

Kenari: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini

by Saiful Do. Abdullah

Submission date: 15-May-2024 09:28AM (UTC+0700)

Submission ID: 2379684325

File name: engan_Digital_Marketing_Terkini_Universitas_Khairun_Ternate.docx (668.47K)

Word count: 1960

Character count: 14212

Kenari: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini

Kenari: Increase Turnover With The Latest Digital Marketing

Saiful Do. Abdullah^{1*}, Muhammad Ridha Albaar², Amal Khairan³, Siti Hadjar A. Rahman⁴, Andini Banuri⁵

Universitas Khairun, Kota Ternate

Alamat : Gambesi, Ternate Selatan, Kota Ternate, Maluku Utara

Korespondensi Email : saiful.abdullah@unkhair.ac.id

Article History:

Received: Maret 01, 2024;

Accepted: April 01, 2024;

Published: Mei 30, 2024;

Keywords: Socialization, Kayu Merah Village Community, Ternate City, Digital Marketing

Abstract: The community service program "KENARI: Increasing Turnover with Latest Digital Marketing" in Kayu Merah Village, Ternate City, aims to improve the understanding and application of digital marketing in the community. Through the KENARI (Kenali Adaptasi Realisasi) approach, this program provides socialization, practical guidance, and mentoring to help the community utilize social media in digital marketing. The stages include problem identification, adaptation of digital marketing solutions, and realization of marketing strategies. Target outputs include a socialization video, a service journal, and publications in local mass media. The implementation methods include problem identification, preparation of mentoring materials, socialization and coordination with the community, implementation of mentoring and socialization, and monitoring and evaluation of implementation. The implementation schedule and location map of target partners are also presented to support the success of this program.

Program pengabdian kepada masyarakat "KENARI: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini" di Kelurahan Kayu Merah, Kota Ternate, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan pemasaran digital dalam masyarakat. Melalui pendekatan KENARI (Kenali Adaptasi Realisasi), program ini menyediakan sosialisasi, panduan praktis, dan pendampingan untuk membantu masyarakat memanfaatkan media sosial dalam pemasaran digital. Tahapannya mencakup identifikasi masalah, adaptasi solusi pemasaran digital, dan realisasi strategi pemasaran. Target luaran termasuk video sosialisasi, jurnal pengabdian, dan publikasi di media massa lokal. Metode pelaksanaannya meliputi identifikasi masalah, penyusunan materi pendampingan, sosialisasi dan koordinasi dengan masyarakat, pelaksanaan pendampingan dan sosialisasi, serta monitoring dan evaluasi pelaksanaan. Jadwal pelaksanaan dan peta lokasi mitra sasaran juga disajikan untuk mendukung keberhasilan program ini.

Kata Kunci: Sosialisasi, Masyarakat Kelurahan Kayu Merah Kota Ternate, Digital Marketing.

PENDAHULUAN

*Saiful Do. Abdullah, saiful.abdullah@unkhair.ac.id

¹⁶
Di era globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi informasi, transformasi digital menjadi kunci utama penggerak potensi sosial dan ekonomi. Salah satu aspek yang memimpin perubahan ini adalah pemasaran digital, yang memainkan peran strategis dalam menjangkau target pasar secara efisien dan efektif. Salah satu tantangan besar yang dihadapi masyarakat kita adalah tingkat kesadaran yang tidak merata tentang pemasaran digital. Meskipun beberapa individu dan perusahaan telah mengadopsi strategi ini dengan baik, masih banyak yang belum sepenuhnya memahami potensi dan manfaatnya. Tingkat kesenjangan yang tinggi ini menciptakan kesenjangan pengetahuan yang dapat menghambat pembangunan ekonomi secara keseluruhan (Ratna Gumilang, 2019).

Kurangnya pendidikan terkait teknologi ini membatasi kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan peluang yang tersedia. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai pemasaran digital agar masyarakat dapat sepenuhnya menikmati manfaat transformasi digital. Selain tingkat kesadaran yang berbeda-beda, keterbatasan sumber daya dan keahlian juga merupakan hambatan yang signifikan. Banyak bisnis dan individu mungkin tidak memiliki anggaran untuk mempekerjakan pakar pemasaran digital atau mengadopsi teknologi terkini. Selain itu, kurangnya keterampilan khusus dalam pemasaran digital dapat menghambat efektivitas kampanye dan strategi pemasaran (Ali Hasan, 2022).

Masyarakat harus mampu melacak perkembangan teknologi dan memasukkannya ke dalam strategi pemasaran. Kesenjangan dalam penguasaan digital dapat menciptakan perpecahan antara mereka yang cepat mengadopsi inovasi dan mereka yang tertinggal. Oleh karena itu, pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan diperlukan untuk membantu masyarakat mengatasi tantangan ini dan memastikan mereka dapat memperoleh manfaat penuh dari pemasaran digital. Untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat dalam mengadopsi pemasaran digital, diperlukan pendekatan yang holistik dan tepat sasaran (Fitriyah et al., 2023).

Program pengabdian masyarakat dengan pendekatan KENARI (Kenali Adaptasi Realisasi) dapat memberikan solusi berkelanjutan yang tepat sasaran dengan merinci permasalahan prioritas yang harus ditangani. Kurangnya kemampuan beradaptasi terhadap teknologi pemasaran digital menjadi fokus utama program ini. KENARI memberikan kerangka komprehensif untuk mengatasi masalah ini. Pendekatan ini melibatkan tiga fase utama: identifikasi, adaptasi dan implementasi (Yunianto, 2022).

Program pengabdian masyarakat dengan pendekatan KENARI memberikan kerangka komprehensif untuk mengatasi kurangnya kemampuan beradaptasi terhadap teknologi

pemasaran digital. Dengan mengidentifikasi kebutuhan spesifik, membantu masyarakat beradaptasi dengan teknologi terkini dan mendorong perubahan yang diperlukan, program ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi melalui pemasaran digital yang efektif dan tepat sasaran. Diharapkan masyarakat dapat menghadapi era digital dengan percaya diri, meningkatkan daya saing perusahaan, dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Pinanda, 2020).

METODE

1. Subyek Pengabdian: Subyek pengabdian dalam konteks ini adalah masyarakat di Kelurahan Kayu Merah, Kota Ternate, yang terdiri dari pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta individu yang tertarik untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital.
2. Tempat dan Lokasi Pengabdian: Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Kelurahan Kayu Merah, Kota Ternate, Provinsi Maluku Utara. Lokasi ini dipilih karena merupakan lingkungan yang representatif dari masyarakat yang menjadi target program pengabdian.
3. Keterlibatan Subyek Dampingan dalam Proses Perencanaan dan Pengorganisasian Masyarakat: Subyek dampingan, yaitu masyarakat di Kelurahan Kayu Merah, secara aktif terlibat dalam proses perencanaan dan pengorganisasian masyarakat. Mereka diajak untuk berpartisipasi dalam identifikasi masalah, penyusunan materi pendampingan, sosialisasi, pelaksanaan pendampingan, monitoring, evaluasi, dan rencana tindak lanjut. Keterlibatan ini dilakukan melalui berbagai pertemuan, diskusi kelompok, serta pengumpulan umpan balik dari masyarakat.
4. Metode atau Strategi Riset yang Digunakan: Proses perencanaan dan strategi/metode riset dalam kegiatan pengabdian ini didasarkan pada pendekatan partisipatif dan aksi bersama masyarakat. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, diskusi kelompok, dan studi literatur. Pendekatan ini memungkinkan tim pelaksana untuk memahami secara mendalam tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan merumuskan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Tahapan-tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat:
5. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan. Berikut ini adalah gambar alur metoda pelaksanaan untuk KENARI (Meningkatkan omzet dengan digital marketing terkini). Berikut alur berjalannya kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

1. Identifikais Masalah
Pertama, mengidentifikasi permasalahan masyarakat merupakan langkah penting dalam pendekatan KENARI, proses ini melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan hambatan yang dihadapi masyarakat.
2. Penyusunan Materi Pendampingan
Setelah menentukan masalah, langkah selanjutnya adalah menyiapkan bahan pendukung. Hal ini termasuk menyiapkan materi pendidikan dan panduan untuk membantu masyarakat mengatasi permasalahannya.
3. Sosialisasi dan Koordinasi dengan Masyarakat
Langkah selanjutnya adalah komunikasi dan koordinasi dengan masyarakat untuk memastikan partisipasi dan penerimaan yang optimal.
4. Pelaksanaan Pendampingan dan sosialisasi
ini sangat penting dan memerlukan perhatian khusus untuk memastikan masyarakat berhasil dalam menerapkan strategi pemasaran digital
5. Monitoring dan Evaluasi Pelaksanaan
Tahap evaluasi yang dilakukan dengan cara observasi di setiap pertemuan diharapkan setelah mengikuti sosialisai ini dapat meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan omzet penjualan.

KENARI: MENINGKATKAN OMZET DENGAN DIGITAL MARKETING TERKINI

6. Pelaporan dan Rencana Tindak Lanjut

Langkah terakhir adalah melaporkan hasil dan rencana program untuk langkah selanjutnya yang berkelanjutan

HASIL

Hasil dari proses pengabdian masyarakat "KENARI: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini" mencakup beberapa aspek yang melibatkan dinamika pendampingan dan perubahan sosial di dalam masyarakat. Berikut adalah deskripsi lebih lanjut tentang hasil dari proses tersebut:

1. **Dinamika Proses Pendampingan:** Proses pendampingan dilakukan melalui berbagai kegiatan yang meliputi sosialisasi, pelatihan, konsultasi, dan pemantauan. Tim pengabdian bekerja sama dengan masyarakat untuk mengidentifikasi masalah, menyusun strategi penyelesaian, dan memberikan bimbingan teknis dalam menerapkan pemasaran digital. Kegiatan ini juga melibatkan pembuatan materi pendukung, seperti panduan praktis dan media komunikasi, untuk memudahkan pemahaman dan implementasi oleh masyarakat.



Gambar 1.1 Pelaksanaan Kegiatan

2. Perubahan Sosial yang Diharapkan: Melalui proses pengabdian, diharapkan terjadi beberapa perubahan sosial di masyarakat, antara lain:
 - Munculnya Pranata Baru: Dengan adanya pendekatan baru dalam pemasaran digital, diharapkan masyarakat dapat mengembangkan pranata baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Misalnya, terciptanya kebijakan atau norma-norma baru dalam mengelola bisnis secara digital.
 - Perubahan Perilaku: Proses pendampingan diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital. Mereka diharapkan menjadi lebih terbuka terhadap inovasi, lebih aktif dalam mencari peluang bisnis baru, dan lebih percaya diri dalam menerapkan strategi pemasaran digital.
 - Munculnya Pemimpin Lokal: Melalui pelaksanaan program, diharapkan akan muncul individu atau kelompok yang menjadi pemimpin lokal dalam penerapan pemasaran digital. Mereka akan menjadi agen perubahan yang memotivasi dan membimbing masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital.
 - Terciptanya Kesadaran Baru: Proses pengabdian juga diharapkan dapat menciptakan kesadaran baru di masyarakat tentang pentingnya adaptasi terhadap era digital. Mereka diharapkan menjadi lebih sadar akan potensi dan manfaat teknologi digital dalam meningkatkan daya saing bisnis dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, melalui pendekatan KENARI dan proses pendampingan yang terstruktur, diharapkan terjadi perubahan sosial yang positif di dalam masyarakat, membantu mereka ¹⁷ menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital.

DISKUSI

Diskusi hasil pengabdian masyarakat "KENARI: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini" menghadirkan pemahaman yang mendalam tentang perubahan sosial di komunitas melalui penerapan strategi pemasaran digital. Diskusi teoritis yang relevan dengan temuan hasil pengabdian ini mencakup konsep pemasaran digital, perubahan sosial, dan teori pembelajaran masyarakat.

Pemasaran digital adalah konsep yang menjangkau target pasar secara efisien melalui media digital. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi digital, masyarakat dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan

omzet usaha. Konsep pemasaran digital juga memperkenalkan pendekatan baru dalam memahami perilaku masyarakat dan mengoptimalkan strategi pemasaran.

Dalam konteks perubahan sosial, hasil pengabdian menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital dapat memicu berbagai perubahan, termasuk perubahan perilaku, pola interaksi, dan pola konsumsi. Misalnya, masyarakat dapat mengubah cara mereka berbelanja dan berinteraksi dengan merek melalui platform digital. Selain itu, adopsi pemasaran digital juga dapat membantu dalam menciptakan pemimpin lokal yang menjadi agen perubahan dalam komunitas.

Secara teoritis, temuan hasil pengabdian ini dapat dipahami melalui perspektif teori pembelajaran masyarakat. Teori ini menekankan pentingnya pembelajaran kolaboratif dan partisipatif dalam menciptakan perubahan sosial. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pemasaran digital, mereka dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang membantu mereka beradaptasi dengan era digital.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian masyarakat "KENARI: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini" menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital dapat menciptakan perubahan sosial yang signifikan di tingkat komunitas. Dengan memanfaatkan teori pembelajaran masyarakat dan peran pemimpin lokal, program ini memberikan landasan untuk meningkatkan literasi digital dan memperluas kesempatan ekonomi bagi masyarakat. Rekomendasi yang dihasilkan termasuk terus memberdayakan masyarakat melalui pelatihan, mendukung kolaborasi antara sektor publik dan swasta, serta melanjutkan penelitian untuk memantau dampak dan efektivitas pemasaran digital dalam mencapai transformasi sosial yang berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang turut berperan dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat "KENARI: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini". Terima kasih kepada tim pengajar, mahasiswa, dan staf administratif yang telah memberikan kontribusi berharga dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Kelurahan Kayu Merah, Kota Ternate, yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

⁸
Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan dukungan finansial, teknis, dan moral selama pelaksanaan program ini. Tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, pencapaian hasil yang kami raih tidak akan terwujud.

Terima kasih kepada pemerintah setempat dan institusi terkait atas izin, dukungan logistik, dan fasilitas yang telah disediakan. Kami juga menghargai kerja sama dan kolaborasi yang baik antara universitas, pemerintah, dan masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan bersama.

Semoga keberhasilan program ini dapat menjadi inspirasi bagi upaya-upaya selanjutnya dalam memajukan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Terima kasih atas dedikasi dan kerjasama semua pihak dalam mencapai tujuan bersama.

DAFTAR REFERENSI

- ³
Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- ⁵
Fitriyah, Z., Sofani, R. K., Asia, C. C., & ... (2023). Penggunaan Aplikasi Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Umkm. *KREATIF: Jurnal ...*, 3(3), 30–40. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/kreatif/article/view/1984>
- ⁶
Pinanda Ramadhan, H., Annadi, K. S., Ramadan, J., Putri Liany, A., Marsulina Pandiangan, R., & Simalango, T. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Umkm Celana Di Petisah. *Jurnal Plans*, 15(1), 6–12. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/plans/article/viewFile/52253/22663>
- ⁴
Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- ²
Yunianto, A., & Yuliani, N. (2022). Penggunaan Digital Marketing dalam Keberlangsung Pemberdayaan Perkenomian Upada Masa Pandemi MKM. *Jurnal Esensi Infokom: Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 6(1), 59–63. <https://doi.org/10.55886/infokom.v6i1.457>

Kenari: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnaluniv45sby.ac.id	6%
	Internet Source	
2	ibn.e-journal.id	2%
	Internet Source	
3	j-innovative.org	2%
	Internet Source	
4	journal.appipgri.id	1%
	Internet Source	
5	openjournal.unpam.ac.id	1%
	Internet Source	
6	journal.amikveteran.ac.id	1%
	Internet Source	
7	online-journal.unja.ac.id	1%
	Internet Source	
8	e-laporankkn.uinjkt.ac.id	1%
	Internet Source	
9	journal.widyakarya.ac.id	1%
	Internet Source	

10	pkm.uika-bogor.ac.id Internet Source	1 %
11	www.bola.com Internet Source	1 %
12	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
13	Eka Nada Shofa Alkhajar, Agusniar Rizka Luthfia. "Diseminasi dan Publikasi Karya Tulis Berbasis Media Baru", Bakti Cendana, 2020 Publication	<1 %
14	jurnal.lapan.go.id Internet Source	<1 %
15	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
16	docplayer.info Internet Source	<1 %
17	id.scribd.com Internet Source	<1 %
18	indonias.com Internet Source	<1 %
19	journal.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
20	Sri Utami, Nur Azizah, Mami Hajaroh, Eva Imania Eliasa, Riski Sovayunanto, Heri Siswoko. "Profil Kecerdasan Adversitas	<1 %

21

Sunarti Sunarti, Dewi Ayu Nur Wulandari, Taat Kuspriyono, Mohamad Ardana et al.

"PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA OLAHAN BELIMBING BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA UMKM RASADEWA INDONESIA DEPOK", Jurnal Terapan Abdimas, 2023

Publication

<1 %

Kenari: Meningkatkan Omzet Dengan Digital Marketing Terkini

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8