

## PENDAMPINGAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING KEPADA USAHA RUMAH TANGGA DARMA TELUR DI BANJAR CENGGOK, DESA BAHA

I Made Sukerta<sup>1)</sup>, Ni Luh Putu Mahendra Dewi<sup>2)</sup>, Ni Luh Elsa Yani<sup>3)</sup>,  
Fitri Nurhayati<sup>4)</sup>

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [niluhputumahendradewi@gmail.com](mailto:niluhputumahendradewi@gmail.com)

### ABSTRAK

Desa Baha adalah salah satu Desa yang berlokasi di Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung yang menjadi lokasi kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan dilaksanakan di Desa ini bekerja sama dengan salah satu UMKM yaitu usaha rumah tangga Darma Telur. Berdasarkan hasil observasi, permasalahan yang dialami oleh mitra, yaitu mengalami penurunan pendapatan pasca pandemi covid-19 dan masih minimnya cara pemasaran yang dilakukan, khususnya penerapan pemasaran digital. Maka dari itu, mitra diberikan pemahaman dan pendampingan mengenai pentingnya penerapan teknologi untuk kegiatan pemasaran. Seperti pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* sebagai sarana untuk melakukan pemasaran produk secara online agar jangkauan pasar semakin luas.

**Kata Kunci:** *pendampingan, usaha rumah tangga, pemasaran digital*

### ANALISIS SITUASI

Desa Baha terletak Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung, Bali. Desa Baha, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung mempunyai Luas Wilayah 513 Ha, yang terbagi menjadi 7 wilayah Banjar Dinas. Waktu tempuh untuk mencapai Desa ini sekitar 30 Menit dari Kota Denpasar. Jalur perjalanan menuju Desa Baha cukup strategis karena terletak di antara beberapa daerah tujuan wisata seperti jalur DTW Taman Ayun dan Kebun Raya Bedugul, jalur antara DTW Taman Ayun dengan daerah Ubud dan jalur antara DTW Taman Ayun dengan DTW Sangeh serta merupakan jalur pariwisata dari daerah Ubud menuju DTW Tanah Lot. Secara geografis, Desa Baha terletak pada ketinggian 250-meter diatas permukaan laut, dengan curah hujan relatif rendah. Desa Baha memiliki lahan pertanian khususnya persawahan yang luas dan budaya pertanian tradisionalnya. Jumlah penduduk desa Baha terdiri dari laki-laki 1.887 orang dan perempuan 1.929 orang dengan sex rasio 97.

Pandemi Covid-19 yang terjadi dari tahun 2020 memberikan dampak yang sangat signifikan bagi Bali karena Bali merupakan wilayah yang mendapatkan PAD tertinggi dari sektor pariwisata. Walaupun pandemi Covid-19 sudah mulai mereda, namun pengembangan industri wisata dan perekonomian di Bali masih belum berjalan secara optimal. Hal ini juga berdampak terhadap penghasilan pada Industri Rumah Tangga Darma Telur yang berada di Banjar Cengklok, Desa Baha, Kecamatan Mengwi.

Selain itu, upaya pemasaran yang dilakukan oleh Industri Rumah Tangga Darma Telur yang masih sifatnya konvensional memicu persoalan serius dan berdampak besar bagi Industri ini kedepannya. Berdasarkan latar belakang, hasil observasi dan wawancara yang dilakukan maka penulis memberikan solusi untuk mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terletak di Desa Baha pada bidang Kegiatan Berwirausaha dengan mencanangkan program kerja Sosialisasi digital marketing dan membantu mempromosikan UMKM Darma Telur. Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat menjadikan media online/media digital sebagai sarana pemasaran yang tepat karena keunggulannya yaitu strategi pemasaran dapat diukur secara tepat bahkan real-time dan jangkauan yang lebih luas dan cepat selama bisa mengakses jaringan internet.

Menurut Bambang (2019), persaingan bisnis saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pebisnis di Indonesia sehingga penting bagi pelaku bisnis khususnya UMKM untuk dapat menggunakan digital marketing sebagai metode pemasaran produk. Guna meningkatkan kembali pendapatan pada ranah UMKM alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan pemasaran melalui sosial media. Pemasaran dengan memanfaatkan media sosial layak dilakukan karena tidak menggunakan banyak biaya. Selain itu, promosi dengan media sosial lebih mudah diakses oleh semua masyarakat utamanya di era digitalisasi ini.

UMKM Darma Telur merupakan salah satu UMKM yang terletak di Desa Baha, Mengwi, Badung, Bali. Usaha ini bergerak dalam bidang produksi telur asin dan telur bebek, yang merupakan usaha keluarga yang berdiri pada tahun 2005 yang beralamat di Jalan Teleng, Br. Cengklok, Baha, Mengwi, Badung. Bermula dari usaha kecil yang menjual telur eceran lalu meningkat pada penjualan dan semakin berkembangnya UMKM Darma Telur mampu menjual dan memproduksi telur asin dan telur bebek. Tetapi pada saat Indonesia mengonfirmasi kasus pertama infeksi virus Corona di Maret 2020, penjualan UMKM Darma Telur mulai menurun diakibatkan oleh pandemi. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada peningkatan pendapatan melalui penjualan UMKM Darma Telur dengan menggunakan metode penjualan secara digital melalui Instagram dan platform digital *Shopee*. Selain kegiatan sosialisasi, juga dilakukan pendampingan berupa monitoring tentang digitalisasi sehingga UMKM Darma Telur mampu mengelola pemasaran digital marketing dengan baik.

### **RUMUSAN MASALAH**

Permasalahan yang ditemukan pada mitra yaitu:

1. Menurunnya pendapatan yang dialami oleh pemilik usaha rumah tangga Darma Telur pasca pandemi covid-19.
2. Kurangnya pemahaman tentang digital marketing serta penerapannya pada usaha rumah tangga Darma Telur.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Mengacu pada permasalahan yang dialami oleh mitra sasaran, tim pelaksana berinisiatif untuk membuat program kerja yang bersifat komplementer, yaitu sosialisasi digital marketing dan Membantu digitalisasi usaha. Berdasarkan permasalahan dan kendala yang dialami mitra, maka tim pengabdian berinisiatif membuat program kerja yaitu:

1. Melaksanakan sosialisasi digital marketing kepada usaha rumah tangga Darma Telur.
2. Membantu digitalisasi usaha rumah tangga Darma Telur dengan cara mempromosikan produk di media sosial seperti instagram dan mendaftarkannya di e-commerce seperti shopee.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terdapat tahapan pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari :

1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan
  - a) Tahap Observasi

Tahap observasi dilakukan dengan cara pengamatan ke lokasi guna mendapatkan informasi dari masyarakat yang ada khususnya kegiatan observasi yang dilaksanakan di Banjar Cengkok, Desa Baha.
  - b) Tahap Persiapan

Tahap Persiapan diawali dengan penentuan jadwal kegiatan yang akan dilakukan bersama anggota tim. Tahap persiapan dilaksanakan pada tanggal 16 dan 17 Maret 2023. Tahap ini merupakan pematangan atas program kerja yang akan dilakukan. Persiapan dilakukan dengan menjaring informasi di google dan Youtube tentang cara pembuatan akun Instagram dan akun platform Shopee, bagaimana cara memposting produk di Instagram, Shopee dan bagaimana cara menaikkan insight postingan produk agar dapat dijangkau lebih luas.
  - c) Tahap sosialisasi dan pendampingan
    - a. Melakukan kegiatan pengenalan untuk menambah pengetahuan dan wawasan mitra terkait pemasaran digital.
    - b. Mendampingi mitra usaha untuk membuat akun sosial media (Instagram) dan *e-commerce* (shopee). Serta membantu untuk melakukan promosi dan iklan produk usaha di Instagram.
  - d) Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan penilaian kembali terhadap pelaksanaan kegiatan, sehingga dapat melihat perkembangan kinerja kegiatan

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama melakukan sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing dengan membuat pamflet yang berisi materi tentang pemasaran digital. Kedua melakukan penilaian dalam bentuk kuisioner untuk mengetahui seberapa besar mitra usaha atau pelaku usaha memahami konsep dan materi terkait digital marketing. Sasaran dalam program ini adalah kepada usaha rumah tangga Darma Telur yang bertempat di Banjar Cengkok, Desa Baha. Tujuan dilakukan program ini, yaitu untuk menambah pengetahuan dan wawasan terkait pemasaran digital karena pengetahuan seorang manusia harus ditingkatkan, mengingat kini kita berada di era revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan perkembangan luar biasa di bidang teknologi internet.

Berdasarkan hasil penyelenggaraan program pengabdian kepada masyarakat, tujuan yang ditetapkan oleh pelaksana kegiatan telah tercapai. Indikator ketercapaian ini ditandai dengan hasil post-test dengan nilai sebesar 80. *Post test* memuat beberapa soal terkait *digital marketing*. Tujuan dilakukan *post-test* adalah untuk mengukur sejauh mana tingkat pemahaman pemilik usaha rumah tangga Darma Telur mengenai digital marketing. Dari hasil *post-test*, didapatkan hasil nilai sebesar 80. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemilik usaha sudah memahami konsep dan materi terkait *digital marketing* setelah mengikuti sosialisasi ini.

Faktor-faktor yang menjadi tolak ukur keberhasilan program ini seperti terbukanya mitra kerja atau pelaku usaha rumah tangga Darma Telur terhadap permasalahan yang dialami sehingga pelaksana kegiatan dapat memberikan solusi dengan baik. Pelaku usaha rumah tangga Darma Telur juga menerima dengan baik program kerja dan juga komunikasi dengan mitra selama program kerja pun berjalan dengan baik. Pihak usaha rumah tangga ini sudah memiliki sarana digital, seperti *smartphone* untuk mendukung upaya penerapan digital marketing. Koneksi jaringan di lokasi pun sangat baik sehingga proses kegiatan program kerja berjalan dengan lancar. Dengan demikian pelaksana kegiatan dapat melaksanakan program kerja sesuai rencana. Sedangkan faktor yang menjadi penghambat adalah kurang fokusnya pemilik usaha ketika sosialisasi karena sesekali harus melayani pembeli telur yang datang serta pembuatan konten berupa video untuk dipromosikan pada media sosial yang memerlukan waktu cukup lama.

*Digital marketing* merupakan istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital (Prasetyo dkk, 2020). Program ini dilakukan melalui beberapa cara. Pertama dengan membuat akun Instagram dan mempromosikan produk telur asin dan telur bebek di Instagram dengan membuatnya iklan. Kedua dengan membantu mendaftarkan usaha pada salah satu *e-commerce*, yaitu *shopee*. Ketiga adalah membantu memantau *progress* promosi pada akun Instagram. Sasaran dalam program ini adalah kepada usaha rumah tangga Darma Telur yang bertempat di Banjar Cengkok, Desa Baha. Tujuan dilaksanakannya program ini, yaitu untuk membantu meningkatkan dan

memperbarui sarana promosi dari konvensional menuju ke arah digital agar lebih efektif, efisien, dan untuk menghemat biaya.

Berdasarkan hasil penyelenggaraan program kerja pengabdian kepada masyarakat, tujuan yang ditetapkan oleh pelaksana kegiatan telah tercapai. Indikator ketercapaian program ini dapat dilihat dari bertambahnya followers/ pengikut dan views dari video yang diunggah telah melebihi jumlah pengikut. Insight iklan yang sudah memenuhi target karena telah banyak yang sudah mengunjungi profil Instagram Darma Telur, menonton iklan, hingga bertambahnya pengikut karena iklan ini. Begitu pula dengan hasil wawancara bersama pemilik usaha rumah tangga Darma Telur. Beliau menuturkan bahwa program ini berpengaruh terhadap usahanya, seperti usaha ini sudah mulai dikenal oleh masyarakat. Selain itu, beberapa calon konsumen juga menanyakan tentang telur asin yang dijual di *platform digital*. Sehingga, beliau sangat senang karena adanya program kerja ini.



### **Partisipasi Masyarakat**

Kegiatan berwirausaha melalui program kerja pendampingan penerapan digital marketing kepada usaha rumah tangga Darma Telur di Banjar Cengkok, Desa Baha telah dilaksanakan melalui tahap observasi, persiapan, sosialisasi dan pendampingan, serta evaluasi. Mitra berpartisipasi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat melalui:

- 1) Mitra mengizinkan tim untuk melakukan pengamatan
- 2) Mitra sasaran secara terbuka membantu menceritakan kondisi yang dihadapinya
- 3) Mitra sasaran mau berkerjasama untuk pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan
- 4) Mitra sasaran bersedia untuk mengikuti penyuluhan dan menerima pendampingan selama waktu yang telah disepakati
- 5) Mitra sasaran turut berpartisipasi dalam pembuatan video reportase
- 6) Penilaian program didukung sepenuhnya oleh mitra

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilaksanakan pada usaha rumah tangga Darma Telur, maka dapat disimpulkan bahwa optimalisasi sosialisasi mengenai digital marketing pada usaha rumah tangga Darma Telur telah terlaksana dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan hasil *post-test* yang dilakukan oleh pihak usaha rumah tangga Darma Telur, dimana hasil nilainya sebesar 80 yang artinya pemahaman mitra usaha atau pelaku usaha rumah tangga tentang digital marketing sudah baik. Optimalisasi digital marketing pada usaha rumah tangga Darma Telur telah terlaksana dengan baik yang ditunjukkan dengan hasil iklan usaha pada Instagram dan wawancara bersama pihak usaha rumah tangga Darma Telur. Beliau menuturkan bahwa program ini berpengaruh positif terhadap usahanya dan usaha ini sudah mulai dikenal oleh masyarakat.

Saran yang diberikan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan program kerja serta lokasi yang serupa, yaitu untuk lebih memaksimalkan *branding* produk telur asin dan telur bebeknya, misalnya dengan membuat *packaging* atau kemasan telur asin dan telur bebek untuk pembelian eceran. Serta lebih membantu memaksimalkan strategi pemasaran di *e-commerce*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayomi, Putu Nur, dkk. (2022). *Pemberdayaan Umkm Melalui Digital Marketing Dan Penguatan Branding pada Umkm Mama Nyanya*. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/senadiba/article/view/5699>. Diakses pada tanggal 1 April 2023.
- Badung, Pemkab. (2021, 25 Mei). *Profil Desa*. <https://desabaha.badungkab.go.id/profil-desa%20>. Diakses pada tanggal 4 April 2023
- Baha, Desa Wisata. (Tanpa tahun). *Desa Wisata Baha*. <https://wisatadesabaha.com/>. Diakses pada tanggal 4 April 2023.
- LPPM UNMAS. (2022). *Buku Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*
- LPPM ITK. (2022). *Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Solusi Meningkatkan Penjualan UMKM di Kelurahan Karang Jati*. <https://lppm.itk.ac.id/detail-berita/sosialisasi-pemanfaatan-digital-marketing-sebagai-solusi-meningkatkan-penjualan-umkm-di-kelurahan-karang-jati>.
- Pradnyawati, Sagung Oka, dkk. (2022). *Optimalisasi Pemasaran Digital Danpenerapan Pembukuan Sederhana Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Eka*. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/senadiba/article/view/5692/4353>. Diakses pada tanggal 1 April 2023.
- Prasetyo Wati, A. Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera. Malang.



[25 Pengertian Sosialisasi Menurut Para Ahli Terbaru, Contohnya.\(2022\) Diakses pada tanggal 2 April 2023 pada https://www.sosiologi.info/2022/02/25-pengertian-sosialisasi-menurut-para-ahli-terbaru-contohnya.html#:~:text=10.%20Menurut%20Ahli%20Broom%20%26%20Seiznic,individu%20yang%20di%20dalam%20masyarakat](https://www.sosiologi.info/2022/02/25-pengertian-sosialisasi-menurut-para-ahli-terbaru-contohnya.html#:~:text=10.%20Menurut%20Ahli%20Broom%20%26%20Seiznic,individu%20yang%20di%20dalam%20masyarakat)