

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan Teknologi serta Informasi saat ini yang menyebabkan berbagai dampak yang terjadi serta perubahan di berbagai bidang hingga mengubah adanya kegiatan yang berorientasi pada tujuan mencapai modern (Siregar & Nasution, 2020). Teknologi juga menciptakan dampak yang signifikan di berbagai aspek kehidupan manusia. Berbagai inovasi Teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, berbelanja, dan menjalani kehidupan sehari-hari. Salah satu bidang yang mengalami perkembangan digital adalah proses pemasaran yang terjadi. Berbagai perusahaan maupun sector industri saat ini telah banyak melakukan perubahan yang dilandasi dari analisis pemasaran menuju ke arah perkembangan digital. Namun, perkembangan dan penggunaan teknologi belum merambah dan tersebar luaskan ke seluruh pelosok tanah air. Sehingga tidak sedikit daerah di Indonesia terutama di daerah pedesaan yang kurang mengetahui pemanfaatan teknologi dan keuntungan kecanggihan teknologi saat ini. Hal tersebut juga dirasakan oleh masyarakat Desa Summersalak, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember.

Desa Summersalak, berada di kaki Gunung Raung, memiliki perkebunan kopi dan mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani kopi, peternak, dengan sebagian kelas menengah atau bawah. Masyarakat masih minim pengetahuan teknologi. Ada Rumah Inspirasi sebagai pusat kegiatan masyarakat dan kelompok tani "Sekarwangi" yang berkolaborasi dengan Tanoker. Namun, pandemi Covid-19 menghentikan kegiatan dan produksi mereka, serta menghambat pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk lokal. Dengan adanya permasalahan yang terjadi perlu dilakukannya evaluasi supaya masyarakat desa Summersalak dapat lebih mengenal dan mengetahui adanya *Digital Branding* dan *Digital Marketing* (Rauf, 2021) untuk dapat dimanfaatkan dalam bidang pemasaran. Dalam hal ini perlu diadakan pembelajaran dan penyuluhan mengenai Teknologi di bidang pemasaran kepada masyarakat Desa Summersalak.

Biji Kopi/Bubuk kopi olahan yang masyarakat hasilkan dapat dimanfaatkan masyarakat desa kembali untuk diperjualbelikan kepada khalayak umum. Transaksi Jual beli tersebut dapat memanfaatkan *e-commerce* dengan menggunakan media sosial yang ada. Banyaknya situs yang melakukan *research* salah satunya adalah situs *We Are Social* yang mengungkap pengguna media sosial di Indonesia mencapai hingga angka 167 juta atau 60,4% masyarakat menggunakan *Facebook, Instagram, Tiktok, Dan Lainnya*. Hal tersebut telah mempresentasikan bahwa masyarakat di Indonesia banyak menggunakan media sosial untuk alat komunikasi dan bertukar Informasi. Dengan adanya penyuluhan pembelajaran *Digital Branding* dan *Digital Marketing*, Masyarakat wilayah Sumpalsak dapat menghasilkan dan memasarkan sebuah produk ekonomi kreatif. Hasilnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa serta dikenalnya produk-produk olahan dari kelompok tani “Sekarwangi”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat diambil berdasarkan Latar belakang diatas :

1. Bagaimana cara mengatasi minimnya pengetahuan teknologi kepada masyarakat Desa Sumpalsak ?
2. Bagaimana cara mengenalkan perkembangan digital dibidang pemasaran (*Digital Branding dan Digital Marketing*) kepada masyarakat desa Sumpalsak ?
3. Bagaimana cara memasarkan produk olahan kelompok tani agar dapat menambah penghasilan masyarakat Desa Sumpalsak ?

1.3 Tujuan

Berikut tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberdayakan masyarakat sekitar untuk mendapatkan pengetahuan tentang teknologi untuk dapat menghasilkan sebuah produk ekonomi kreatif.

2. Meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat melalui hasil implementasi pengetahuan pembelajaran terkait perkembangan digital dibidang pemasaran.

1.4 Manfaat

Harapannya, penelitian ini bisa memberikan manfaat sebagai berikut::

1. Manfaat kelompok tani
Memberikan pengetahuan tentang teknologi pemasaran untuk membantu memasarkan produk lokal dan menjadi pusat inspirasi yang memotivasi masyarakat untuk meningkatkan perekonomian dengan teknologi.
2. Manfaat Penulis
Sebagai alat untuk meningkatkan pemahaman dan mempermudah proses belajar.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan masalah yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Berdasarkan study kasus yang ada pada masyarakat desa Sumbersalak terkait kurangnya perkembangan Teknologi maka, analisis dan evaluasi penelitian ini dilakukan pada kelompok tani “Sekarwangi” desa Sumbersalak.
2. Analisis dan evaluasi dilakukan dengan mengenalkan perkembangan Digital yaitu, *Digital Branding dan Digital Marketing* sebagai upaya masyarakat dapat mengenalkan dan mempromosikan produk asli kelompok tani “Sekarwangi”
3. Pada penelitian ini menggunakan bantuan *Market place Shoppe dan juga Media sosial Instagram* untuk mengimplementasikan pembelajaran yang diberikan kepada kelompok tani.
4. Masyarakat yang terlibat dalam penelitian ini yaitu kelompok tani “Sekarwangi” desa Sumbersalak.