

Sosialisasi Digital Marketing Dan Etika Bisnis Untuk Peningkatan Penghasilan Masyarakat Desa Way Muli Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan

Kartika S¹, Noviana Enggal Sari², Thania Fadillah³, Ardiyansyah⁴, Sinta Kurnia Sari⁵, Vikrad Malaz Madwar⁶, Kasandra Dewi Sartika⁷, Tri Widia⁸, Nadiyatul Aulia⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Kartika S

E-mail: kartika@radenintan.ac.id

Abstrak

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan Masyarakat. Artikel ini membahas pelaksanaan sosialisasi digital marketing dan etika bisnis di desa Way Muli dan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat desa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha kecil mikro menengah (UMKM), namun di dalamnya masih memiliki etika bisnis dalam operasional sehari-hari. Metode yang digunakan dalam sosialisasi ini menggunakan metode ceramah dan diskusi, Dimana pemateri atau narasumber menyampaikan materi terlebih dahulu lalu dibuka sesi diskusi tanya jawab mengenai materi sosialisasi tersebut. Hasil dari sosialisasi ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat dalam menggunakan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk serta memahami lebih dalam mengenai pentingnya integritas dan transparansi dalam praktik bisnis. Dengan demikian diharapkan kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

Kata kunci - sosialisasi, promosi, digital marketing, etika bisnis, UMKM

Abstract

In the era of globalization and increasingly rapid technological development, the use of digital technology is key to increasing the competitiveness and welfare of the community. This article discusses the implementation of digital marketing and business ethics socialization in Way Muli village and aims to improve the understanding and skills of village communities in utilizing digital technology for the development of small and medium enterprises (SMEs), but still have business ethics in daily operations. The method used in this socialization uses the lecture and discussion method, where the speaker or resource person delivers the material first and then a question and answer discussion session is opened regarding the socialization material. The results of this socialization show an increase in public understanding in using digital platforms as a means of promoting and selling products and understanding more deeply about the importance of integrity and transparency in business practices. Thus, it is hoped that this activity can be the first step in increasing the economic income of the community.

Keywords - socialization, promotion, digital marketing, business ethics, SMEs

PENDAHULUAN

Kehidupan Masyarakat saat ini tidak terlepas dari hadirnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM dinilai memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, selain itu UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Pertumbuhan UMKM yang cukup pesat berpengaruh pada meningkatnya persaingan bisnis. Seiring dengan bertumbuhnya UMKM, teknologi juga mengalami kemajuan yang sangat pesat. Sarana kemajuan teknologi untuk menjual produk secara online adalah internet yang dikenal sebagai digital marketing, baik melalui media sosial atau e-commerce.

Digital marketing merupakan suatu kegiatan mempromosikan produk melalui internet atau media digital. Tertariknya konsumen dan calon konsumen secara cepat dan banyak merupakan tujuan dari penggunaan digital marketing. Efektif dan hematnya biaya yang dikeluarkan membuat pemasaran digital dipilih sebagai strategi untuk meningkatkan bisnis. Hal ini disebabkan karena pemasaran digital dapat diakses oleh siapa pun dan dimana pun selagi orang tersebut terhubung dengan koneksi internet. Para pemangku kepentingan bisnis dapat lebih mudah dan lebih cepat memperoleh informasi mengenai kondisi pasar dengan kemudahan teknologi internet.

Dalam mengikuti tren digitalisasi, pelaku usaha perlu dibekali dengan kemampuan baru seperti memanfaatkan platform-platform pemasaran digital. Platform yang banyak digunakan pada kegiatan pemasaran digital adalah media sosial seperti Instagram, Tiktok, WhatsApp, Facebook, Twitter dan masih banyak lagi lainnya yang memiliki ciri-ciri tertentu yang dapat memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan atau menawarkan produk yang dihasilkan. Selain melalui media sosial, e-commerce juga sering digunakan dalam kegiatan digital marketing. Hadirnya digital marketing untuk mempermudah pelaku usaha untuk memasarkan produknya harus diiringi dengan pelatihan bagi para pelaku usaha agar paham dengan pentingnya pemasaran dan tetap memiliki daya saing yang kompetitif.

Untuk menerapkan pemasaran digital, pelaku usaha harus memahami terlebih dahulu konsep pemasaran digital itu sendiri. Sehingga nantinya pelaku usaha dapat menerapkan pemasaran digital dengan baik dan benar. Hal ini karena upaya pemasaran yang baik harus didukung dengan efektivitas periklanan yang baik. Tampilan produk yang akan dipasarkan melalui digital harus dibuat semenarik mungkin agar para konsumen berminat membelinya. Selain tampilan produk, kualitas produk dan keaslian produk harus dituliskan secara jelas agar para konsumen tidak merasa tertipu setelah membeli produk yang telah dipasarkan. Dalam memasarkan produk secara digital juga tidak boleh mengambil atau mencuri foto milik orang lain, karena hal itu akan melanggar etika bisnis.

Etika bisnis merupakan moralitas bisnis yang mengikuti prinsip islam, dan sudah mengasumsikan apa yang benar dan baik sehingga tidak perlu khawatir dalam berbisnis. Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang pendekatan ideal dalam menjalankan usaha, dengan memperhatikan norma dan moral yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial. Seluruh pelaku usaha wajib mematuhi dan melaksanakan etika-etika yang berlaku. Prinsip etika yang harus diikuti meliputi kejujuran, dedikasi, integritas, dan loyalitas.

Peranan etika bisnis dalam aktivitas bisnis sangatlah penting, apalagi di era sekarang ini. Kriteria keberhasilan bisnis tidak hanya didasarkan pada moral dan manajemen yang baik, tetapi juga pada penerapan etika bisnis, serta kualitas untuk memenuhi semua persyaratan pasar yang dianggap

dapat diterima baik oleh masyarakat. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus menghindari praktik bisnis yang tidak bermoral seperti penyalahgunaan undang-undang dan peraturan.

Penerapan etika bisnis bagi pelaku usaha akan memberikan dampak yang positif, kegiatan usaha tidak hanya kegiatan yang berkaitan dengan produksi barang dan jasa saja tetapi juga kegiatan yang berkaitan dengan pendistribusian barang dan jasa tersebut kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Menurut etika bisnis islam, setiap pelaku usaha hendaknya tidak hanya berfokus untuk mencari keuntungan semata, tetapi juga harus mengharapkan keridhaan Allah swt agar diperolehnya keberkahan atas rezeki yang telah diberikan oleh Allah swt. Para pelaku usaha hendaknya menghindari upaya eksploitasi untuk keuntungan pribadi tanpa mempertimbangkan kerugian pihak lainnya seperti memberikan harga yang terlalu tinggi pada konsumen.

Desa Way Muli merupakan desa yang terletak di Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Masyarakat di desa Way Muli memiliki mata pencaharian yang beragam, seperti wiraswasta, buruh harian lepas, karyawan swasta, dan nelayan. Usaha UMKM yang banyak dijalani di Desa Way Muli adalah pengolahan makanan seperti bakso, intip, rengginang dan lain sebagainya. Dengan beragamnya produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Desa Way Muli, masih banyak pelaku UMKM yang dalam menjalankan usahanya belum menggunakan digital marketing untuk mempromosikan produk dan menggunakan etika bisnis di dalamnya. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap digital marketing dan etika bisnis serta kurangnya sumber daya manusia yang dapat mengajarkan kepada Masyarakat mengenai digital marketing dan etika dalam berbisnis.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan kegiatan sosialisasi mengenai digital marketing dan etika dalam berbisnis kepada masyarakat Desa Way Muli Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Adapun tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang promosi melalui digital dan etika dalam berbisnis. Dengan diadakannya sosialisasi ini diharapkan penghasilan masyarakat terkhusus pelaku UMKM di Desa Way Muli meningkat karena bisa memasarkan hasil produknya ke pasar yang lebih luas.

METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi dengan bentuk berupa ceramah dan diskusi. Sosialisasi merupakan suatu proses kegiatan untuk membantu Masyarakat dalam hal belajar, beradaptasi, dan berpikir adaptif agar dapat berperan aktif di ranah masyarakat. Metode pendekatan dari pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan survey untuk mengidentifikasi dan menentukan rumusan permasalahan yang ada di lingkungan Desa Way Muli. Setelah diidentifikasi, ditemukan permasalahan berupa banyaknya hasil produk pelaku usaha di Desa Way Muli namun masih banyak yang belum memasarkan produknya dengan menggunakan digital marketing. Oleh karena hal itu lah sosialisasi ini diadakan.

Kegiatan sosialisasi dalam rangka pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Balai Desa Way Muli, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan. Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh 30 orang, yang terdiri dari ibu-ibu PKK dan beberapa perangkat desa. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan ini meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan hasil. Tujuan diadakannya kegiatan sosialisasi ini adalah untuk menambah pengetahuan masyarakat terkhususnya pelaku usaha dalam hal memasarkan produknya melalui digital marketing serta untuk melatih masyarakat Desa

Way Muli agar selalu menggunakan etika di saat berbisnis agar tidak merugikan pihak lain. Selain itu, dengan adanya sosialisasi ini diharapkan agar para pelaku usaha di Desa Way Muli mendapat penghasilan yang tinggi dan berkah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, berperilaku, dan mengambil keputusan. Kegiatan pemasaran tidak lepas dari pengaruh teknologi digital. Istilah pemasaran berbasis digital mengalami perluasan dari aktivitas awal memasarkan barang dan jasa melalui saluran digital hingga memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, serta mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Media sosial memiliki potensi dalam membantu pelaku usaha untuk memasarkan produk yang telah dihasilkannya. Aplikasi media sosial untuk memasarkan produk tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi antara pengguna satu dengan yang lainnya.

Penggunaan digital marketing untuk memasarkan produk-produk hasil olahan masyarakat memiliki potensi besar dalam meningkatkan penghasilan masyarakat serta menambah jumlah penjualan suatu barang. Mudahnya pemasaran melalui digital membuat masyarakat tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk operasionalnya. Dengan adanya digital marketing maka masyarakat terkhususnya pelaku usaha di Desa Way Muli dapat menarik konsumen secara lebih luas lagi dan menambah pundi-pundi penghasilan mereka.

Memanfaatkan pemasaran digital dapat dilakukan melalui pendekatan pemasaran inbound. Pendekatan ini didasarkan pada penggunaan konten dan interaksi yang relevan dan dapat menawarkan solusi bagi bisnis untuk menemukan pelanggan. Teknik pemasaran dengan menggunakan pendekatan ini melalui empat metode yaitu attract, convert, close dan delight. Dengan demikian, melalui pendekatan metode pemasaran ini mendorong konsumen untuk mencari sendiri produk dan jasa UMKM. Terdapat berbagai jenis digital marketing yang biasa digunakan oleh para pelaku bisnis dalam kegiatan usahanya.

Beberapa jenis pemasaran digital yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha terkhususnya untuk para pelaku usaha di Desa Way Muli yaitu:

- a. Website
- b. Search Engine Marketing
- c. Social Media Marketing
- d. Online Advertising
- e. Email Marketing
- f. Video Marketing

Mudahnya pemasaran melalui digital mengharuskan pelaku bisnis untuk selalu berhati-hati dalam penggunaan desain dan foto produk yang mereka pasarkan agar terhindar dari plagiarisme dan pelanggaran etika bisnis. Etika bisnis merupakan suatu pengetahuan tentang tata cara yang ideal dalam pengaturan dan pelaksanaan bisnis yang menggunakan norma atau aturan. Dalam hal etika bisnis, prinsip dan aturan yang digunakan oleh pelaku bisnis saat melakukan transaksi jual beli harus dipertimbangkan. Salah satu cara yang dapat pelaku bisnis di Desa Way Muli lakukan adalah dengan melayani pembeli dengan baik dan jujur. Jika usaha yang dijalankan ingin tetap bertahan, maka bisnisnya harus memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan kualitas produk yang baik pula

agar konsumen merasa nyaman saat melakukan transaksi dan ingin membeli kembali produk yang pelaku usaha hasilkan. Untuk menjaga bisnis agar tetap hidup di era modern dan menarik pelanggan, pelaku usaha harus mempertimbangkan juga kualitas sumber daya manusia yang memadukan keahlian mengelola dan akhlak yang baik serta mengembangkan citra yang etis karena melayani banyak orang.

Meskipun dalam penerapan etika bisnis di era digital memiliki banyak tantangan, namun banyak juga peluang yang dapat dimanfaatkan. Melalui program pelatihan yang tepat, pelaku usaha dapat memperkuat pemahaman dan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya etika bisnis dan penerapannya dalam operasional sehari-hari. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko pelanggaran etika dan meningkatkan integritas suatu bisnis yang dijalankan secara keseluruhan. Etika bisnis juga memiliki nilai lebih atau keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha, baik dalam jangka Panjang maupun menengah. Adapun keuntungan yang dapat diperoleh pelaku usaha dalam penerapan etika bisnis adalah seperti meningkatnya reputasi bisnis yang dijalankan, meningkatnya rasa percaya konsumen terhadap bisnis yang kita jalankan, dan menciptakan budaya yang khas bagi bisnis tersebut.

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dengan tema Sosialisasi Digital Marketing dan Etika Bisnis Untuk Peningkatan Penghasilan Masyarakat di Desa Way Muli, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan dilaksanakan selama 1 kali yakni pada hari Sabtu 10 Agustus 2024 yang dimulai dari pukul 09.00 WIB s.d Selesai di Balai Desa Way Muli. Peserta kegiatan ini terdiri dari ibu-ibu PKK dan beberapa Perangkat Desa. Dalam proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan hasil. Ketiga tahapan tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Peserta pada kegiatan sosialisasi ini berjumlah sekitar 30 orang, yang terdiri dari ibu-ibu PKK dan beberapa perangkat desa. Jumlah anggota kelompok KKN di Desa Way Muli adalah 16 orang. Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini berlangsung di Balai Desa Way Muli dan memerlukan waktu yang cukup lama. Kegiatan pelaksanaan pengabdian ini diawali dengan memberikan informasi kepada perangkat desa dan ibu-ibu PKK di Desa Way Muli terkait diadakannya kegiatan sosialisasi. Sebelum kegiatan dimulai, peserta diminta untuk mengisi daftar hadir dan selanjutnya menuju ke ruangan yang telah disiapkan oleh anggota kelompok KKN.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, penyampaian materi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi. Pada tahap awal, pemateri atau narasumber melakukan perkenalan terlebih dahulu dengan peserta kegiatan sosialisasi ini. Kemudian dilanjutkan dengan penyampaian tema kegiatan yaitu digital marketing dan etika dalam berbisnis melalui proyektor, materi yang disampaikan berupa pengenalan digital marketing, macam-macam platform digital marketing, cara memasarkan produk dengan cara digital, pengertian etika bisnis, manfaat etika bisnis, prinsip-prinsip dalam etika bisnis dan tantangan dalam penerapan etika bisnis. Pada saat proses pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa sosialisasi ini, para peserta antusias dalam menyimak materi yang disampaikan. Kegiatan sosialisasi ini ditutup dengan sesi diskusi dan tanya jawab antara para peserta dan narasumber/pemateri.



Gambar 1.

Pemaparan Sosialisasi Digital Marketing dan Etika Bisnis

3. Hasil

Pada tahap hasil, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat berupa sosialisasi Digital Marketing dan Etika Bisnis Untuk Peningkatan Penghasilan masyarakat di Desa Way Muli, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan telah dilaksanakan dengan sukses sesuai dengan rencana yang telah dirancang. Secara keseluruhan, kegiatan ini berjalan dengan lancar dan mendapat respon yang positif dari para peserta. Hal ini dibuktikan dengan adanya antusias peserta dalam menyimak materi yang disampaikan dan adanya respon peserta saat diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai materi yang telah disampaikan. Setelah dilakukannya sosialisasi tentang Digital Marketing dan Etika Bisnis, masyarakat mengetahui bahwa dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan dapat dilakukan secara daring. Dengan digital marketing maka Masyarakat tidak membutuhkan waktu dan tenaga yang banyak karena semuanya berjalan secara daring. Selain itu, dengan adanya sosialisasi ini, masyarakat menjadi paham bagaimana cara berbisnis yang tidak merugikan orang lain.



Gambar 2.

Antusiasme Para Peserta Mendengarkan Sosialisasi

KESIMPULAN

Pada kegiatan sosialisasi tentang digital marketing dan etika bisnis ini dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta kegiatan terkait pemasaran produk dengan menggunakan digital dan bagaimana beretika dalam berbisnis. Hal ini ditunjukkan dengan antusiasnya masyarakat dalam menyimak materi dan aktif bertanya tentang bagaimana menjalankan pemasaran usaha dengan melalui digital dan memiliki etika di dalamnya. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pemasaran yang hemat biaya namun produknya dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas dan menggunakan aturan berbisnis guna meningkatkan penghasilan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada kampus UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk mengikuti program Kuliah Kerja Nyata ini. Penulis ucapkan terimakasih kepada masyarakat Way Muli yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjalankan kegiatan sosialisasi digital marketing dan etika bisnis disana. Terimakasih juga kepada Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menjalankan program kerja ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92-101.
- Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. In *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 77-88).
- Bengu, H., Kelin, S., & Hadjon, R. (2023). Penerapan Etika Bisnis Dalam Kegiatan Umkm Di Era Digital. *TIMOR CERDAS-Jurnal Teknologi Informasi, Manajemen Informasi dan Rekayasa Sistem Cerdas*, 2(1), 1-7.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- Ilmiah, F., & Zunaidi, A. (2022). Sosialisasi penanggulangan tingginya angka pernikahan dini di desa tambakrejo-wonotirto-blitar. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 29-33.
- Kurniawan, E., Nofriadi, N., & Maharani, D. (2021). Sosialisasi digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan produk umkm. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 31-36.
- Paramitha, M. P., Mustofiyah, N., Salim, R. A. R., & Rieuwpassa, D. O. (2022, June). Peran Digital Marketing Sebagai Langkah Peningkatan Kinerja UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 2, No. 2).
- Rizky, R. O., & Rohman, A. (2024). Analisis Peran Etika Bisnis Islam dalam Membentuk Reputasi Usaha pada UMKM Jajanan Mbah Yuli. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 8-13.
- Sari, C. D. M., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63-73.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod*, 10(1), 96-112.
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55-69.

- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154.