DEVOTIONIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
eISSN : 2962-2409
Volume 3 Nomor 2 Februari 2025

Upaya Peningkatan Perekonomian dengan Memanfaatkan Potensi Masyarakat di Era Digital pada Desa Narumonda IV

Lamtiur Lidia Gultom[1], Mei Veronika Sri Endang Siagian[2], Ayu Teresia Hutauruk[3], Riko Fridolend Sianturi [4]

[1]Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas
[2,3,4] Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas
email: [1]lamtiur.gultom11@gmail.com , [2]meiveronika085@gmail.com
[3]ayuteresia14@gmail.com, [4]riko.sianturi@ust.ac.id

Abstrak
Era digital menawarkan peluang besar bagi masyarakat untuk meningkatkan perekonomian melalui teknologi informasi dan komunikasi. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan membantu masyarakat Desa Narumonda IV dalam mengoptimalkan potensi lokal, seperti dalam memahami dan mengoptimalkan potensi lokal mereka melalui pemanfaatan *platform* digital sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan, dengan memanfaatkan *platform* digital untuk peningkatan pendapatan. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, dan pengembangan strategi pemasaran digital melalui media sosial, *marketplace*, dan aplikasi berbasis teknologi. Hasilnya, peserta berhasil meningkatkan pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital, yang berdampak pada peningkatan penjualan dan pengenalan merek lokal. Program ini juga memperkuat sinergi antara masyarakat, pemerintah desa, dan akademisi dalam menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Peningkatan perekonomian masyarakat, strategi pemasaran digital

PENDAHULUAN

Ekonomi adalah studi tentang perilaku manusia dalam mengelola sumber daya yang ada yang kemudian menggunakan sumber daya tersebut untuk kebutuhan hidup (Robbins, 2018). Ekonomi sebagai studi dijelaskan lebih jauh sebagai perekonomian, yang adalah segala aturan atau tata cara dalam berekonomi rumah tangga yang berarti organisasi atau negara. Ekonomi berperan sebagai upaya dalam membebaskan manusia dari cengkraman kemiskinan dengan tingkat perekonomian yang stabil sehingga seseorang akan dapat hidup sejahtera, tenang, dan meraih kehidupan yang lebih baik.

Keluarga dalam masyarakat sosial ekonomi memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan dan kesejahteraan anggota keluarga dan lingkungan, hal yang tidak kalah pentingnya terkait dengan perekonomian adalah ekonomi keluarga (Irawan, 2002). Mengelola ekonomi keluarga adalah sebuah tindakan merencanakan, melaksanakan, mengawasi, mengevaluasi, mengendalikan perolehan, dan penggunaan sumber daya ekonomi keluarga terutama dalam keuangannya untuk mencapai tingkat realisasi terbaik dan memastikan stabilitas keluarga dan pertumbuhan ekonomi.

Indikator-indikator ekonomi keluarga terdiri dari (Dewi, 2020):

1. Tingkat pendapatan yang dihasilkan dari cuma-cuma seperti subsidi atau uang yang meliputi gaji atau upah yang dihasilkan dari bekerja.
2. Kepemilikan kekayaan atau fasilitas aset yang berupa barang berharga dan jenis kendaraan yang dimiliki pada keluarga tersebut.

Dalam mengelola perekonomian masyakarakat, mengelola keuangan pada dasarnya bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, disini para masyarakat dituntut untuk mengelola

sejumlah uang guna memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah tangganya, mulai dari belanja kebutuhan sehari-hari, membayar uang sekolah anak, tagihan-tagihan kredit, arisan, hingga dana untuk keperluan rekreasi, dan sumbangan-sumbangan lain.

Potensi Masyarakat di era digital misalnya melakukan pengelolaan keuangan yang semakin nyaman berkat teknologi yang mampu memberikan akses cepat dan kemudahan dalam melakukan aktivitas bisnis dan berbagai jenis transaksi keuangan di mana dan kapan saja.

Aktivitas bisnis dapat terganggu apabila pelaku usaha masyarakat masih mengandalkan transaksi tatap muka dengan konsumen maka perlu strategi bisnis. Strategi bisnis yang dulu menggunakan cara tradisional harus beralih menjadi *online*. Dengan bantuan teknologi ini, sistem *online* dapat membantu pelaku usaha masyarakat untuk memperluas jaringan antar bisnis yang tidak lagi dibatasi oleh sekat ruang dan waktu serta tanpa harus meninggalkan pekerjaan rumah tangga.

Selain strategi bisnis dilakukan secara *online* secara keseluruhan, strategi lain pelaku usaha masyarakat adalah melahirkan inovasi dalam melakukan pemasaran, tidak hanya agar dapat bertahan dalam situasi pandemi, tapi juga mampu pelaku usaha masyarakat dapat mempromosikan produk dan mempertahankan keuntungan walaupun tanpa melakukan transaksi langsung dengan konsumen. Pemasaran tersebut adalah melalui pemasaran digital (*digital marketing*). Menurut Chakti (2019), pemasaran digital adalah bentuk upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet dengan beberapa strategi dan media digital yang bertujuan untuk dapat berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi *online*.

Hal yang mendasari pelaku usaha masyarakat belum dapat memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha dan bisnisnya adalah penggunaan *internet* masih terbatas untuk hiburan atau pertukaran informasi namun belum fokus terhadap penggunaan untuk pemasaran digital. Selain itu, pemahaman akan penggunaan media sosial, *website*, dan *platform* lainnya masih sangat minim. Sehingga diperlukan adanya bimbingan dan panduan untuk peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi pelaku usaha masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan di era digital pada Desa Naruonda IV.

Potensi masyarakat di era digital sebagai upaya peningkatan perekonomian keluarga belum banyak dimanfaatkan dengan baik. Misalnya pemanfaatan teknologi untuk pengelolaan keuangan dan pemasaran digital masih belum banyak dipahami oleh pelaku usaha masyarakat sebab pemahaman penggunaan media sosial, *website*, dan lain-lain masih dibatasi untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan, belum bertujuan meningkatkan dan aktivitas bisnis dan berbagai jenis transaksi keuangan.

Melalui sosialisasi ini, kami menyampaikan pentingnya upaya peningkatan perekonomian keluarga dari memanfaatkan potensi masyarakat di era digital serta strategi bisnis melalui pemasaran digital untuk meningkatkan dan aktivitas bisnis dan berbagai jenis transaksi keuangan. Diharapkan solusi ini dapat memberikan pemahaman kepada Masyarakat di Desa Naruonda IV.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah memberikan pengetahuan kepada Masyarakat di Desa Naruonda IV tentang pentingnya upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu pelaku usaha masyarakat dalam mempersiapkan sistem dan strategi yang tepat untuk pemasaran digital.

Manfaat dari kegiatan PKM ini adalah:

1. Masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital.

2. Pelaku usaha masyarakat mengetahui tentang cara memanfaatkan media sosial, *digital advertising*, dan *website* untuk pemasaran secara *online*.

MATERI KEGIATAN

Materi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini difokuskan pada masyarakat di Desa Narumonda IV. Hal ini didasari oleh pertimbangan bahwa rumah tangga merupakan pelaku ekonomi paling penting, meskipun termasuk pelaku ekonomi terkecil.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan kreativitas dan inovasi masyarakat dalam menghasilkan produk siap jual, serta kemampuan memasarkan produk tersebut. Dengan pemberian pengetahuan dan keterampilan dalam membuat produk atau jasa yang siap untuk dijual, masyarakat di Desa Narumonda IV diharapkan dapat memasarkannya dengan mengoptimalkan media yang sudah dimiliki melalui pemasaran digital.

Tabel 1. Jadwal Materi Kegiatan

Hari/Tanggal	Waktu	Acara	Narasumber
28-Des-24	08.30-09.00	Persiapan Acara	Tim Pengabdian Kepada Masyarakat
	09.00-.0930	Pendaftaran dan Presensi	Tim Pengabdian Kepada Masyarakat
			Narumonda
	09.30-10.00	Pembukaan dan Sambutan	Kepala Desa di Desa Narumonda IV, Kecamatan Siantar Narumonda
			Ketua Tim Pengabdian Kepada Masyarakat
	10.00-11.30	Materi : Pemberian Ceramah	Seluruh Dosen Tim Pengabdian Masyarakat
	11.30-13.00	Ishoma	Semua Peserta
	13.00-13.30	Sharing Session : Pemasalahan dan solusi	Lamtiur Lidia Gultom, S.E. M.Si.
	13.30-15.30	Materi II: Pelatihan Digital Marketing	Seluruh Dosen Tim Pengabdian Masyarakat
	15.30-16.00	Sharing Session : Permasalahan dan solusi	Ayu Teresia Hutauruk, S.M., M.M & Mei Veronika Sri Endang S. S.E., M.M
	16.00-16.15	Penutupan	Seluruh Dosen Tim Pengabdian Masyarakat

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan yang dipakai dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yakni :

a. Observasi Fakta Lapangan
   Metode pendekatan di kegiatan observasi fakta lapangan ini dilakukan pendekatan dalam melihat masalah dan kebutuhan yang sedang terjadi di lapangan. Kegiatan ini melibatkan seluruh tim pengabdian dan ibu Ketua Kelompok di Desa Narumonda IV dengan observasi secara diskusi langsung.
b. Penyuluhan
   Kegiatan penyuluhan dilakukan secara *offline* dan berjumpa langsung melibatkan semua tim pengabdian, ketua beserta anggota masyarakat di Desa Narumonda IV yang berjumlah 10 orang. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan untuk melihat kemampuan dan pemahaman seluruh masyarakat di Desa Narumonda IV tentang teknik dan pemasaran digital marketing.
c. Pelatihan
   Pelatihan ini menggunakan sistem penyampaian materi oleh seluruh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat beserta Solusinya dan Praktek Langsung dalam teknik dan pemasaran digital marketing.

Langkah-Langkah Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Pelatihan ini dilaksanakan di Desa Narumonda IV. Adapun kegiatan ini peserta diberikan pelatihan Digital Marketing yang terdiri

dari diberikan materi tentang dasar-dasar digital marketing, strategi pemasaran online, langkah-langkah membuat konten pemasaran produk di media sosial, dan praktek konten digital marketing.

Waktu dan Lokasi kegiatan

Adapun Lokasi Kegiatan dilaksanakan di desa Narumonda IV yang dimulai hari Sabtu, 28 Desember 2024 dimulai Pukul 08:30 sampai pukul 16:30 WIB

Unsur-Unsur yang Terlibat

Unsur-Unsur yang terlibat dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yakni Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis berjumlah 3 Orang dan masyarakat di desa Narumonda IV berjumlah 20 orang dengan total keseluruhan 23 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi digital marketing yang dilaksanakan di Desa Narumonda IV telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha masyarakat dalam memasarkan produk atau jasanya secara digital. Hal ini terlihat dari hasil evaluasi sosialisasi yang menunjukkan bahwa:

- 85% peserta sosialisasi dapat memahami materi sosialisasi dengan baik.
- 80% peserta sosialisasi dapat membuat konten pemasaran produk di media sosial dengan lebih kreatif dan menjual.

Pembahasan

Peserta sosialisasi sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Mereka aktif bertanya dan berdiskusi dengan narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memiliki motivasi yang tinggi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam pemasaran digital.
Materi sosialisasi yang diberikan mencakup dasar-dasar digital marketing, strategi pemasaran online, langkah-langkah membuat konten pemasaran produk di media sosial, dan praktek konten digital marketing. Materi-materi ini disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan disertai dengan contoh-contoh yang relevan.

Praktek konten digital marketing merupakan salah satu bagian yang paling diminati oleh peserta sosialisasi. Dalam praktek ini, peserta dibimbing untuk membuat konten pemasaran produk di media sosial sesuai dengan strategi yang telah mereka pelajari.

Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Para pelaku UMKM di desa Narumonda IV dapat mengerti materi dasar digital marketing, strategi pemasaran online, langkah-langkah membuat konten pemasaran produk di media sosial dan praktek konten digital marketing.
b. Para pelaku UMKM di desa Narumonda IV mendapatkan pengetahuan tentang upaya peningkatan perekonomian dengan memanfaatkan potensi diri di era digital.

Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan kepada pelaku usaha masyarakat di Desa Narumonda IV:

a. Pendampingan kepada para pelaku UMKM di desa Narumonda IV, Kec. Siantar Narumonda dalam pemahaman materi dasar digital marketing, strategi pemasaran online, langkah-langkah membuat konten pemasaran produk di media social dan praktek konten digital marketing.
b. Pelaku usaha masyarakat dapat terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam pemasaran digital dengan mengikuti sosialisasi digital marketing lanjutan atau membaca buku dan artikel tentang pemasaran digital.
c. Pelaku usaha masyarakat dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam pemasaran digital untuk memasarkan produk atau jasanya secara lebih luas, baik ke luar daerah maupun ke luar negeri.
d. Pelaku usaha masyarakat dapat bekerja sama dengan pelaku usaha masyarakat lainnya untuk saling mempromosikan produk atau jasanya.
e. Pelaku usaha masyarakat dapat memanfaatkan platform pemasaran digital yang lebih kompleks, seperti *e-commerce* dan *marketplace*.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Chakti, A., G. 2019. The Book of Digital Marketing. Jakarta: Celebes Media Perkasa.
[2] Dewi, Anita Sunelfiya. 2020. Pengaruh Kondisi Ekonomi Keluarga Terhadap Prestasi Belajar. Banda Aceh.
[4] Irawan, M. Suparmoko. 2002. Ekonomika Pembangunan. Yogyakarta: BPFE.