



PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* BAGI *GREENPRENEUR* DI DESA PUNGGUR BESAR KABUPATEN KUBU RAYA

Oleh

Laila Nurfitriah Lubis^{1*}, Debbie Yuari Siallagan², Era Prestoroika³, Adiyath Randy Yudimamase⁴, Asri Hidayati⁵, Magdalena Depriyani⁶, Eka Mustika Sari⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Politeknik Negeri Pontianak

e-mail: ¹lailanlubis@gmail.com

Article History:

Received: 01-09-2024

Revised: 25-09-2024

Accepted: 04-10-2024

Keywords:

Digital Marketing,
Greenpreneur, Kubu
Raya, Punggur Besar

Abstract: *Punggur Besar Village in Kubu Raya Regency, West Kalimantan, holds significant potential in both its local resources and flagship products, one of which is plates made from areca palm sheaths. The village's Greenpreneurs focus on environmentally conscious entrepreneurship, contributing positively to the environment while also addressing economic opportunities arising from environmental challenges. However, these Greenpreneurs still face obstacles in implementing digital marketing due to limited understanding and skills in utilizing information technology, as well as a lack of knowledge about e-commerce platforms that can be used to market their products. They have yet to incorporate the use of websites, social media, or other online marketing tools in their sales efforts. This Community Service Program (PKM) aims to equip Greenpreneurs with knowledge and skills in digital marketing to promote their products, offering practical training that can be applied within the Greenpreneur community. The methods used in this PKM include training and lectures from experts, discussions, brainstorming, and assistance throughout the activity. Participants benefit by gaining a deeper understanding of digital marketing and applying it to product promotion, leading to increased business revenue and empowering the community to leverage digital technology for business growth*

PENDAHULUAN

Desa Punggur Besar di Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat, memiliki beragam potensi desa dan produk unggulan, salah satunya adalah piring yang terbuat dari pelepah pinang yang merupakan produk yang dihasilkan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Bintang Muda. Desa ini juga memiliki Greenpreneur, yaitu wirausahawan yang peduli lingkungan dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi dengan mengatasi masalah lingkungan. Greenpreneur muncul dari kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dengan memanfaatkan limbah pelepah pinang menjadi piring yang bernilai ekonomi.

Dalam melakukan penjualan, hasil produk dari para Greenpreneur dan BUMDes di desa tersebut masih menggunakan metode pemasaran konvensional. Sehingga hasil penjualan masih dalam lingkup yang terbatas padahal di era digital seperti saat ini, media digital



seharusnya dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar. Pemasaran merupakan aspek penting dalam kelangsungan suatu usaha, terutama di era society 5.0, di mana teknologi memiliki peran besar dalam mempengaruhi operasional bisnis. Penggunaan teknologi dalam pemasaran memungkinkan produk diperkenalkan melalui berbagai saluran distribusi, sehingga memudahkan proses promosi.

Pemasaran digital, menurut Kotler dan Armstrong (2010), adalah proses menghubungkan produk atau layanan dengan pengguna potensial melalui teknologi dan media digital. Ini melibatkan penggunaan platform seperti website, media sosial, email marketing, dan teknik online lainnya untuk meningkatkan pengetahuan dan promosi produk. Tujuan dari digital marketing adalah membangun preferensi merek, mempromosikan produk, dan meningkatkan penjualan (Saveria, 2016). Keunggulan digital marketing meliputi efisiensi, kesadaran yang lebih luas, dan pengukuran hasil yang lebih akurat dibandingkan pemasaran tradisional. Pemasaran digital memungkinkan komunikasi yang cepat dan luas serta memberikan cara yang lebih hemat biaya untuk menjangkau konsumen secara tepat waktu dan relevan (Baines et al., 2013). Dengan teknologi dan data, bisnis dapat meningkatkan efektivitas promosi dan menarik perhatian pelanggan potensial.

Saat ini, *Greenpreneur* di Desa Punggur Besar menghadapi kendala dalam memanfaatkan digital marketing karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan terkait teknologi informasi, serta kurangnya pemahaman tentang platform e-commerce. Serta dalam melakukan pemasaran para *greenpreneur* belum melibatkan penggunaan e-commerce, media sosial atau metode pemasaran digital lainnya. Oleh sebab itu, prioritas dalam program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memberikan edukasi Pemanfaatan *Digital Marketing* bagi *Greenpreneur* di Desa Punggur Besar Kabupaten Kubu Raya. Tujuan PPM ini yaitu untuk memberikan pendidikan, pelatihan serta pemahaman dalam hal pemanfaatan *digital marketing* sehingga membantu para *Greenpreneur* mengembangkan pemasaran produk mereka melalui *digital marketing*, yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di Desa Punggur Besar.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode ceramah dan praktek langsung. Pelatihan dalam pengembangan sumberdaya manusia salah satunya adalah pelatihan teknologi (*technology training*) yaitu berupa kegiatan pengenalan dan pelatihan terkait penggunaan teknologi. Dosen dari Politeknik Negeri Pontianak jurusan administrasi bisnis dan *entrepreneur* memberikan pelatihan *digital marketing* bekerjasama dengan Pemerintah Desa Punggur Besar.

Kegiatan PKM berupa pelatihan ini merupakan upaya pengajaran dan membimbing masyarakat khususnya para *Greenpreneur* untuk memperluas ilmu, keterampilan, dan kemampuan dalam bidang *digital marketing*. Hal ini dapat membantu para *Greenpreneur* menjadi lebih independen, kompeten, dan berdaya saing. Dalam pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan berbagai tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Penyampaian materi oleh narasumber dengan metode ceramah.
2. Tanya jawab dengan para *Greenpreneur*.
3. Diskusi dan *brainstorming* pengetahuan dan pengalaman mengenai *digital marketing* dengan para *greenpreneur* dan segenap perangkat Desa Punggur Besar.



4. Pendampingan para peserta pelatihan selama kegiatan PKM berlangsung.

HASIL

Persiapan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang sangat penting selain pendidikan dan penelitian. Persiapan yang matang sangat diperlukan agar kegiatan ini berjalan efektif dan memberikan dampak yang signifikan kepada target sasaran. Adapun beberapa persiapan yang dilakukan oleh TIM PKM di antara lainnya menyusun konsep kegiatan dan aspek teknis lainnya seperti transportasi, akomodasi hingga peralatan yang diperlukan siap untuk digunakan saat kegiatan berlangsung serta berkoordinasi dengan perangkat Desa dalam membantu menentukan tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan PKM dan juga untuk mengundang para *greenpreneur* sebagai peserta, selanjutnya menghubungi para narasumber yang merupakan owner dari "Salad Mertua" dan dosen yang memiliki kompetensi mengenai *digital marketing* untuk mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada para *greenpreneur* sebagai peserta kegiatan PKM.



Gambar 1. Dokumentasi Registrasi Peserta

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dari tim dosen jurusan Administrasi Bisnis di Desa Punggur Besar bersama dengan para *greenpreneur* diawali dengan pembukaan yang dipandu oleh moderator serta penyampaian susunan acara. Kegiatan PKM dibuka dengan kata sambutan dari Ketua PKM dengan menyampaikan maksud dan tujuan dari kegiatan PKM ini, kemudian dilanjutkan kata sambutan dari Sekretaris Desa Punggur Besar yang menyambut dengan antusias karena topik dari kegiatan PKM ini sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat di desa Punggur Besar dan berharap kegiatan PKM ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat di desa Punggur Besar.



Gambar 2. Kata Sambutan oleh Ketua PKM

Acara dilanjutkan dengan pembacaan doa demi kelancaran kegiatan PKM serta dimulai sesi penyampaian materi oleh owner “Salad Mertua” mengenai tips dan trik dalam melakukan usaha serta *sharing* pengalaman dalam memanfaatkan *digital marketing* dan dilanjutkan penyampaian materi oleh dosen sekaligus pakar dalam *digital marketing* serta pelatihan memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran secara digital kepada para *greenpreneur* yang telah hadir dalam kegiatan. Para *greenpreneur* yang sudah memiliki usaha dapat memanfaatkan kegiatan agar mampu memahami dan mengaplikasikan/mempraktekkan pemanfaatan digital marketing dalam pemasaran produk usahanya sehingga nantinya dapat meningkatkan pendapatan mereka hingga pendapatan asli desa. Pelatihan ini diakhiri dengan sesi *Q&A* dimana para peserta menyampaikan beberapa pertanyaan kepada para narasumber.



Gambar 3. Penyampaian materi oleh Narasumber

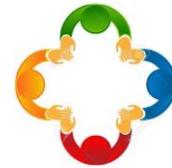


Gambar 4. Praktek Pemasaran Digital

Evaluasi Kegiatan

Tim PKM melakukan evaluasi kegiatan sebagai berikut:

1. Evaluasi selama kegiatan dengan melakukan evaluasi sebagai berikut:
 - a. Evaluasi terhadap kehadiran peserta dan kesiapan tempat serta ketersediaan bahan-bahan produk, sarana dan pasarana serta dan tata ruang. Pada tahap ini peserta yang hadir berjumlah 30 orang peserta yang terdiri dari bapak/ ibu yang memiliki usaha di desa Punggur Besar. Setiap sarana dan prasarana dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya sesuai dengan keperluan dalam kegiatan PKM.
 - b. Evaluasi hambatan baik masalah penyampaian materi pelatihan maupun hal-hal yang bersifat teknis. Penyampaian materi pelatihan disampaikan dengan baik melalui pemaparan materi secara langsung dan melakukan praktek kepada seluruh peserta.
 - c. Evaluasi kelayakan materi yang diberikan dan daya penerimaan materi peserta/ penyerapan materi. Kelayakan materi yang telah disampaikan telah diterima dengan baik oleh para peserta dibuktikan dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada peserta saat sesudah kegiatan. Hasil kuesioner menunjukkan 95% peserta menerima/ menyerap materi dengan baik.
2. Evaluasi terhadap pemahaman para peserta melalui kuesioner. Tim PKM membagikan dan meminta kepada para peserta untuk mengisi kusioner sebagai bahan dalam melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM.



Gambar 5. Foto Bersama Peserta Pelatihan

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dari tim dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak mendapat bantuan dan dukungan sehingga tercipta kolaborasi dan kerjasama dengan Pemerintah Desa Punggur Besar dalam memberikan materi serta pelatihan mengenai pemanfaatan *digital marketing* kepada para *greenpreneur* di Desa Punggur Besar telah terlaksana dengan baik dan lancar. Adapun manfaat yang dirasakan oleh para peserta disini adalah dapat memahami dan mempraktekkan pemanfaatan *digital marketing* dalam upaya memasarkan produk dari hasil usaha yang telah dihasilkan oleh para peserta. Sehingga dampak yang dirasakan oleh peserta adalah meningkatnya pendapatan dari hasil usaha serta memberdayakan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memajukan usaha mereka serta pendapatan asli desa.

SARAN

Digital marketing akan terus berkembang, sehingga selanjutnya harus dapat memastikan materi yang diberikan selalu *up-to-date* dengan teknologi dan tren terbaru, seperti penggunaan salah satu media sosial untuk promosi, iklan berbayar di media sosial, atau pemasaran influencer. Oleh sebab itu kemampuan dalam membuat *content* pemasaran, memahami dan menggunakan media sosial dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari tercapainya tujuan dari pelaksanaan PKM.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Terima kasih kami ucapkan kepada:

- Politeknik Negeri Pontianak melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Pontianak yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk melaksanakan kegiatan PKM.
- Perangkat desa Kantor Desa Punggur Besar yang telah bersedia menyediakan sarana dan prasarana, dukungan dan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan PKM.
- Masyarakat Desa Punggur Besar terkhusus kepada para *greenpreneur* yang telah hadir dan antusias berpartisipasi selama kegiatan berlangsung.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] Baines, P., Fill, C., & Page, K. (2013). *Essentials of marketing*. Oxford University Press.
- [2] Chaffey, Dave., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, Sixth Edition. Pearson.
- [3] Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson.
- [4] Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- [5] Saveria, R. A. (2016). Analisis Digital Marketing Dalam Strategi Integrated Marketing Communication Kampanye Politik: Studi Kasus Komunitas Teman Ahok. Retrieved from [http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-12/20434541-MK-Rachael Abigail Saveria.pdf](http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-12/20434541-MK-Rachael%20Abigail%20Saveria.pdf)
- [6] Seppa, Y.I., Kasmita, Y., Siraj, M.L., Baharuddin, A., & Wardah, S.S.W. (2023). Edukasi Melalui Kegiatan Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing di Lapas Kelas IIB Takalar. *TEKNOVOKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 211-217. <https://journal.unm.ac.id/index.php/TEKNOVOKASI/article/download/498/384/1921>



HLAAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN