannya, hal ini dapat mendukung peningkatan produksi dan omset BUMDES Kalikatur. Adanya ketidapahaman terhadap konsep berwirausaha juga menciptakan kecenderungan masyarakat untuk lebih cenderung mencari pekerjaan daripada menciptakan peluang usaha [2]. Metode implementasi yang digunakan melibatkan penyelenggaraan workshop dan pelatihan langsung kepada anggota BUMDES, dengan penekanan khusus pada manajemen akun e-commerce dan Instagram. Sasaran dari penelitian ini adalah BUMDES Kalikatur sebagai subjek yang akan secara langsung merasakan dampak dari penerapan strategi digital marketing. Fenomena marketplace menjadi pola belanja yang tren di kalangan generasi muda [3]. Media sosial dan e-commerce dianggap sebagai instrumen utama dalam pelaksanaan, menjamin kesuksesan serta memberikan dampak positif yang berkesinambungan. Kreativitas dalam perilaku seorang wirausaha dapat menjadi penyeimbang dalam menghadapi perubahan yang terjadi dengan cepat, terutama di era tantangan globalisasi [4]. Melalui peningkatan pemahaman dan keterampilan anggota BUMDES dalam manajemen digital marketing, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal Desa Kalikatur, serta menciptakan fondasi yang kokoh untuk keberlanjutan pertumbuhan ekonomi. Pengetahuan kewirausahaan diharapkan mampu membekali seseorang dengan pemikiran kreatif dan inovatif, serta membantu dalam memahami risiko-risiko yang terkait dengan berwirausaha [5].

Metode Pelaksanaan

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan:

Pelaksanaan kegiatan ini direncanakan selama dua bulan, dimulai pada tanggal 15 Januari 2024. Lokasi kegiatan berpusat di Bali Desa Kalikatur, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto.

2. Target/Sasaran:

Sasaran utama kegiatan ini adalah anggota Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Kalikatur yang terlibat langsung dalam kegiatan ekonomi. Partisipasi dari pemilik usaha kecil dan menengah di desa ini akan menjadi fokus, dengan tujuan memberikan dampak yang signifikan pada pengembangan ekonomi lokal.

3. Subjek Kegiatan:

Anggota BUMDES Kalikatur akan menjadi subjek utama dari kegiatan ini. Mereka akan terlibat dalam serangkaian workshop dan pelatihan yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan terkait manajemen akun e-commerce dan Media Sosial.

4. Prosedur:

Pelaksanaan kegiatan akan dimulai dengan sesi pembukaan untuk memberikan pemahaman tentang tujuan dan manfaat kegiatan kepada peserta. Sesi berikutnya akan mencakup penjelasan mendalam tentang konsep e-commerce, Media Sosial, dan praktik

terbaik dalam digital marketing. Setelahnya, peserta akan terlibat dalam sesi praktis, termasuk interaksi langsung dengan platform e-commerce dan Instagram.

5. Instrumen:

Instrumen kegiatan mencakup materi presentasi, panduan praktis, dan studi kasus. Untuk mengukur efektivitas pelatihan, akan digunakan kuesioner pra dan pasca kegiatan untuk menilai peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta.

Selama pelaksanaan kegiatan, akan ada sesi tanya jawab dan diskusi untuk memfasilitasi pertukaran ide dan pengalaman antar peserta. Selain itu, akan ada evaluasi berkala untuk memastikan kesesuaian dan keefektifan materi serta memperbaiki hal-hal yang perlu disesuaikan dalam perjalanan kegiatan.

Hasil Dan Pembahasan

Pertama-tama, perlu dicatat bahwa kegiatan ini merupakan bagian dari upaya nyata mahasiswa Untag Surabaya dalam memberdayakan masyarakat desa melalui pemahaman dan implementasi digital marketing. Sub proker ini, yang melibatkan Aditya Pratama, Zalita Andini, dan Virhan Achmad Naufaldi, mengakui potensi besar di era digital dan fokus pada memberikan keterampilan yang relevan kepada anggota BUMDES Kalikatr.



Gambar 1: Acara Kegiatan

Melalui pendekatan sosialisasi dan pendampingan, terutama di bidang manajemen akun e-commerce dan media sosial, Kelompok R4 berusaha menghadirkan solusi praktis bagi UMKM desa agar dapat bersaing secara efektif di pasar yang semakin digital. Dukungan dari dosen pembimbing, Bapak Nugraha Kusbianto, S,AB, M.AB, yang memahami pentingnya pengembangan ekonomi lokal, turut menguatkan komitmen mahasiswa dalam mencapai tujuan tersebut.

Respon positif dari Kepala Desa Kalikatr, Bapak Sumanji, mencerminkan keberhasilan inisiatif ini dalam membuka peluang baru bagi UMKM di desa tersebut. Peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam manajemen akun e-commerce dan Instagram

diharapkan mampu memberikan dampak positif pada pertumbuhan usaha lokal, sesuai dengan harapan dan tujuan dari kegiatan ini.



Gambar 2: Pemaparan Materi

peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan penerapan digital marketing. Testimoni positif dari beberapa pelaku usaha lokal melalui wawancara menegaskan manfaat konkret dari pelatihan tersebut, seperti peningkatan omset dan perolehan pelanggan baru.

Dalam konteks perguruan tinggi, kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen Untag Surabaya untuk berperan aktif dalam memberikan kontribusi positif bagi masyarakat di era transformasi digital. Diharapkan, inisiatif semacam ini dapat menjadi model bagi perguruan tinggi lain untuk ikut serta dalam mendukung pengembangan ekonomi masyarakat desa di seluruh Indonesia.

Dat
a dan
hasil
analisis
kegiatan
menunju
kan
bahwa
anggota
BUMDE
S
mengala
mi



Gambar 3: Foto Bersama

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pendampingan digital marketing oleh Kelompok R4 memberikan dampak positif yang dapat diukur dan relevan terhadap pengembangan ekonomi lokal, khususnya di Desa Kalikatur. Temuan ini memberikan wawasan baru dan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya peran perguruan tinggi dalam membantu masyarakat desa dalam menghadapi dinamika ekonomi digital.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan sosialisasi dan pendampingan dalam bidang digital marketing, terutama terkait manajemen akun e-commerce dan Media Sosial, berperan sangat penting dalam kemajuan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Melalui pelaksanaan workshop dan pelatihan di Desa Kalikatur, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, terlihat adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan anggota BUMDES terkait pengelolaan e-commerce dan Media Sosial. Pemanfaatan media sosial dan e-commerce sebagai alat utama dalam implementasi berhasil memberikan dampak positif yang berkelanjutan, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Adanya tren penggunaan marketplace, terutama di kalangan generasi muda, menegaskan pentingnya strategi digital dalam meningkatkan daya saing usaha lokal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan pendekatan digital marketing secara menyeluruh dapat menjadi kunci sukses dalam mengembangkan BUMDES dan memberikan kontribusi positif yang berarti terhadap pertumbuhan ekonomi desa.

Daftar Pustaka

- [1] R. Nafisa, U. C. M. Nasution, and A. Mulyati, "Analisis Pengaruh Kreativitas Produk, Variasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anna Cake N Cookies di Surabaya," *SOSIALITA*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Jul. 2023.
- [2] M. Anjani, A. Maduwinarti, and D. J. Mulyati, "Jurnal Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kemandirian Pribadi Terhadap Kinerja Usaha Kuliner Usaha Mikro Kecil (UMK) Kodam Street Food Surabaya," *SOSIALITA*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Sep. 2023.
- [3] A. T. Wahyudi and A. Mulyati, "Pengaruh Influencer Marketing dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian produk Fashion melalui Marketplace Shopee," *SOSIALITA*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Jul. 2023.
- [4] C. E. V. Agustin, N. M. I. Pratiwi, and A. Mulyati, "PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KEPERCAYAAN DIRI DAN KREATIVITAS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNTAG SURABAYA," *SOSIALITA*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Sep. 2023.
- [5] S. Mazumah, U. C. M. Nasution, and A. Mulyanti, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Penggunaan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro(UMK) Sentra Kuliner Deles Merr Surabaya," *SOSIALITA*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Jul. 2023.