

---

**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN *DIGITAL MARKETING*  
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* DI LPD BEKUL,  
KECAMATAN DENPASAR TIMUR, KOTA DENPASAR.**

**Ida Bagus Gede Dananjaya<sup>1</sup>, I Gede Iwan Suryadi<sup>2</sup>, Gede Pradiva Adiningrat<sup>3</sup>, Ni Made Kariati<sup>4</sup>,  
Anak Agung Raka Sitawati<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Manajemen, Politeknik Negeri Bali

<sup>2</sup> Manajemen, Politeknik Negeri Bali

<sup>3</sup>Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

<sup>4</sup>Ilmu Komputer, Politeknik Negeri Bali

<sup>5</sup>Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Bali

Email: [dananjaya@pnb.ac.id](mailto:dananjaya@pnb.ac.id)

---

**Abstract.** Dalam hal ini penting untuk diingat ketika membangun hubungan yang baik antara LPD dan klien. Hingga saat ini pengurus dan pegawai LPD Desa Adat Bekul belum sepenuhnya memahami hal tersebut, sehingga tujuan dari kegiatan usaha ini adalah untuk memberikan pelatihan dan dukungan dalam Marketing Communication digital dan *Customer Relationship Marketing* (CRM) kepada pengurus dan pegawai LPD Desa Adat Bekul sehingga tercapainya peningkatan kualitas *Brand Image* di LPD Desa Adat Bekul. Metode pelatihan dan pendampingan digunakan dalam kegiatan ini. Metode pelatihan dirancang untuk menyampaikan informasi tentang digital *Marketing Communication*, CRM dan pelayanan digital bagi perusahaan jasa keuangan khususnya LPD. Pelatihan diikuti oleh pimpinan, pekerja dan pengurus LPD Desa Adat Bekul, sebanyak 15 orang berkumpul dalam satu ruangan kemudian diberikan pelatihan. Luaran dalam kegiatan ini ialah berupa publikasi kegiatan melalui media masa elektronik, draft bahan ajar dan draft artikel pengabdian. Kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi LPD bekul yaitu berupa pembuatan logo untuk LPD Bekul dan bagi kampus Politeknik Negeri Bali sebagai pelaksana kegiatan untuk membagi ilmunya kepada masyarakat luas.

---

**Keywords:**

*Digital Marketing;*

*Brand Image;*

*Marketing*

*Communication;*

*CRM; Pelayanan*

*Digital.*

---

**Corresponden author:**

Email: [dananjaya@pnb.ac.id](mailto:dananjaya@pnb.ac.id)



artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY -4.0

---

## PENDAHULUAN

LPD (Lembaga Perkreditan Desa) adalah lembaga keuangan yang berbasis di desa dan dimiliki oleh masyarakat desa. Pada awalnya, LPD hanya berlaku di Bali dan NTB, tetapi sekarang sudah tersebar di seluruh Indonesia. Namun, meskipun memiliki potensi besar untuk menjadi sumber pembiayaan masyarakat desa, LPD masih kurang dikenal di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan *Brand Image* LPD agar masyarakat dapat mempercayai LPD sebagai lembaga keuangan yang terpercaya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah melalui digital marketing. *Digital marketing* adalah strategi pemasaran yang dilakukan melalui media digital, seperti website, media sosial, email, dan platform digital lainnya. Digital marketing dapat membantu LPD memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan popularitas mereka di kalangan masyarakat desa. Dengan digital marketing, LPD dapat menginformasikan produk dan layanan mereka secara lebih komprehensif dan mudah dipahami oleh publik.

Selain itu, salah satu keuntungan utama digital marketing adalah kemampuan untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran. LPD dapat menggunakan data analitik untuk memantau kinerja kampanye digital marketing mereka dan menyesuaikan strategi jika diperlukan. Hal ini dapat membantu LPD untuk memperbaiki kinerja pemasaran mereka dan meningkatkan *Brand Image* LPD secara signifikan. Dengan demikian, menggunakan digital marketing untuk meningkatkan *Brand Image* LPD dapat membantu lembaga ini menjadi lebih terkenal dan dipercaya oleh masyarakat desa sebagai lembaga keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan. LPD merupakan lembaga keuangan yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan finansial. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi dan persaingan yang semakin ketat, LPD perlu melakukan inovasi dalam hal pemasaran dan hubungan dengan nasabah. *Marketing communication* berbasis teknologi dan *Customer Relationship Marketing* dapat membantu LPD meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam hal pemasaran dan hubungan dengan nasabah. Dengan menggunakan teknologi, LPD dapat meningkatkan kecepatan dan mengurangi biaya dalam melakukan pemasaran, seperti melalui pemasaran digital dan *e-commerce*. Selain itu, *Customer Relationship Marketing* membantu LPD membangun hubungan yang lebih dekat dengan nasabah, sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan memperoleh keuntungan jangka panjang. Oleh karena itu, LPD perlu memperhatikan penggunaan teknologi dan penerapan *Customer Relationship Marketing* dalam strategi pemasaran dan hubungan dengan nasabah agar dapat bersaing di pasar yang semakin ketat.

LPD berangkat dari kearifan lokal untuk menyangga adat dan budaya masyarakat Bali, telah berperan lebih jauh dalam mengatasi permasalahan masyarakat di tingkat desa. Permasalahan-permasalahan itu seperti memberi akses ke sumber dana yang lebih mudah sehingga masyarakat pedesaan bisa berdaya secara ekonomi dalam mewujudkan kesejahteraan. Tidak hanya akses sumber

dana, LPD juga membantu mengatasi masalah fundamental masyarakat pedesaan seperti pendidikan dan kesehatan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan badan usaha simpan pinjam yang dimiliki oleh desa adat yang mempunyai fungsi dan tujuan utama untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dalam bentuk pemberian pinjaman untuk kegiatan- kegiatan bersifat produktif. Tujuan pendirian sebuah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) pada setiap desa adat, sesuai peraturan Daerah No. 8 Tahun 2002 mengenai Lembaga Perkreditan Desa adalah untuk mendukung kegiatan ekonomi di pedesaan melalui kegiatan masyarakat dengan menabung dan menyediakan kredit bagi usaha kecil. Produk layanan utama LPD yaitu tabungan, deposito dan kredit.

### Dana Masyarakat.

Dana masyarakat atau pihak ketiga yang ditempatkan di LPD Bekul adalah berbentuk tabungan, deposito atau titipan masyarakat per desember 2022, besarnya:

Tahun 2022 :

- a. Tabungan Wajib : Rp. 255.222.800,00
- b. Tabungan Sukarela : Rp. 23.185.150.939,00
- c. Deposito : Rp. 14.362.450.000,00

### Jumlah Nasabah Sektoral Lembaga Perkreditan Desa

No	Keterangan	Jumlah Nasabah
1	Perdagangan	64
2	Industri	0
3	Perternakan	1
4	Pertanian	16
5	Jasa	21
6	Lainya	350
	Total	452

### Laba LPD

Laba LPD merupakan selisih antara pendapatan yang bersumber dari: pinjaman yang diberikan, ongkos administrasi, jasa LPD atas penempatan Liquiditas, dan jasa melayani rekening air minum dan telepon dan biaya yang dikeluarkan untuk : bunga, pengurus/personalia, biaya kantor, biaya perjalanan, biaya penyusutan, cadangan pinjaman ragu-ragu, dan biaya lain-lain. Setelah dilakukan pra survey dan wawancara mandalam kepada kepala LPD Bekul Bapak Nyoman Sutika, S.E maka diperoleh informasi mengenai laba LPD pada tahun 2022 sebesar 1.344.700.000,00

Berdasarkan Laporan Pertanggung jawaban LPD Desa Adat Bekul Tahun 2022 beberapa kendala yang dihadapi dalam mengelola dana krama Desa Adat Bekul :

1. *Brand Image* terhadap LPD Bekul masih perlu ditingkatkan melalui Digital Marketing
2. Belum adanya media promosi digital untuk menyalurkan kredit.
3. Rendahnya kesadaran Karyawan mengnaik *Marketing communication* berbasis teknologi
4. Kompetensi karyawan dalam bidang *Customer Relationship Marketing* (CRM) berbasis digital masih rendah.
5. Pelayanan dalam menangani nasabah masih menggunakan prosedur manual yang belum terdigitalisasi.

Untuk mengantisipasi hambatan yang dihadapi LPD Bekul maka penting diberikan pelatihan dan pendampingan tentang *Marketing Communication* berbasis digital yaitu mempromosikan melalui media sosial dan CRM yaitu bagaimana karyawan paham membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan nasabahnya serta pelayanan digital untuk dapat mengotomatiskan banyak tugas administratif, mengurangi kesalah operional di bidang pelayanan. Melihat fenomena tersebut, rumusan masalah pengabdian kepada masyarakat adalah bagaimana memberikan pelatihan dan dukungan dalam *Marketing Communication* digital, CRM, Pelayanan Digital kepada pengurus dan staf LPD Desa Adat Bekul agar mereka tahu bagaimana membangun yang baik. dan hubungan yang berkelanjutan dengan Nasabah mereka.

## Metode

Dari masalah yang dihadapi oleh LPD Desa Adat Bekul tentang *Marketing Communication* berbasis digital dan khususnya yang terkait dengan *Marketing Communication* melalui promosi di media sosial dan membangun hubungan baik dengan nasabah maka tim peneliti berusaha untuk mencari solusi atas masalah tersebut. Dari hasil diskusi dalam tim maka diputuskan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan *Marketing Communication* berbasis digital dengan narasumber Djoin Indra Adhi Saputra S.Kom dan CRM dengan narasumber Tim Marekting Djoin Selanjutnya akan diberikan pendampingan oleh Tim guna memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang aplikasinya di lapangan. Acara pelatihan tentang penerapan *Marketing Communication* berbasis digital, CRM dan Pelayanan Digital diberikan kepada oleh 15 orang staff dan 1 orang badan pengawas serta 1 orang kepala LPD Desa Adat Bekul. Metode kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan. Pelatihan tentang *Marketing Communication* berbasis digital, CRM dan Pelayanan Digital serta aplikasinya di usaha jasa keuangan khususnya LPD Bekul. Selanjutnya dilakukan tanya jawab dari peserta sesuai dengan pengalaman mereka saat tatap muka, diskusi serta pelatihan. Selanjutnya diberikan pendampingan untuk memastikan bahwa mereka sudah faham dan mampu

mempraktekan tentang *Marketing Communication*, CRM dan Pelayanan Digital dalam membina hubungan baik dengan nasabah.

Acara pelatihan tentang penerapan *Marketing Communication* berbasis digital dan CRM dihadiri oleh 15 orang staf dan 1 orang badan pengawas serta 1 orang kepala LPD Desa Adat Bekul. Pelatihan dilakukan bertempat di LPD Desa Adat Bekul yang berlangsung dari jam 9.00 wita hingga jam 12.00 wita. Acara pelatihan disampaikan oleh Rifqi Nurfakhrurozi., M.AB yang merupakan dosen Prodi Bisnis Digital Politeknik Negeri Bali yang *expert* di bidang Pemasaran, I Wayan Indra Shaputra selaku CEO Djoin yang merupakan startup di bidang *Fintech* pada pelatihan CRM Digital dan I Putu Takumi Wijaya selaku CFO Djoin pada pelatihan pelayanan digital dan moderatornya adalah Mahasiswaa dari Prodi Bisnis Digital

### **Hasil Dan Pembahasan**

Kegiatan pelatihan *marketing communication* berbasis digital dengan narasumber Rifqi Nurfakhrurozi., S.AB., M.AB memberikan pemahaman untuk melakukan promosi melalui media sosial sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi dan memiliki penetapan suku bunga yang menarik agar nasabah meningkatkan tabungannya dan meminjam kredit di LPD Bekul. Kegiatan pelatihan *Customer Relationship Marketing* dengan narasumber I Wayan Indra Shaputra. yang bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan nasabah sehingga diberikan solusi kepada nasabah yang mengalami kredit macet. Kegiatan pelatihan Layanan Digital dengan narasumber I Putu Takumi Wijaya, yang bertujuan membantu lembaga keuangan dalam mengotomatisasi proses bisnis, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi. Ini termasuk otomatisasi tugas rutin, pengurangan kesalahan manusia, dan percepatan proses yang sebelumnya memakan waktu.

1. Pelatihan *marketing communication* berbasis digital: LPD Bekul memiliki media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan promosi sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi di LPD Bekul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah mendapatkan pelatihan, LPD Bekul telah aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, atau platform lainnya untuk mempromosikan produk kuliner mereka. Hal ini tercermin dalam peningkatan interaksi, jumlah pengikut, dan tingkat keterlibatan dengan masyarakat yang mengikuti media sosial LPD Bekul.



**Gambar 1**  
**Kegiatan Pelatihan *Marketing Communication***

2. Pelatihan *Customer Relationship Marketing*: LPD Bekul mampu menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LPD Bekul telah menerapkan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang diajarkan selama pelatihan. Mereka telah aktif berinteraksi dengan Nasabah, memberikan pelayanan optimal, dan mengembangkan program loyalitas untuk meningkatkan hubungan jangka panjang dengan Nasabah. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan Nasabah, tingkat retensi Nasabah, dan tingkat kunjungan Nasabah yang meningkat.



**Gambar 2**  
**Pelatihan *Customer Relationship Marketing***

3. Pelatihan Pelayanan Digital: LPD Bekul mampu dan berkomitmen membuka pelayanan 24 jam pada media sosialnya untuk menanggapi segala keluhan maupun pertanyaan dari nasabah ataupun calon nasabah, sehingga diharapkan dengan pelayanan digital tersebut mampu meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan LPD Bekul.



Gambar 3

## Pelatihan Pelayanan Digital

Secara keseluruhan, para karyawan di LPD Bekul sebagai peserta program pelatihan dan pendampingan *digital marketing* ini menunjukkan keaktifan dan antusias yang tinggi. Hal ini didukung dari hasil tanggapan peserta mengenai kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui kuesioner yang telah disebar oleh Panitia. Berikut hasil tanggapan peserta pelatihan dan pendampingan tentang digital marketing communication, CRM dan pelayanan digital bagi para karyawan di LPD Bekul secara keseluruhan sebagai berikut:

**Tabel 5.2**  
**Kriteria Interpretasi Skor**

No.	Pernyataan	TP	KP	P	SP	Total
<b>Indikator Perencanaan</b>						
1	Sosialisasi Kegiatan membantu mitra memahami Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang ingin dilaksanakan oleh Tim Pelaksana.	0	0	11	4	15
2	Materi Sosialisasi Kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami.	0		9	6	15
3	Penjajakan dan identifikasi masalah dilaksanakan sebelum dirumuskan kegiatan PKM telah sesuai dengan kebutuhan mitra, bukan berdasarkan keinginan tim pelaksana.	0	0	11	4	15
<b>Indikator Pelaksanaan</b>						
4	Tim pelaksana memberikan pelayanan atau program sesuai dengan kebutuhan mitra.	0	0	9	6	15

5	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan dapat ditindaklanjuti dengan baik oleh Tim Pelaksana.	0	0	7	8	15
6	Aspek Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diberikan Pelaksana memberikan solusi dan meningkatkan Produktivitas dan Pemasaran Produk Mitra.	0	1	8	6	15
7	Pelaksanaan pengabdian telah dilakukan sesuai standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3).	0	0	12	3	15
8	Materi Pengabdian/Pelatihan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami.	0	2	4	9	15
9	Tim Pelaksana melakukan kunjungan lapangan secara bertahap dan berkesinambungan.	0	0	9	6	15
<b>Evaluasi</b>						
10	Setiap hal yang direncanakan dan disampaikan oleh Tim Pelaksana telah dilaksanakan secara keseluruhan.	0	2	7	6	15
11	Hasil pengabdian sesuai dengan solusi yang diharapkan oleh mitra.	0	1	9	5	15
12	Kegiatan PKM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra.	0	0	13	2	15
13	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat.	0	0	10	5	15
14	Evaluasi program PKM setelah kegiatan PKM dilaksanakan.	0	1	7	7	15
15	Keberlanjutan Program berupa penggunaan alat TTG atau Materi tetap digunakan/dilaksanakan meskipun kegiatan pengabdian sudah selesai.	0	0	13	2	15
<b>Total Nilai</b>		<b>0</b>	<b>7</b>	<b>139</b>	<b>79</b>	<b>225</b>
		<b>0%</b>	<b>3%</b>	<b>62%</b>	<b>35%</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Ket:

TP : Tidak Puas

KP : Kurang Puas

P : Puas

SP : Sangat Puas

## Simpulan Dan Saran

Kesimpulan dari Pelatihan dan Pendampingan *Digital Marketing* untuk meningkatkan *Brand Image* di LPD Bekul adalah sebagai berikut:

1. Pada Pelatihan *Digital Marketing Communication*, Peserta menunjukkan antusias yang tinggi terhadap pelatihan tersebut yang ditunjukkan dengan berbagai macam pertanyaan yang muncul kepada pemateri terkait topik tersebut. Hal tersebut sangat dirasakan manfaatnya oleh peserta pelatihan yang belum mengetahui secara baik mengenai praktek dari digital communication tersebut.



2. *Digital Communication Relationship* juga mendapatkan atensi yang serius dari peserta, yaitudengan mengelompokan data dari nasabah sesuai dengan karakteristiknya untuk memudahkan enggament dari LPD Bekul kepada masyarakat.
3. Pelayanan Digital, mendapatakan respon yang baik dari peserta dengan komitmen bahwa akan dibuatnya layanan costumer service 24 jam yang berbasis digital sehingga diharapkan dengan adanya layanan tersebut dapat menangani pertanyaan mapun keluhan dari nasabah.
4. Hasil evaluasi para peserta 98% puas dengan adanya pelatihan dan Pendampingan *Digital Marketing* untuk meningkatkan *Brand Image* di LPD Bekul.

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, beberapa saran dapat diberikan:

1. Penting untuk melanjutkan pendampingan setelah pelatihan untuk memastikan penerapan yang berkelanjutan dari pemasaran digital dan strategi CRM. Tim pelaksana dapat mengadakan sesi konsultasi atau pemantauan secara berkala untuk membantu para pedagang mengatasi kendala yang mungkin muncul dan memberikan saran yang relevan.
2. Berdasarkan umpan balik peserta terkait pemaparan materi, disarankan agar para narasumber mengkaji ulang penggunaan istilah-istilah asing atau teknis dalam materi, terutama karena peserta di LPD Bekul mungkin lebih nyaman dengan bahasa daerah atau bahasa Indonesia. Dalam penyampaian materi, perlu dipertimbangkan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh semua peserta.
3. Tim panitia dapat menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, seperti ahli pemasaran digital atau praktisi bisnis, untuk memberikan perspektif dan pengetahuan yang lebih luas kepada para pedagang. Kolaborasi ini dapat melengkapi pengetahuan yang diberikan oleh tim pelaksana dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang tren dan praktik terkini dalam pemasaran digital.

## Daftar Rujukan

- Gorda. IGN, 1999. Tri Hita Karana Sebagai Sumber Nilai Keberadaan Desa Adat di Provinsi Bali. *Widia Satya Dharma Journal Kajian Hindu, Budaya dan Pembangunan Sekolah Tinggi Ekonomi Satya Dharma Singaraja* No. 1. Hal 22-36
- Hobart, Angela, Urs Ramseyer, & Albert Leemann, 1996. *The People of Bali*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Bekul Tahun 2013.
- Pemerintah Tingkat I Bali, 2002. *Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Bali*.
- Pemerintah Tingkat I Bali, 2003. *Peraturan Daerah No. 12 Tahun 2003 tentang Prinsip Kehati-hatian Dalam Mengelola Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Bali*.

Pemerintah Tingkat I Bali, 2007. *Peraturan Daerah No. 3 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Provinsi Bali No.8 Tahun 2002 Tentang Perkreditan Desa.*

Peraturan Gubernur Bali No. 16 Tahun 2008 tentang *Pengurus dan Pengawas Internal Lembaga Perkreditan Desa*

Suartana, I Wayan, 2009. *Arsitektur Pengelolaan Risiko Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD)*, Edisi Pertama, Udayana University Press, Denpasar.

Wiana, I Ketut, 1999. Penataan dan Pelembagaan Agama Hindu di Bali Dalam Usadi Wiryatnaya dan Jean Couteau ed. *Bali di Persimpangan Jalan*. Denpasar. Nusa Data Indo Budaya.

Warren, Carol, 1993. *Adat and Dinas : Balinese Communities in The Indonesian State*. Oxford: Oxford University Press.

