

PENGENALAN DIGITAL MARKETING MELALUI APLIKASI “TIKTOK” SEBAGAI SARANA PENGUATAN BUMDES DI DESA KUCUR

Sultan Arif Rahmadianto*, Aditya Nirwana, Ayyub Anshari Sukmaraga

Universitas Ma Chung, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: sultan.arif@machung.ac.id

Abstrak

Pada era modern dan serba digital seperti saat ini, manusia dituntut untuk bisa beradaptasi dengan cepat. Hal ini dikarenakan pengaruh perkembangan teknologi yang begitu pesat telah merubah peradapan manusia secara global. Pendekatan “tradisional” yang biasa digunakan sudah tidak relevan dalam mengatasi permasalahan yang kompleks. Permasalahan dalam bidang usaha salah satunya pada sektor pemasaran atau marketing juga membutuhkan peran teknologi untuk bisa diselesaikan secara efektif dan efisien. Semua bidang usaha sangat bergantung pada marketing sebagai ujung tombak kesuksesan. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Kucur, salah satunya desa wisata Lembah Gunung Sari (LGS) memiliki permasalahan dalam pengembangan potensi wisata khususnya dibagian marketing di era digital dan pandemi covid 19. Digital marketing adalah strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. Strategi ini memiliki peran penting sebagai sebuah solusi atas permasalahan marketing BUMDes di Desa Kucur. Sehingga tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan digital marketing melalui aplikasi “tiktok” sebagai sarana penguatan BUMDes di Desa Kucur. Metode pelaksanaan yang dilakukan melalui kegiatan terstruktur dengan peserta terbatas yang dikoordinir oleh 1 perwakilan pengelola BUMDes dengan durasi 8 Bulan. Kegiatan terstruktur terbagi dalam dua skema kegiatan, pertama adalah kegiatan pelatihan dengan tema digital marketing melalui aplikasi tiktok kemudian yang kedua adalah kegiatan pendampingan dengan luaran adalah video konten promosi melalui aplikasi tiktok. Hasil dan manfaat dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya wawasan, pengetahuan dan ketrampilan masyarakat khususnya di Desa Kucur tentang digital marketing BUMDes menggunakan aplikasi tiktok. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah terus mensosialisasikan tentang pentingnya digital marketing bagi BUMDes.

Kata Kunci:

digital marketing; BUMDes; Desa Kucur; tiktok

PENDAHULUAN

Di era digital dengan perkembangan teknologi yang pesat telah merubah peradapan manusia secara global, dilihat dari banyaknya pengguna handphone dan internet dalam kehidupan sehari-hari, contohnya ketika membeli kebutuhan pokok rumah tangga yang sekarang hanya menggunakan aplikasi saja dan tidak perlu keluar dari rumah atau kantor (Febrian, 2021). Kondisi ini menyebabkan adanya perubahan pola pikir dan metode penyelesaian masalah yang berbeda dari sebelumnya, yaitu cara tradisional menuju cara modern/digital dalam menyelesaikan permasalahan yang kompleks. Cara modern disini diartikan

sebagai dibutuhkannya peran teknologi dalam penyelesaian suatu masalah manusia. Permasalahan dalam bidang usaha salah satunya pada sektor pemasaran atau marketing juga membutuhkan peran teknologi untuk bisa diselesaikan secara efektif dan efisien. Semua bidang usaha sangat bergantung pada marketing sebagai ujung tombak pengembangan dan kesuksesan suatu usaha. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Kukur, Malang, Jawa Timur salah satunya desa wisata Lembah Gunung Sari (LGS) memiliki potensi wisata yang menjanjikan. LGS merupakan wisata alam yang menawarkan keindahan alam berupa sumber mata air alami dengan banyak fasilitas unggulan didalamnya seperti kolam renang, bukit perkemahan, spot foto menarik dan pemandangan alami dari kebun dan bukit disekitar LGS yang sangat memanjakan mata. Namun dalam pengembangan potensi wisata ini LGS memiliki permasalahan utama yaitu dibagian marketing di era digital dan pandemi covid 19.



Gambar 1. Wisata alam lembah gunung sari di Desa Kukur.

Digital marketing adalah suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet (Jurnal.id, 2021). Konsep penerapan strategi digital marketing dilakukan sebagai upaya untuk mendongkrak penjualan produk atau jasa dari suatu merek. Tujuan dari digital marketing untuk menarik target market atau konsumen secara cepat. Perkembangan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Sehingga, perusahaan saling berlomba-lomba dalam membuat konten pemasaran yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasaran dunia digital. Beberapa contoh strategi digital marketing yang umum diketahui adalah SEO (*Search Engine Optimization*), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, iklan televisi, billboard elektronik, email marketing, mobile marketing, dan lain sebagainya.

Penting bagi pengelola usaha seperti BUMDes di Desa Kukur memahami kelebihan pemanfaatan digital marketing untuk pengembangan BUMDes di era digital. Kelebihan *digital marketing* di banding marketing tradisional adalah kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif dan bisa digunakan juga sebagai strategi membangun image positif pada target market. Ada banyak jenis digital marketing yang bisa dipilih dalam

pengembangan suatu usaha salah satunya adalah *social media marketing*, melalui media sosial seperti tiktok dengan pembiayaan yang minim bahkan gratis bisa dimanfaatkan sebagai media promosi yang menarik dan efektif.

Pemilihan media tiktok sebagai *social media marketing* bukan tanpa alasan. Tiktok adalah media sosial yang memiliki potensi besar sebagai media sosial unggulan saat ini yang mampu mengalahkan media sosial instagram (Riadi, 2021). Data mengatakan tercatat 150 negara di dunia adalah pengguna tiktok dan tidak terkecuali Indonesia yang memiliki rata-rata upload video berjumlah 100 video/pengguna sehingga bila ditotal dalam 1 bulan ada sekitar 30 miliar video. Pengguna tiktok tidak hanya menyasar kalangan anak muda saja yang belum berpenghasilan tetap namun juga orang dewasa dan orang tua yang memiliki penghasilan dan pekerjaan yang baik. Aplikasi tiktok merupakan sebuah aplikasi yang hampir 90% dibuka setiap hari oleh penggunanya dengan durasi penggunaan lebih dari 1 jam per hari lebih lama dari facebook atau instagram yang hanya dibuka selama kurang lebih 15 sampai 20 menit. Pengguna media sosial lebih memilih tiktok dibanding dengan media sosial lain dikarenakan konten yang ditampilkan tiktok lebih fresh dan pengguna tidak harus memfollow pengguna lain untuk bisa melihat konten pengguna tersebut di beranda sehingga video baru bisa berpotensi viral dan banyak yang melihat walaupun jumlah follower sedikit (Rahmawati, 2020).

Melihat paparan diatas bisa disimpulkan kebutuhan mitra BUMDes di Desa Kukur adalah tentang pengenalan digital marketing untuk pengembangan desa wisata LGS. Sehingga tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan digital marketing melalui aplikasi "tiktok" sebagai sarana penguatan BUMDes di Desa Kukur.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian pada desa mitra Desa Kukur, Malang, Jawa timur adalah melalui kegiatan terstruktur dengan peserta terbatas yang dikoordinir oleh 1 perwakilan pengelola BUMDes dengan durasi 8 Bulan. Kegiatan terstruktur terbagi dalam dua skema kegiatan, pertama adalah kegiatan pelatihan dengan tema digital marketing melalui aplikasi tiktok kemudian yang kedua adalah kegiatan pendampingan dengan luaran adalah video konten promosi melalui aplikasi tiktok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan digital marketing berlangsung selama 2 minggu dengan sistem 2 hari tatap muka/pelatihan luring dengan protokol ketat dan sisanya adalah pendampingan penyelesaian tugas pembuatan konten promosi melalui aplikasi tiktok melalui koordinasi grub kelas pada platform whatsapp. Berikut gambaran kegiatannya:

1. Pelatihan copywriting dalam digital marketing



Gambar 2. Pelatihan copywriting digital marketing dalam promosi wisata

Secara garis besar isi materi yang disampaikan oleh Bapak Aditya narasumber dalam pelatihan pertama ini adalah bagaimana strategi yang bisa dilakukan dalam menulis naskah/script pada sebuah promosi khususnya untuk diarahkan pada produk digital marketing untuk mencapai tujuan akhir yang diharapkan. Metode penulisan script tersebut adalah *attention, interest, desire, dan action* (AIDA). Setelah ada penyampaian materi oleh narasumber pelatihan dilanjutkan dengan pemberian tugas untuk mengukur pemahaman para peserta pada materi yang disampaikan.

2. Perancangan konten promosi melalui aplikasi tiktok

Tepatnya pada minggu ke-2 dalam rangkaian acara abdimas, tim abdimas menyampaikan materi tentang promosi lewat media sosial. Pelatihan ini diawali dengan mengenalkan kelebihan dari perangkat handphone yang dibawa oleh masing-masing peserta, sebagai perangkat atau sarana alat yang bisa dimaksimalkan untuk membuat konten promosi. Tim abdimas memahi bahwa keterbatasan alat sering menjadi alasan utama yang mendasar dalam pembuatan konten promosi. Hal ini disebabkan persepsi masyarakat yang terlalu tinggi terhadap alat yang bisa digunakan sebagai pembuat konten promosi yaitu peralatan profesional padahal jauh dari itu menggunakan alat yang sangat dekat dengan masyarakat yaitu handphone dengan fitur multimedianya sangat bisa diberdayakan dan dimaksimalkan untuk perancangan konten promosi. Gambar 3 menjelaskan aktifitas pelatihan tentang pengenalan handphone sebagai alat yang bisa diandalkan untuk perancangan konten promosi yang menarik dengan narasumber bapak Ayyub.



Gambar 3. Pelatihan tentang promosi menggunakan handpone.

Selanjutnya setelah peserta mendapatkan pelatihan tentang bagaimana memaksimalkan perangkat handpone masing-masing sebagai alat perancang konten promosi adalah pengenalan masyarakat pada platform media sosial tiktok oleh Bapak Sultan, platform ini bisa menjadi media yang efektif digunakan sebagai media promosi saat ini mengingat jumlah pengguna dan intensitas penggunaan platform ini sehingga berpotensi untuk bisa mengenalkan wisata alam LGS secara lebih luas. Banyak sekali manfaat yang bisa diperoleh dari platform ini salah satunya bisa digunakan sebagai software / app editing video yang mudah digunakan dan hasil akhir dari editing video tersebut bisa langsung dibagikan pada masyarakat luas. Kemudian di platform ini juga banyak sekali tips dan trik tentang promosi dan lainnya yang bisa digunakan sebagai acuan dalam perancangan konten promosi. Pada Gambar 4. Memperlihatkan aktifitas pelatihan tentang platform tiktok sebagai media promosi wisata yang menarik dan efektif untuk digunakan dan sesuai dengan perkembangan zaman.



Gambar 4. Pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi tiktok

Materi yang disampaikan pada pelatihan ini dirancang agar mudah dipahami dan bisa membantu para peserta nantinya dalam mengerjakan tugas dimasa pendampingan. Kegiatan Pengabdian pada desa mitra Desa

Kucur BUMDes LGS berjalan dengan lancar dan mendapat respon yang positif dari para peserta yang hadir dapat dilihat dari semangat dalam mengikuti program pelatihan ini dari awal sampai dengan akhir. Gambar 5. Merupakan gambaran akhir penutupan sesi pelatihan bersama tim abdimas dan selanjutnya diteruskan kegiatan pendampingan yang dikemas secara daring melalui platform whatsapp.



Gambar 5. Sesi foto akhir dari serangkaian acara pelatihan abdimas

KESIMPULAN

Pada era modern dan serba digital seperti saat ini, manusia dituntut untuk bisa beradaptasi dengan cepat. Salah satu poin penting yang harus dikuasai adalah pemahaman digital marketing untuk pengembangan usaha. Digital marketing adalah strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. Strategi ini memiliki peran penting sebagai sebuah solusi atas permasalahan marketing salah satunya pada BUMDes di Desa Kucur. Sehingga tujuan dari kegiatan pengabdian pada masyarakat di desa mitra ini adalah memberikan pengetahuan digital marketing melalui aplikasi "tiktok" sebagai sarana penguatan BUMDes di Desa Kucur. Metode pelaksanaan yang dilakukan melalui kegiatan terstruktur dengan peserta terbatas yang dikoordinir oleh 1 perwakilan pengelola BUMDes dengan durasi 8 Bulan. Kegiatan terstruktur terbagi dalam dua skema kegiatan, pertama adalah kegiatan pelatihan dengan tema digital marketing melalui aplikasi tiktok kemudian yang kedua adalah kegiatan pendampingan dengan luaran adalah video konten promosi melalui aplikasi tiktok. Hasil dan manfaat dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya wawasan, pengetahuan dan ketrampilan masyarakat khususnya di Desa Kucur tentang digital marketing BUMDes menggunakan aplikasi tiktok. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah terus mensosialisasikan tentang pentingnya digital marketing bagi BUMDes.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Ma Chung khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) atas hibah Ma Chung Abdimas Grand Iptek bagi Desa Mitra tahun anggaran 2021 dan juga atas kesempatannya bisa

melaksanakan kegiatan seminar nasional pengabdian pada masyarakat KOPEMAS 2021.

DAFTAR RUJUKAN

- Febrian, R. (2021). Dampak dalam Perkembangan Era Digital di Indonesia - #DigitalBisa. Retrieved November 6, 2021, from <https://digitalbisa.id/artikel/dampak-dalam-perkembangan-era-digital-di-indonesia-vOFLe>
- Jurnal.id. (2021). Digital Marketing: Pengertian dan Strategi Penerapan Bisnis. Retrieved November 6, 2021, from <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Rahmawati, A. E. (2020). 7 Alasan Mengapa TikTok Menjadi Aplikasi Populer - Virenia. Retrieved November 6, 2021, from <https://www.virenia.com/teknologi/211/7-alasan-mengapa-tiktok-menjadi-aplikasi-populer>
- Riadi, Y. (2021). Ini yang Membuat TikTok Lebih Unggul Dari Instagram - Selular.ID. Retrieved November 6, 2021, from <https://selular.id/2021/01/ini-yang-membuat-tiktok-lebih-unggul-dari-instagram/>