

Penyuluhan dan Sosialisasi Digitalisasi Marketing dan Literasi Keuangan Pada Masyarakat Desa Batulayar Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat

Ni Wayan Pramesti Putri¹, Siti Adhwa Neysa Balqies², Rohmiati³, Nelly Sugianti⁴, Adika Paranata⁵, Yuwida Putri⁶, Sharla Marsanda⁷, Sabina Jannatin Rizka Azwar⁸, Yeldy Dwi Genadi⁹, Baiq Handayani Rinuastuti¹⁰.

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

*E-mail: pramestip415@gmail.com¹, nysabalqis28@gmail.com², omee0595@gmail.com³, nellysugianti2003@gmail.com⁴, adikaparanata74@gmail.com⁵, yuwidaputri123@gmail.com⁶, sharlamarsanda22@gmail.com⁷, sabinarizka079@gmail.com⁸, yeldygenadi86@unram.ac.id⁹, hriuastuti@unram.ac.id¹⁰.

Riwayat Artikel	Abstrak
Diterima: 29 Mei 2024 Direvisi: 10 Juni 2024 Diterbitkan: 20 Juni 2024	<i>Program penyuluhan dan sosialisasi yang dilakukan oleh mahasiswa Program MBKM Membangun Desa di Desa Batulayar yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat, terutama pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK, dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengelola keuangan secara bijaksana. Metode kegiatan ini mencakup tahap persiapan kegiatan, penyampaian materi, penyuluhan langsung, diskusi interaktif, dan layanan desain produk. Penyuluhan dan sosialisasi ini menghasilkan respon positif dari masyarakat Desa Batulayar serta peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi dan literasi keuangan. Diharapkan program ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Batulayar.</i>
Kata kunci: Desa, Digitalisasi, Marketing, Literasi, Keuangan.	<i>This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License</i>



1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara berbisnis dan mengelola keuangan. Digitalisasi marketing dan literasi keuangan menjadi kunci penting dalam memajukan usaha, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Digitalisasi marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan individu terhadap berbagai konsep keuangan, seperti pengelolaan uang, investasi, tabungan, utang, perencanaan keuangan, dan lain sebagainya. Jadi, digitalisasi marketing dan literasi keuangan saling mendukung dalam

mencapai tujuan pemasaran yang efektif dan stabilitas keuangan di era digital.

Desa Batulayar memiliki beberapa UMKM yang bergerak di bidang pengolahan hasil alam berupa minyak kelapa, madu trigona, gula aren, kopi dan vanili. Jumlah pengelola minyak kelapa sebanyak 13 orang ibu rumah tangga, 13 orang gula aren, 4 orang sebagai pembudidaya madu trigona, serta 30 sebagai petani kopi, vanili, dan aren. Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki pemahaman yang cukup tentang potensi teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Digitalisasi marketing memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi pemasaran, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui berbagai platform digital. Di sisi lain, literasi keuangan yang baik dapat membantu individu dan komunitas untuk mengelola keuangan mereka secara lebih bijaksana dan aman.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk penyuluhan dan sosialisasi mengenai digitalisasi marketing dan literasi keuangan yang diselenggarakan oleh Mahasiswa program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat Desa Batulayar, khususnya pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK tentang pentingnya dua aspek tersebut. Melalui program ini, diharapkan para pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK dapat lebih kompetitif dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, serta lebih bijak dalam mengelola keuangan usaha mereka. Program ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal,

tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Penyuluhan dan sosialisasi ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, melibatkan masyarakat secara aktif dalam berbagai sesi praktik dan diskusi. Materi yang disampaikan meliputi dasar-dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi, strategi pemasaran online, serta manajemen keuangan dasar dan pentingnya literasi keuangan. Pendekatan yang komprehensif ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan aplikatif bagi masyarakat desa.

Respon dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ini menjadi indikator penting keberhasilan program. Selain itu, dampak positif yang diharapkan meliputi peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka, peningkatan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan, serta penguatan ekonomi lokal melalui optimalisasi potensi yang ada. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan masyarakat Desa Batulayar yang lebih mandiri, inovatif, dan sejahtera.

Dengan demikian, artikel ini akan mengulas secara mendalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi oleh mahasiswa MBKM di Desa Batulayar, mencakup metode pelaksanaan, materi yang disampaikan, partisipasi masyarakat, serta dampak dan evaluasi dari program ini. Melalui artikel ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pentingnya digitalisasi marketing dan literasi keuangan bagi pengembangan ekonomi masyarakat desa dan kontribusi nyata mahasiswa dalam pengabdian kepada masyarakat.

2. METODE

Sasaran kegiatan ini ditujukan kepada masyarakat Desa Batulayar, khususnya pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK yang masih kurang memahami implementasi digitalisasi marketing serta pengetahuan terkait literasi keuangan. Sebelum pelaksanaan program, dilakukan analisis mendalam tentang perkembangan UMKM di Desa Batulayar.

Langkah awal dilakukan dengan melibatkan wawancara bersama kepala desa, sekretaris desa, dan perwakilan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang dinamika UMKM lokal. Survei lapangan juga dilakukan untuk mengevaluasi tingkat pengetahuan masyarakat terkait digitalisasi marketing dan literasi keuangan.

Program penyuluhan dilaksanakan secara langsung dengan mendatangi rumah para pelaku UMKM untuk menyampaikan materi serta memfasilitasi diskusi terkait inovasi desain kemasan produk. Materi yang disajikan mencakup pengenalan konsep pemasaran digital, termasuk strategi penjualan dan promosi melalui media sosial. Selain itu, materi juga mencakup pembuatan desain kemasan untuk produk-produk UMKM seperti minyak kelapa dan gula aren. Selain itu, peserta juga diberikan pengetahuan dasar tentang literasi keuangan dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk anggota PKK maupun pelaku UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Batulayar adalah desa yang terletak di Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pengabdian ini dilakukan dengan

memberikan penyuluhan dan sosialisasi terkait digitalisasi marketing dan literasi keuangan untuk memaksimalkan peluang yang ada dan mengelola keuangan secara lebih efektif dan efisien bagi warga Desa Batulayar, khususnya pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK. Menurut Margono, (2000), Penyuluhan merupakan kegiatan untuk memberdayakan masyarakat atau mengembangkan daya yang sudah dimiliki untuk menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Sosialisasi merupakan proses penyampaian sesuatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, perilaku baik langsung maupun tidak langsung (Gunawan, 2012).

Berikut tahapan yang dilakukan:

1. Tahap Persiapan Kegiatan

Mahasiswa MBKM menjalin kerja sama dengan pihak IDX NTB untuk mempersiapkan dan menyiapkan materi sekaligus pemateri terkait digitalisasi marketing dan literasi keuangan. Pemateri pertama adalah Muhammad Ajis, mahasiswa semester 6 jurusan Manajemen di Universitas Mataram. Saat ini Muhammad Ajis merupakan bagian dari Infuru. Infuru adalah sebuah platform digital berbasis website yang bergerak dibidang digital marketing, infuru berperan sebagai penghubung antara influencer dengan UMKM. Muhammad Ajis menyampaikan materi terkait digital marketing. Pemateri kedua adalah Irwan Hidayat, mahasiswa jurusan Manajemen di Universitas Mataram yang merupakan anggota dari KSPM UNRAM. Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) merupakan organisasi yang bergerak dibidang keuangan dan investasi yang terafiliasi dengan Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada

penyuluhan tersebut Irwan Hidayat menyampaikan materi terkait literasi keuangan kepada kelompok PKK.

2. Tahap penyampaian materi

Pemateri menjelaskan materi yang telah disiapkan tentang digitalisasi marketing dan literasi keuangan, kemudian meminta peserta untuk menyimak dan memberikan umpan balik mengenai materi yang telah disampaikan. Lalu, di waktu yang berbeda mahasiswa MBKM menyampaikan materi penyuluhan kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Pemberian materi ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat desa khususnya pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK dapat memahami materi terkait digitalisasi marketing dan literasi keuangan untuk memaksimalkan peluang yang ada dan mengelola keuangan secara lebih efektif dan efisien bagi warga Desa Batulayar.

3. Tahap Diskusi dan tanya jawab

Setelah penyampaian materi, kegiatan ini dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang dapat membantu menyampaikan informasi secara interaktif kepada peserta penyuluhan dan sosialisasi.

4. Tahap Desain Produk

Mahasiswa MBKM mencoba untuk membuat desain produk bagi beberapa UMKM yang belum mempunyai desain kemasan sendiri, pembuatan desain dilakukan dengan memanfaatkan canva sebagai media pembuatan desain. Selanjutnya, desain produk dalam bentuk kemasan dan stiker diserahkan kepada pelaku UMKM.



Gambar 1. Foto Bersama Kegiatan Sosialisasi



Gambar 2. Foto Bersama Kegiatan Penyuluhan UMKM Minyak Kelapa



Gambar 3. Foto Bersama Kegiatan Penyuluhan UMKM Gula Aren



Gambar 4. Foto Desain Produk UMKM

Berdasarkan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan kepada UMKM serta Kelompok Ibu PKK dan Masyarakat terkait digital marketing dan literasi keuangan, audiens memahami pentingnya digitalisasi dalam dunia usaha serta paham akan pentingnya pengelolaan keuangan.

Setelah ada pembuatan desain bagi pelaku usaha minyak kelapa dan gula aren, desain dapat dipergunakan untuk penjualan produk secara online maupun offline.

4. KESIMPULAN

Digitalisasi marketing dan literasi keuangan memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan usaha, terutama bagi para pelaku UMKM. Program penyuluhan dan sosialisasi yang dilakukan oleh mahasiswa program MBKM Membangun Desa di Desa Batulayar ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Batulayar,

khususnya pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK tentang pentingnya kedua aspek tersebut.

Melalui pendekatan partisipatif dan praktik, program tersebut memberikan pemahaman yang mendalam dan aplikatif kepada masyarakat desa, khususnya pelaku UMKM dan anggota kelompok PKK. Respon dan partisipasi masyarakat menjadi indikator penting dari keberhasilan program ini, oleh karena itu diharapkan adanya peningkatan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesadaran akan literasi keuangan. Selain itu, program ini juga memberikan nilai tambah bagi para pelaku UMKM melalui layanan desain produk yang diberikan oleh mahasiswa MBKM. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ekonomi masyarakat desa Batulayar serta menciptakan masyarakat yang lebih mandiri, inovatif, dan sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, H. (2012). *Pendidikan Karakter, Konsep dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Margono, S. (2000). *Memantapkan Posisi dan Meningkatkan Peran Penyuluhan Pembangunan dalam Pembangunan*. Bogor: Pustaka Wira Usaha Muda.