

PEMANFAATAN EKONOMI DIGITALISASI DI LINGKUNGAN MASYARAKAT DESA OMBE BARU

Sri Ayu Febrianti¹⁾, Faezal Faezal²⁾, Titik Nurjanah³⁾, Nurmurkamilana
Nurmurkamilana⁴⁾, Dira Irianti Renata Syaputri⁵⁾
^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram, Indonesia

Article Info

Article history:

Received 2 November 2022

Revised 14 November 2022

Accepted 28 December 2022

Keywords:

Economic digitalization
Society
Information

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan di Desa Ombe Baru dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan ekonomi digitalisasi dalam meningkatkan penjualan produk masyarakat Ombe Baru dan pemahaman dalam menggunakan *digital marketing* dalam pemasaran. Metode yang digunakan adalah metode ceramah dan kegiatan tanya jawab. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah remaja dan masyarakat akan dapat meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan *digital marketing*, misal melalui *marketplace* dan sosial media lainnya.

ABSTRACT

Community service is carried out in Ombe Baru Village with the aim of providing an understanding of the use of the digitalization economy in increasing sales of Ombe Baru community products and an understanding of the use of digital marketing in marketing. The method used is the lecture method and question and answer activities. The result of this community service activity is that youth and the community will be able to increase sales through the use of digital marketing, for example through marketplaces and other social media.

Corresponding Author:

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia yang dinamis menunjukkan kemajuan yang begitu pesat dalam segala aspek bidang kehidupan. Pengaruh teknologi menjadikan ketergantungan terlebih setelah kemunculan internet dalam memperoleh beragam informasi. Konsep digitalisasi telah berhasil memberikan manfaat, baik dalam menciptakan peluang ekonomi kepada masyarakat maupun turut berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan yang inklusif. Penerapan digitalisasi dapat menghemat biaya produksi juga meningkatkan pendapatan bagi kelompok UMKM. Tersedianya akses dan layanan keuangan yang mudah dijangkau oleh UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan produktivitas dan ketahanan UMKM terhadap guncangan ekonomi.

Faktor kemajuan teknologi, digitalisasi produk dan layanan keuangan, serta aktivitas bisnis *online* dapat mendukung UMKM dalam mempertahankan pendapatan dan bisnis. Ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh perangkat elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik. Artinya bisnis ini mempunyai kaitan dengan produksi elektronik dan proses manajemen yang berhubungan dengan mitra yang dilakukan melalui transaksi internet atau teknologi *website*. Salah satu pemanfaatan internet adalah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam hal penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh UMKM (Santoso, *et al.*, 2017).

Perkembangan IPTEK membawa manusia menuju level revolusi industri yang disebut sebagai Revolusi 4.0. Memasuki Revolusi 4.0, teknologi digital menjadi salah satu modal utama yang dibutuhkan oleh para pelaku industri untuk mengembangkan lini usaha mereka (Kumala, 2021). Banyak yang meyakini bahwa Revolusi Industri 4.0 mampu meningkatkan perekonomian dan kualitas pada sendi-sendi kehidupan secara signifikan dan dalam Revolusi Industri 4.0 menerapkan dan mengandalkan adanya konsep atomisasi

yang dilakukan/dikerjakan oleh mesin tanpa memerlukan lagi tenaga manusia dalam pengaplikasiannya. Hal ini merupakan hal yang vital dan dibutuhkan oleh para pelaku usaha/industri dalam rangka efisiensi waktu, tenaga kerja, dan biaya (Nugroho, *et al.*, 2020).

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik untuk layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan di masa depan. Ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko online (baik itu *marketplace* maupun *platform online*) yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia (Azmi, 2018).

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Ombe Baru terletak di Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Desa Ombe Baru merupakan salah satu daerah yang mayoritas penduduknya lebih dominan bekerja sebagai petani, sebagian ada yang berwirausaha dan bekerja di perkantoran. Hal ini dapat dilihat dimana sepanjang jalan yang dilalui terdapat banyak toko sembakau dan sawah yang dipenuhi tumbuhan padi, jagung dan melonter sepanjang jalan Desa Ombe Baru.

Tim pengabdian adalah para dosen dan mahasiswi STIE 45 Mataram yang memiliki maksud untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan digitalisasi guna meningkatkan nilai penjualan yang memiliki dampak pada meningkatnya pendapatan melalui cara yang berbeda. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian adalah dengan memberikan ceramah, sosialisasi dan penyuluhan pada hari Sabtu Tanggal 27 Agustus 2022 dengan jumlah peserta kurang lebih 40 orang. Tahapan yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 1 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Tahapan yang dilalui dalam pengabdian

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
1	Tahap 1	Permohonan ijin untuk melakukan kegiatan pengabdian	Tanggal 11 Agustus 2022
2	Tahap 2	Memastikan ijin melakukan kegiatan pengabdian diterima atau tidak	Tanggal 12 Agustus 2022
3	Tahap 3	Melakukan observasi I di Kantor Desa	Tanggal 13 Agustus 2022
4	Tahap 4	Melakukan observasi II di rumah warga	Tanggal 14 Agustus 2022
5	Tahap 5	Pembahasan program kerja	Tanggal 17 Agustus 2022
6	Tahap 6	Sosialisasi ekonomi kreatif berbasis digital marketing di Era 4.0	Tanggal 27 Agustus 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Ombe Baru karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman dilingkungan masyarakat Desa Ombe Baru tentang ekonomi digitalisasi. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan sebagai upaya untuk membantu mengenalkan dan meningkatkan penjualan serta diharapkan dapat meningkatkan juga pendapatan melalui metode pemasaran yang efektif.

Adapun metode atau cara yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di Ombe Baru adalah sebagai berikut:

1. Memberikan arahan atau ceramah yang bertujuan untuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan pemasaran digital
2. Memberikan kesempatan bertanya yang bertujuan untuk memperdalam kejelasan materi yang disampaikan



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi ekonomi digitalisasi



Gambar 2. Tanya jawab dalam kegiatan sosialisasi ekonomi digitalisasi

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan untuk membantu teman-teman remaja dan masyarakat dalam mengenal dunia *Digital Marketing* (Penjualan *Online*) dengan memanfaatkan aplikasi baik itu di *Marketplace* (Shopee, Lazada, Tokopedia dan Bukalapak), Sosial Media (Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Line, Whatsapp) serta Grab dan Gojek. Keuntungan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya adalah terjadi transfer ilmu mengenai konsep *digital marketing* yang diharapkan akan dapat meningkatkan nilai penjualan dan jumlah pembeli terhadap produk yang dihasilkan oleh masyarakat Ombe Baru, dimana jumlah pembeli yang akan bertransaksi akan menjadi bervariasi tidak hanya berasal dari sekitar lingkungan usaha tetapi akan meningkat dari berbagai tempat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswi membawa manfaat yang besar bagi kalangan remaja dan masyarakat Desa Ombe Baru, dimana melalui kegiatan ini

maka masyarakat dapat meningkatkan penjualannya dengan memanfaatkan teknologi *digital marketing*. Masyarakat dapat mengetahui cara menggunakan gadget dan media sosial dalam pemasaran produknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Santoso, Arief Imam, Anungrah Irfan Ismail, & Emi Widiyanti (2017), Kesiapan UMKM Industri Kreatif Kota Surakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Digital (Digital Economy Ecosystem), Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 272-77.
- Nugroho, T, R., Nur, A, & Dindya, N. (2020), Pelatihan dan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto, Jurnal Abdimas Nusantara, Vol. 1 No. 2.
- Azmi, Yanis, U. (2018). Perpajakan di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India dan Inggris, JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi), Vol. 4 No. 2 :215-30.
- Kumala, Sindy, L. (2021). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia, Journal of Economics and Regional Science, Vol. 1 No. 2.
- Puspitarini, D, S., Nuraeni, R. (2019), Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi, Jurnal Common, Vol. 3 No. 1.
- Suryani, Ita, (2015). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community, Jurnal Komunikasi, Vol. 8 No. 2.
- Kominfo. (2022). Pemanfaatan Digitalisasi Dorong Perekonomian Masyarakat, <https://diskominfo.lomboktimurkab.go.id/baca-berita-726-pemanfaatan-digitalisasi-dorong-perekonomian-masyarakat.html>, diakses pada tanggal 25 Desember.
- Dkom. (2022). Digitalisasi Tingkatkan Produktivitas Ekonomi, https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_243422.aspx, diakses pada tanggal 25 Desember 2022.