



**PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL DI DESA PLUMBON: INOVASI DAN  
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

***TI DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT IN PLUMBON VILLAGE: INNOVATION  
AND COMMUNITY EMPOWERMENT***

**Khrisnatian Natano'el Wibowo<sup>1</sup>, Femita Nur Ananda Victoria<sup>2</sup>, Ludfiah Nuzully<sup>3</sup>,  
Kriswatmi Nur Tiyas<sup>4</sup>, Tiawanda Alif Nur Fajrina<sup>5</sup>**

<sup>12345</sup> Universitas Sebelas Maret, Surakarta

khrisnatian.natanoel@student.uns.ac.id<sup>1</sup>, femitavictoria@student.uns.ac.id<sup>2</sup>,

ludfiahnzl@student.uns.ac.id<sup>3</sup>, krisnurtyas@student.uns.ac.id<sup>4</sup>,

tiiawandaanf@student.uns.ac.id<sup>5</sup>

**Article History:**

Received: November 27th, 2023

Revised: December 4th, 2023

Published: December 8th, 2023

**Abstract:** *The rapid development of information and communication technology has changed the marketing landscape, especially through digital marketing. Digital marketing offers significant advantages like fast distribution, easy evaluation, wide reach, cost-effectiveness, and brand identity building. Social media, as a tool for digital marketing, enables two-way interaction and serves as an effective means for promoting and selling products. However, implementing digital marketing still faces challenges in accessibility, knowledge, and infrastructure in rural areas. Community engagement activities in Plumbon Village aim to overcome these obstacles. By involving various parties, these activities introduce concepts and practices of digital marketing. Strategic steps such as workshops, training sessions, mentoring, and the development of simple applications are taken to provide understanding and empower the local economy. Collaboration between academics, practitioners, and the local community is key to raising awareness about the potential of digital marketing and local economic development.*

**Keywords:** *Financial*

*Recording, Accounting, Macro*

*VBA Programming, MSMEs*

**Abstrak**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap pemasaran, khususnya dalam bentuk pemasaran digital. Pemasaran digital menawarkan keunggulan yang signifikan, seperti kecepatan distribusi, evaluasi yang mudah, jangkauan yang luas, biaya yang terjangkau, dan pembangunan identitas merek. Media sosial, sebagai salah satu alat pemasaran digital, memungkinkan interaksi dua arah dan menjadi sarana efektif dalam promosi dan penjualan produk. Namun, penerapan pemasaran digital masih menghadapi hambatan aksesibilitas, pengetahuan, dan infrastruktur di lingkungan pedesaan. Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Plumbon bertujuan untuk mengatasi hambatan tersebut. Dengan melibatkan berbagai pihak, kegiatan ini memperkenalkan konsep dan praktik pemasaran digital. Langkah-langkah strategis,

termasuk workshop, pelatihan, pendampingan, dan pengembangan aplikasi sederhana, diadopsi untuk memberikan pemahaman dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan masyarakat setempat menjadi kunci dalam upaya meningkatkan kesadaran akan potensi pemasaran digital dan pembangunan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** Pencatatan Keuangan, Akuntansi, Pemrograman Macro VBA, UMKM

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal pesaran atau pemasaran digital (Syukri & Sunrawali, 2022). Dampak yang paling nyata adalah selain dikenal juga dapat meningkatkan volume penjualan dan pendapatan (Gumilang, 2019). Menurut Chaffey (2015) pemasaran digital merupakan pengembangan dari pemasaran tradisional dimana pemasaran tradisional adalah suatu proses pemasaran melalui media komunikasi offline seperti melalui penyebaran brosur, iklan di televisi dan radio, dan lain sebagainya. Setelah maraknya internet dan kemudahan komunikasi yang ditawarkannya, maka penerapan marketing pada perusahaan mulai mengadopsi media internet, yang kemudian disebut pemasaran digital. Selain itu, pemasaran digital merupakan kemajuan di dunia digital yang memungkinkan iklan tanpa keberlangsungan secara langsung, tetapi memiliki dampak yang signifikan (Heidrick, 2009). Keunggulan dari pemasaran digital meliputi: (1) kecepatan distribusi; (2) evaluasi yang mudah; (3) jangkauan yang lebih luas; (4) biaya yang terjangkau dan efisien; dan (5) pembangunan identitas merek. Berdasarkan keunggulan-keunggulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital membantu para pengusaha dalam promosi dan penjualan produk. Salah satu alat dari teknologi informasi yang digunakan dalam pemasaran digital adalah media sosial. Media sosial merupakan berbagai bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan adanya interaksi dua arah dan umpan balik (Kent, 2013). Secara alternatif, media sosial dapat dijelaskan sebagai sarana yang dimanfaatkan oleh konsumen untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, suara, dan video baik dengan individu maupun perusahaan, serta sebaliknya (Kotler & Kevin, 2016). Media sosial menjadi alat yang sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk.

Teknologi internet yang digunakan sebagai medium pemasaran yang efektif dengan jangkauan yang sangat luas tidak terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan pasar (Djamaludin et al., 2016). Meskipun perkembangan teknologi ini umumnya terpusat di wilayah perkotaan, namun penting untuk mencatat bahwa desa-desa, seperti Desa Plumbon, juga membutuhkan akses dan pemahaman yang mendalam terhadap pemasaran digital. Desa Plumbon, yang terletak di tengah-tengah kawasan pedesaan, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan perkembangan teknologi guna memperkuat perekonomiannya. Namun, tantangan aksesibilitas, pengetahuan, dan infrastruktur sering kali menjadi penghalang utama dalam mengadopsi pesaran digital di lingkungan ini (Listyoningrum, dkk., 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan memperkenalkan konsep serta praktik pesaran digital ke masyarakat Desa Plumbon. Dengan melibatkan berbagai pihak, termasuk penduduk lokal, tokoh masyarakat, serta instansi terkait, diharapkan dapat tercipta kerangka kerja yang inklusif untuk mengenalkan, mendidik, dan mengimplementasikan pesaran digital di lingkungan pedesaan ini. Langkah-langkah strategis yang diambil dalam kegiatan ini meliputi workshop, pelatihan, pendampingan, dan pengembangan

aplikasi sederhana yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik Desa Plumbon. Upaya kolaboratif ini diharapkan mampu membawa perubahan positif yang signifikan dalam peningkatan pemahaman, penguasaan teknologi, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Penting untuk dicatat bahwa pengabdian masyarakat ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga untuk membangun kesadaran akan potensi pesaran digital dalam memajukan ekonomi lokal dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Desa Plumbon secara keseluruhan. Dengan adanya kolaborasi antara pihak akademisi, praktisi, dan masyarakat setempat, diharapkan bahwa upaya pengabdian masyarakat ini akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengangkat potensi pesaran digital sebagai salah satu solusi untuk pembangunan ekonomi di wilayah pedesaan. Namun, masalah utama yang dihadapi masyarakat Desa Plumbon adalah kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif. Keterbatasan dalam strategi pemasaran hanya di wilayah lokal menjadi penghambat pertumbuhan UMKM. Pelatihan dalam digital marketing diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pasar produk dan memajukan UMKM di Desa Plumbon secara keseluruhan.

## **METODE**

Terdapat dua tahapan pada kegiatan ini, yaitu persiapan dan pelaksanaan. Persiapan dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan masyarakat yang dilayani serta menetapkan tujuan yang jelas dari pengabdian ini. Proses perencanaan melibatkan langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan, termasuk identifikasi tim atau individu yang terlibat dalam pengabdian, koordinasi dengan pihak terkait, seperti lembaga desa atau komunitas setempat, dan pengumpulan informasi serta persiapan materi yang diperlukan. Sementara itu, tahap pelaksanaan melibatkan implementasi dari rencana yang sudah disusun. Ini meliputi kegiatan workshop, pelatihan, sosialisasi, atau intervensi lainnya yang sesuai dengan tujuan pengabdian. Penting untuk memantau progres kegiatan, melakukan evaluasi terhadap dampaknya pada masyarakat yang dilayani, serta mendokumentasikan seluruh proses pelaksanaan pengabdian ini. Dengan fokus pada interaksi, implementasi, evaluasi, dan dokumentasi, metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang proses pengabdian masyarakat yang dilakukan.

## **HASIL**

Persiapan pelatihan di Desa Plumbon dilakukan dengan serangkaian langkah terstruktur. Awalnya, pembicara, Fitria Febriana, dipilih setelah diskusi tim yang memastikan kecocokan untuk mengisi acara tersebut. Kemudian, izin dari Ketua RW diperoleh untuk memanfaatkan Balai Dukuh Plumbon sebagai tempat pelatihan, dengan langkah selanjutnya berupa surat izin tertulis untuk penggunaan fasilitas lokal yang diperlukan. Persiapan berlanjut dengan pengaturan ulang surat undangan yang disebar melalui ketua RT, yang kemudian diikuti dengan follow-up kepada warga menjelang hari pelatihan untuk memastikan partisipasi yang maksimal. Sementara itu, aspek teknis seperti persiapan aplikasi Instagram dan Shopee serta peralatan seperti tripod, rak/etalase, produk kerajinan, dan kuota internet juga disiapkan dengan teliti.

Saat pelaksanaan pelatihan pada tanggal 25 November 2023, peserta dibagi ke kelompok-kelompok untuk fokus memasarkan jenis kerajinan tertentu. Panitia, yang terbagi menjadi 4 kelompok, secara aktif memberikan panduan kepada setiap kelompok pemasaran. Acara dimulai dengan penyampaian materi oleh narasumber tentang pentingnya pemasaran online, teknik-teknik

pemasaran produk digital, serta keterampilan yang mendukung pemasaran daring. Pelatihan tidak hanya berhenti pada teori, tetapi juga melibatkan praktik pembuatan dan pemasaran langsung melalui akun Instagram dan Shopee. Respons yang sangat positif dari berbagai lapisan masyarakat desa, termasuk anak-anak, ibu rumah tangga, dan pemuda-pemudi Karang Taruna, menandakan antusiasme tinggi terhadap materi yang diajarkan dan praktik langsung yang diberikan.



**Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan**

## **PEMBAHASAN**

Menurut Pasal 1 UU Nomor 9 tahun 1999 UMKM adalah Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Rahmah, dkk). Pemasaran meliputi tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya (Chandra, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada unit-unit usaha ekonomi dengan skala yang lebih kecil dibandingkan perusahaan besar. Kain perca adalah limbah anorganik dari industri tekstil yang dapat diolah menjadi produk bernilai jual. Kreativitas dalam mengelola kain perca menjadi produk merupakan inovasi penting dalam perekonomian, menghadirkan solusi bagi masalah lingkungan sambil menciptakan peluang bisnis. Pencatatan akuntansi adalah proses penting dalam mengontrol dan merekam transaksi keuangan suatu usaha. Pemrograman Macro VBA merupakan bagian dari aplikasi program angka yang dapat membantu otomatisasi proses pencatatan keuangan bagi UMKM, meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan mereka.

1. Persiapan Pelatihan: Persiapan yang matang terjadi sebelum pelatihan, mulai dari pemilihan pembicara, perizinan tempat, hingga penyebaran undangan dan persiapan teknis lainnya. Follow-up kepada warga sehari sebelumnya menunjukkan komitmen panitia untuk memastikan partisipasi yang optimal.
2. Pelaksanaan Pelatihan: Dengan pembagian kelompok, pelatihan efektif dalam menyampaikan materi dan memberikan panduan langsung pada peserta. Keterlibatan beragam kalangan warga dan UMKM menunjukkan inklusivitas acara tersebut dalam mendukung seluruh komunitas.
3. Dampak Positif: Respons antusias dari berbagai segmen masyarakat menunjukkan keberhasilan

dalam menyampaikan materi dan praktik pemasaran digital. Melibatkan UMKM juga memberikan kesempatan lebih luas bagi warga desa untuk mengembangkan keterampilan pemasaran online.

4. Diversifikasi Produk: Melibatkan produk selain kerajinan kain perca menunjukkan keberagaman pelaku usaha yang dapat mendapatkan manfaat dari pelatihan ini, meningkatkan potensi ekonomi lokal dengan variasi produk yang dijual secara daring.

## **KESIMPULAN**

Pengabdian masyarakat di Desa Plumbon menghadirkan solusi terhadap tantangan dalam penerapan pemasaran digital di lingkungan pedesaan. Dengan pendekatan inklusif, kegiatan ini berhasil memperkenalkan serta melatih masyarakat terkait konsep dan aplikasi pemasaran digital. Respons positif dari berbagai lapisan masyarakat menunjukkan antusiasme dalam memahami dan menerapkan praktik pemasaran digital. Meskipun demikian, masih terdapat kendala dalam pemahaman strategi pemasaran yang efektif di tingkat lokal, yang menjadi penghambat pertumbuhan UMKM. Pelatihan digital marketing diharapkan mampu membantu memperluas jangkauan pasar produk dan meningkatkan daya saing UMKM di Desa Plumbon. Melalui kolaborasi berkelanjutan antara akademisi, praktisi, dan masyarakat, pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi pendorong signifikan dalam peningkatan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat pedesaan.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Kami ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua yang telah berperan serta dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Pemerintah Desa Plumbon atas kerjasama dan izinnya dalam menyelenggarakan acara di wilayah mereka. Tak lupa, terima kasih kepada Ketua RW, Ketua RT, narasumber, mahasiswa, peserta, serta seluruh masyarakat Desa Plumbon atas dedikasi, partisipasi, dan kolaborasinya yang luar biasa. Dukungan dari institusi pendidikan terkait juga sangat berarti bagi kelancaran program ini. Kami juga ingin mengungkapkan terima kasih kepada semua individu yang turut memberikan kontribusi, walaupun tak dapat kami sebutkan satu per satu, atas doa, dukungan, dan semangat yang telah diberikan. Keberhasilan program ini tak terlepas dari kerjasama dan bantuan dari semua pihak yang terlibat, dan untuk itu, kami menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Austin, Trecy. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Reuse Sampah Kain di Desa Pipa Putih Ogan Ilir pada Masa Covid 19. *Jurnal Abdidas*. 2 (2): 363–369 <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.281>
- Handayani, E., Sari, P. P., & Islami, M. J. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan

- Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 10(2).
- Kania, E., Akuntansi, J., & Bandung, P. N. (2021). *Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM Berbantuan Microsoft Excel Pada UMKM Uncal.Co Arrangement of Financial Statement Based on SAK EMKM Assisted by Microsoft Excel at MSMEs Uncal.Co Arry Irawan. Indonesian Accounting Literacy Journal*, 1(2), 338–352
- Listyoningrum, K. I, Zahrai, N. C. Pranoto, N. R., Frestiana, R., & Gracia, T. F. A. (2023). Pengembangan UMKM Desa berbasis pencatatan keuangan sederhana dan diferensiasi marketing guna meningkatkan penghasilan Masyarakat Desa Plumbon Kabupaten Karanganyar. *Ruang Cendekia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (1). <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/ruang-cendekia/index>
- Mumtaha, Hani Atun dan Halwa Annisa Khoiri. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *Jurnal Pilar Teknologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4.
- Ningtiyas, J. D. A. (2017). *Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) (Study Kasus Di UMKM Bintang Malam Pekalongan). Riset & Jurnal Akuntansi .Politeknik GANESHA Medan.*
- Nugroho, A., & Prihartini, B. A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3 (3).
- Pratama, B. (2017). Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi Melalui Pemanfaatan Teknologi Pada Pt. Prodia Diacrolaboratories. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(1).
- Setiyani & Sri, Asnawati. (2020). Pemberdayaan Orang Tua Siswa Tk An-Nur Kabupaten Cirebon Melalui Keterampilan Rajut Tangan dan Access Market. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3 (2): 42-50
- Tulus Tambunan. (2012). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Umkm Di Desa Kintelan (Studi Kasus Umkm Di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Jurnal BUDIMAS*, 4(1).
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset