



## PERAN DIGITALISASI TERHADAP KEMAJUAN MASYARAKAT DESA

**Rachmad Bambang**

Universitas Syekh Yusuf Al Makssari Gowa  
rachmadbambangr@usy.ac.id

### **Abstrak**

Dosen Manajemen Universitas Syekh Yusuf Al Makssari Gowa mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kabupaten Takalar pada Sabtu, 03 Juni 2023. Pelaksanaan pengabdian masyarakat mengangkat tema Peran Digitalisasi Terhadap Kemajuan Masyarakat Desa pada Kecamatan Galesong Utara, Desa Maccini Sombala Kabupaten Takalar. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan antusias masyarakat mengikuti sosialisasi ini, ditandai dengan keaktifan peserta yang memberikan tanggapan serta pertanyaan pada sesi diskusi. Dosen-dosen pengabdian berharap kegiatan PKM ini dapat bermanfaat bagi Masyarakat Takalar,

**Kata kunci:** Digitalisasi, UKM, Pemerintah Desa

### **Abstract**

*University of Management Lecturer Syekh Yusuf Al Makssari Gowa held a Community Service (PKM) activity in Takalar Regency on Saturday, 03 June 2023. The implementation of community service with the theme The Role of Digitalization in the Advancement of Village Communities in North Galesong District, Maccini Sombala Village, Takalar District. The results of the implementation of the activity showed the enthusiasm of the community to take part in this socialization, marked by the activeness of the participants who provided responses and questions in the discussion session. The service lecturers hope that this PKM activity can benefit the Takalar Community,*

**Keywords:** Digitalization, SMEs, Village government

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah ruang lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Metode komunikasi pemasaran yang dulu tradisional dan konvensional, sekarang terintegrasi dunia digital. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital sering disebut dengan istilah digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terintegrasi yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen potensial. Peran digital marketing pada Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki peran penting dalam mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat (Naningsih, 2019). Bentuk nyata yang harus dilakukan yaitu dukungan terhadap IKM untuk mengembangkan pasarnya melalui pemanfaatan teknologi. Pelaku IKM dituntut dapat memanfaatkan media digital sebagai fasilitas memasarkan produknya agar dapat menjangkau

masyarakat luas. IKM yang memiliki akses *online*, melibatkan media sosial, dan mengembangkan bisnis melalui *e-commerce*, akan menikmati berbagai keuntungan bisnis dalam hal perluasan pemasaran, peningkatan pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing.

Digitalisasi marketing pada IKM perlu dilakukan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa utamanya bagi para pelaku IKM. Pelaku IKM sudah seharusnya dapat mengikuti kebutuhan konsumen dan perkembangan IPTEKS sehingga tidak tergerus di era disrupsi 4.0 (Rachman, et.al, 2023). Para pelaku IKM di wilayah pedesaan pada umumnya belum memiliki literasi digital yang baik. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi antara pemerintah desa dengan perguruan tinggi dalam rangka menjembatani pelaku IKM di desa melek teknologi digital. Harapannya selain agar tidak tergerus usahanya di era disrupsi 4.0, pendapatan pelaku IKM di desa ini dapat meningkat. Digitalisasi IKM memperluas pasar, jaringan, dan kesempatan untuk produk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, baik lokal, regional, nasional, bahkan di tingkat internasional (Suranto, et.al, 2022). Digitalisasi marketing pada IKM yang berbasis konten nyatanya ditemukan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk dan atau layanan/jasa (Idah & Pinilih, 2020). Digitalisasi marketing, seperti yang kita ketahui bersama, menjadi salah satu konsentrasi yang diupayakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) guna membangun ekosistem ekonomi digital (Hendriyani, 2022). Ekosistem ekonomi digital dapat dibentuk melalui penggunaan sosial media untuk marketing dan juga *e-commerce*.

Di Indonesia, Instagram masih menduduki peringkat teratas untuk kepentingan bisnis dan marketing (*Instagram for Business*). Instagram memiliki fitur akun bisnis yang memudahkan para pebisnis untuk membuat profil bisnis di instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial. Dengan fitur ini, perusahaan dari semua ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, dapatkan wawasan tentang pengikut dan pos, dan mempromosikan posting untuk mendorong tujuan bisnis. Dari berbagai hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran melalui media Instagram dapat meningkatkan jumlah penjualan produk usahanya (Rachman, et.al, 2023). Dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada, membuat konten yang menarik, memaksimalkan akses link, dan memiliki teknik closing yang baik melalui akun Instagram dapat menjadi strategi marketing yang efektif dan mutakhir di era digital (Rachmawaty, 2021).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam desain penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berusaha mengungkap dan menjelaskan keadaan dari objek penelitian dan mencoba menganalisa untuk memberikan kebenaran berdasarkan kondisi yang diamati. Dengan metode ini peneliti akan memaparkan secara sistematis materi-materi pembahasan dari berbagai sumber yang kemudian dianalisis secara tepat dan cermat guna memperoleh sebuah

Rachmad Bambang

kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Kecamatan Galesong Utara, Desa Maccini Sombala, Kabupaten Takalar pada Sabtu 03 Juni 2023

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dosen Manajemen Universitas Syekh Yusuf Al Makassar Gowa mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kabupaten Takalar pada Sabtu 03 Juni 2023. peserta PKM dilakukan di Kantor Desa Maccini Sombala Kabupaten Takalar Dalam Laporan Kaprodi Manajemen Abdul Rahman Azis, S.E.,M.M kegiatan ini diikuti oleh 7 dosen Manajemen Universitas Syekh Yusuf Al Makassar Gowa.







Tema yang diangkat dalam kegiatan ini **“PERAN DIGITALISASI TERHADAP KEMAJUAN MASYARAKAT DESA”** tujuan pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan informasi kepada masyarakat desa tentang peran digitalisasi untuk kemajuan masyarakat desa setempat untuk penggunaan social media sebagai sarana media informasi yang baik dan berguna bagi kesejahteraan masyarakat desa.

Bapak Agus Salim selaku Kepala Desa Maccini Sombala sangat berterimah kasih kepada Dosen Manajemen yang telah memilih Desa Maccini Sombala sebagai sasaran PKM untuk memberikan ilmu kepada masyarakat yang hadir dalam kegiatan ini, kegiatan ini memberikan masukan kepada masyarakat seberapa pentingnya peran digitalisasi untuk kemajuan masyarakat dalam berinteraksi dalam dunia usaha dan kehidupan sehari-hari.

Kegiatan PKM ini dilakukan oleh dosen-dosen :

1. Abdul Rahman Azis, S.E.,M.M
2. Kahar, S.E.,M.M
3. Ambo Ulang , S.E.,M.M
4. Rasmi, S.E.,M.M
5. Awaluddin, S.E.,M.M
6. Chandra Putra Puspita, S.E.,M.M
7. Rachmad Bambang. R, S.T.,M.M

Antusias masyarakat mengikuti sosialisasi ini, ditandai dengan keaktifan peserta yang memberikan tanggapan serta pertanyaan pada sesi diskusi. Dosen-dosen pengabdian

berharap kegiatan PKM ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Desa Maccini Sombala, Kelurahan Galeson Utara, Kabupaten Takalar.

### **KESIMPULAN**

Pemanfaatan Digitalisasi memberikan dampak positif untuk kemajuan informasi dan tata kelola serta memberikan wawasan baru pada Masyarakat Desa Maccini Sombala, Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar.

### **BIBLIOGRAFI**

- Afrilia, A.M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1), 145–147. DOI: <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Andika, M., Masithoh, S., Kholiq, Y.N., Nisa, D.A., & Rohmah, N. (2021). Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 24-29.
- Naningsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Rachman, A. N., Musa, A. E. Z., & Latiep, I. F. (2023). Pemanfaatan Media Komunikasi Digital Pada Pelayaran. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 137-144.
- Rachman, A. N., Musa, A. E. Z., Latiep, I. F., & Herison, R. (2023). *Usaha Kecil Menengah (UKM) Dan Kewirausahaan: Konsep Dasar Untuk Menjadi Entrepreneur*. Nas Media Pustaka.
- Suranto, S., Sari, D. E., Narimo, S., Ulfatun, T., Mustofa, R. H., Suwandi, J., ... & Hendawan, H. A. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *JABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 123-36.