

Pelatihan Digital Marketing Bagi Ibu-Ibu PKK RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong



Adji Widodo¹, Ahmad Nurhadi², Yhonanda Harsono^{*3}

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia

dosen01554@unpam.ac.id, dosen01023@unpam.ac.id, yhonanda2906@gmail.com

Article History:

Submission : 2022-06-21

Review : 2022-06-22

Publication : 2022-06-30

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan Digital Marketing bagi Ibu-ibu PKK sebagai kelanjutan dari program peningkatan program ekonomi kreatif di lingkungan RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong. Acara pengabdian kepada masyarakat ini diadakan pada tanggal 22 Mei 2021, bertempat di Musholah Abu Bakar RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong, Tangerang Selatan. Metode yang digunakan yaitu dengan presentasi, diskusi, dan tanya jawab. Adapun peserta yang hadir dari Ketua RW 008, Ketua RT 02, Kader PKK, dosen dan mahasiswa. Pada sesi presentasi narasumber menyampaikan perihal pentingnya digital marketing dalam memasarkan barang. Dengan perkembangan teknologi digital marketing sangat dibutuhkan dalam pemasaran produk. Pemasaran online dapat menembus batas waktu dan ruang dan tempat pemasaran, artinya dapat berjualan kapan saja dan dimana saja. Dibutuhkan strategi dalam mempergunakan digital marketing agar meningkatkan penjualan. Bidang usaha ekonomi kreatif yang sudah berjalan meliputi bidang kuliner seperti warung bubur ayam, warung lontong sayur, kue kering, dan gorengan, juga outlet penjahit pakaian. Dari diskusi ibu-ibu PKK sangat tertarik dengan digital marketing. Beberapa usaha yang dijalankan sebagian sudah menggunakan media sosial dalam pemasarannya seperti facebook dan instagram. Sebagian besar sudah memasarkan melalui pesan singkat melalui Whatsapp grup. Disarankan agar ibu-ibu meningkatkan lagi strategi digital marketingnya secara bertahap dengan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO), menggunakan *Pay-per-click advertising*, *content marketing*, memanfaatkan *social media marketing*, dan *email marketing*.

Keyword : *PKK; Digital Marketing*, Ekonomi Kreatif

PENDAHULUAN

Di dalam meningkatkan taraf kesejahteraan keluarga ibu-ibu kader PKK RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong sudah mengadakan acara pelatihan yang berhubungan dengan keterampilan dan pengembangan usaha kecil. Maksud dan tujuan diadakan pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah untuk memperkuat kelompok-kelompok PKK dalam mengelola dan menumbuh kembangkan usaha ekonomi untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Pelaksanaan ini sangat penting dalam memajukan usaha terutama pemanfaatan teknologi informasi untuk perluasan pemasaran dengan memiliki akun digital marketing. Pemasaran online dapat menembus batas waktu dan ruang dan tempat pemasaran , artinya dapat berjualan kapan saja dan dimana saja

Dari sesi PKM sebelumnya diperoleh informasi bahwa sebagian besar ibu-ibu masih bersifat konvensional yaitu dengan membuka kios, atau lapak, toko di depan rumah. Sebagian besar masih belum mengerti bagaimana cara yang efektif teknik pemasaran melalui digital marketing.

Bagi kebanyakan pelaku kader PKK yang termasuk juga pelaku UKM baru pemasaran banyak dimaknai sebagai jualan atau sebagai promosi saja. Padahal pemasaran bisa lebih luas bukan saja jualan dan promosi. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran bagi UKM pemula menyebabkan usaha yang dijalankan minim strategi, sehingga tak sedikit pengusaha kecil mengalami kerugian bahkan gagal dalam menjalankan usahanya. Pada persaingan usaha semakin sengit dalam menjalankan usaha kecil yang mengalami kerugian, sumedangkab.go.id (2021).

Mengatur strategi pemasaran sangat penting karena bukan hanya masalah jualan saja tetapi menyangkut banyak hal. Pemasaran adalah alat komunikasi sebagai alat komunikasi, pemasaran dapat difungsikan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan berbagai informasi mengenai produk yang akan dijual kepada konsumen. Beragam informasi produk tersebut diantaranya seperti keunggulan produk dibanding pesaing yang ada, beragam fitur produk yang ditawarkan dan berbagai informasi yang lebih rinci tentang produk-produk yang akan dijual di pasaran, Tumpi (2017).

Pemasaran adalah senjata untuk menghadapi persaingan. Pemasaran yang dirancang dengan strategi jitu, akan lebih mudah untuk mengalahkan persaingan bisnis yang semakin hari semakin kuat. Strategi pemasaran akan menjadi kendaraan yang tangguh untuk bergerak lebih cepat, bisa menjadi senjata untuk menyerang keberadaan produk kompetitor, dan memenangkan persaingan usaha.

Marketing is a blood of company begitu bunyi pepatah. Pemasaran adalah darah perusahaan, untuk itu strategi pemasaran perlu dilakukan dengan baik, untuk mempermudah penjualan produk. Dengan strategi yang baik maka juga akan mempermudah pencapaian hasil penjualan secara maksimal.

Strategi Pemasaran untuk membangun merek. Diakui ataupun tidak, saat ini konsumen bersedia membelanjakan uangnya untuk membeli produk salah satu faktornya adalah karena adanya merek. Merek yang mampu berada di benak konsumen adalah merek yang berhasil dibangun. Membangun merek agar kuat dan dapat dipercaya salah satunya adalah dengan merancang strategi pemasaran yang baik.

Strategi Pemasaran untuk membangun hubungan dengan konsumen. Promosi sebagai salah satu bagian dari bauran pemasaran merupakan satu jalan untuk membangun hubungan dengan konsumen. Adapun bauran promosi sendiri terdiri dari Advertising (Periklanan), Sales Promotion (Promosi penjualan), Public Relation (Hubungan Masa), Personal Selling (Penjualan Perseorangan), dan Direct Marketing (Pemasaran langsung). Dengan menerapkan strategi bauran promosi ini, pelaku usaha bisa membangun hubungan dan meningkatkan loyalitas konsumennya.

Pemasaran untuk mengetahui keinginan konsumen. Berbicara tentang pemasaran, maka tak kan bisa dilepaskan dengan riset pasar. Dari riset pasar inilah seorang marketer akan dapat mengetahui perilaku pasar yang ditargetkan. Dari sinilah bisa diketahui apa tingkah laku konsumen, kegemarannya, dan juga keinginan konsumen. Dari riset pasar inilah maka pelaku usaha UKM dapat menentukan produk yang dijualnya.

Strategi Pemasaran untuk menjaga pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Bisnis dalam jangka panjang akan sangat ditentukan oleh kekuatan merek, kualitas produk, serta komunikasi pemasaran yang berkelanjutan.

Saat ini Indonesia sudah mulai bangkit dari terpuruknya ekonomi akibat pandemi Covid-19, Dampak pandemic Covid-19 sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu cukup singkat, pelaku usaha harus memutar otak untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Ada beberapa peluang bisnis atau peluang karier yang masih terbuka lebar salah satunya di bidang digital marketing. Para pelaku industri digital marketing justru bersyukur dengan adanya wabah tersebut.

Digital marketing merupakan strategi yang wajib diterapkan setiap pebisnis yang ingin bertahan di tengah perkembangan teknologi di saat ini. Pakar digital marketing sekaligus CEO Panenmaya, Pikikih Tutuko membenarkan bahwa Covid-19 telah membawa berkah sendiri pada kegiatan pemasaran di ranah online, Fairuz (2021).

Karena itu, di masa pandemi pelaku usaha diwajibkan untuk mengoptimalkan pemasaran online dan digital marketing sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Di era digital saat ini, berinteraksi dengan konsumen banyak dilakukan melalui media social. Setidaknya ada 5 strategi yang bisa diterapkan oleh pebisnis agar tetap survive di masa pandemi.

Dengan banyaknya orang yang harus isolasi mandiri di rumah, dan melihat social media mereka agar tetap update berita terbaru atau sekedar mencari hiburan semata.

Yang pertama harus dilakukan adalah ikut menampilkan konten yang bersifat kepedulian sosial saat masa pandemi lewat social media. Atau mengirimkan pesan broadcast melalui email secara massal kepada pelanggan. Perlu diingat bahwa konten yang ditampilkan tidak melulu soal “jualan” . Sehingga mampu membentuk ikatan yang cukup kuat dan membangun koneksi dengan konsumen.

Terus semangat, itulah kata yang pas untuk situasi sekarang ini. Kita bisa memulai dari membuat konten yang menarik dari segi visual maupun caption, Memanfaatkan websites untuk memperkenalkan informasi usaha lebih detail, Memperluas penjualan melalui marketplace dan Ecommerce. Di era digital saat ini, strategi ini dapat meningkatkan brand awareness.

Salah satu dampak dari pandemi Covid-19 adalah banyak orang yang di PHK, Otomatis mereka tidak mendapatkan pendapatan sama sekali dan pasti mereka berfikir dua kali untuk menghabiskan uang. Orang-orang akan lebih berhemat dalam berbelanja. Memberikan diskon pada produk adalah salah satu solusinya cara ini dapat mendapatkan simpati dari pelanggan dan dapat juga mendatangkan pelanggan diluar target pasar, dan tentunya agar pemasukan tetap terus berjalan.

Promosikan produk kita dengan cara menggandeng influncer. Influencer adalah individual yang memiliki reputasi dan popularitas yang tinggi untuk mempengaruhi banyak orang dalam dunia media sosial. Ini juga merupakan salah satu cara yang paling efektif agar bisnis berjalan dengan lancar, Karena efek yang ditimbulkan dari influencer ini juga menguntungkan kita contoh nya bisa membantu meningkatkan brand awareness public pada toko online dan produk anda, Menciptakan brand advocate (pengguna yang loyal), meningkatkan reputasi dan page ranks.

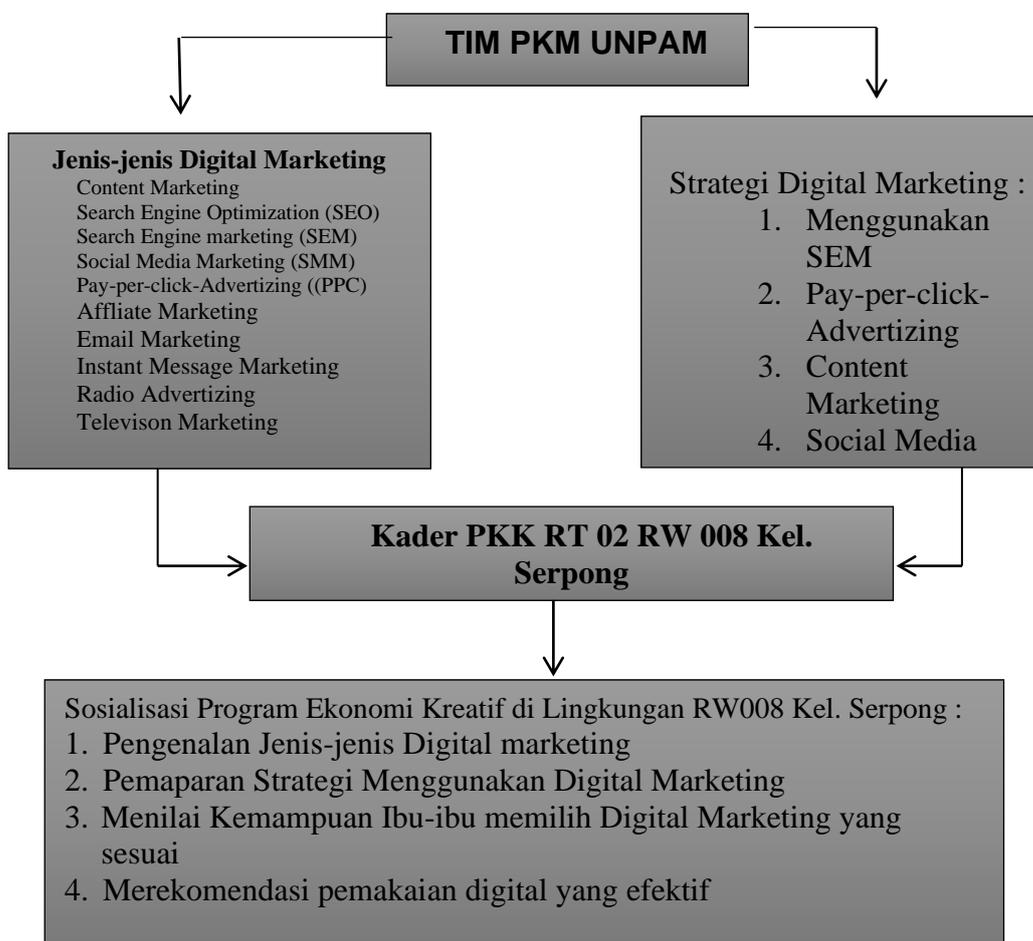
Konten yang menarik dapat diunggah di berbagai platform. Tetapi gunakan platform yang mendukung bisnis kita secara online. Juga harus paham dimana konten kita akan di publish dan siapa target market kita. Ada beberapa platform yaitu : Instagram, You-Tube, Twitter, Facebook, dan yang baru-baru ini adalah Tiktok.

METODE

Kerangka Pemecahan Masalah

Tim pengabdian dari dosen Universitas Pamulang ingin memberikan sebagian

ilmunya untuk dapat memberikan pelatihan digital marketing kepada ibu-ibu PKK dalam meningkatkan pemasaran produk di RT 02, RW 008, Kelurahan Serpong. Kegiatan presentasi dan Tanya jawab disampaikan kepada seluruh pihak terkait yaitu Ketua RW 008, Ketua RT 02, para kader PKK dan ibu-ibu warga sekitar, yang dikemas dengan nama kegiatan “Pelatihan Digital Marketing Bagi Ibu-ibu PKK RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong”. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam skema di bawah ini :



Gambar 1. Alur Pengabdian Kepada Masyarakat

Realisasi Pemecahan Masalah

Universitas Pamulang adalah Perguruan Tinggi yang berdiri di bawah Yayasan Sasmita Jaya yang beralamat di Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang, Tangerang Selatan. Universitas Pamulang mempunyai visi “Bermutu dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan pengabdian terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat, berlandaskan ridha Tuhan Yang Maha Esa”. Universitas Pamulang berada di dalam lingkup perguruan tinggi yang ada di dalam wilayah lingkungan Kopertis IV.

Dalam menjalankan Tri Darma Perguruan Tinggi, Universitas Pamulang melakukan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan ilmu, institusi, serta teknologi yaitu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada masyarakat. Dalam implementasi hal tersebut Universitas Pamulang telah bekerja sama dengan berbagai pihak yakni pemerintah pusat, propinsi, kabupaten, dunia usaha, swasta maupun dengan masyarakat. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini, dengan melihat lokasi RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong yang tak jauh dari kampus

Universitas Pamulang, maka para dosen terpanggil untuk dapat membantu berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat. Sudah selayaknya kehadiran perguruan tinggi agar dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat baik yang dekat maupun yang jauh. Dengan adanya kader PKK, sebagai penggerak diharapkan dapat membina, mengarahkan, para UMKM meningkatkan kinerjanya seperti dalam pemilihan jenis usahanya, pengelolaan sumber daya manusainya, peningkatan kemampuan menggunakan aplikasi E-commerce.

Oleh karena itu penyuluhan dan pelatihan telah dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat ini sesuai dengan tujuan mendorong para kader PKK untuk memberi wawasan kepada ibu-ibu di wilayah RT 02 RW 008 dapat mengembangkan pemasaran produk hasil usaha ekonomi kreatif yang sudah dijalankan. Untuk itu dibutuhkan strategi penggunaan digital marketing mana yang sesuai dengan kemampuan ibu-ibu PKK RT 02 RW 008 Kelurahan Serpong.

Khalayak Sasaran

Sasaran program pengabdian kepada masyarakat yang akan di tuju adalah kader PKK sebagai penggerak ekonomi keluarga, sebagai pihak yang mkemberikan sosialisasi apa saja jenis-jenis ekonomi kreatif, kepada para wirausaha, dan para UMKM di wilayah Kelurahan Serpong, Tangerang Selatan. Adapun undangan pada acara penyuluhan berjumlah 30 Orang.

Tempat Dan Waktu

Tempat :

Musholah Abu Bakar RT 02 RW 008 Kampung Serpong, Kel., Serpong, Tangerang Selatan – Banten.

Waktu :

Tgl. 20 Mei 2021, tahap survey lokasi dan pengenalan tim pengabdi ke tuan rumah dan lokasi acara di Musholah Abu Bakar RT 02 RW 008

Tgl. 21 Mei 2021, tahap persiapan pemasangan spanduk, sound system, dan peralatan lain yang akan dipergunakan pada acara penyuluhan

Tgl. 22 Mei 2021, tahap akhir penyuluhan dan pengabdian kepada masyarakat

Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah melalui kegiatan yaitu :

1. Mendata apa saja jenis usaha ibu-ibu PKK yang sudah berjalan
2. Penyampaian pentingnya pemasaran usaha ekonomi kreatif
3. Penyampaian materi pentingnya pemasaran melalui digital marketing
4. Tanya jawab apa saja kendala-kendala yang dialami para wirausaha
5. Perlunya pendampingan ibu-ibu PKK dalam mengoperasikan gadget untuk pemasaran melalui online
6. Perlunya melakukan strategi digital marketing yang efektif
7. Pengenalan E-commerce seperti Gofood, Grab Express, Shopee food
8. Pengenalan Marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee dll.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran Usaha Ibu-ibu PKK Yang Sudah Berjalan

Pada acara pengabdian kepada masyarakat ini terdapat beberapa dialog antara

dosen dan kader PKK. Salah satunya Ibu Kokom sudah memakai media social seperti Facebook dan instagram dalam memasarkan usaha bubur sumsumnya. Ibu Ari juga sudah menggunakan media Instagram dalam mempromosikan produk kue keringnya.

Ibu Rini yang memiliki warung makan lontong sayur dan aneka kue, mengharapkan ada peningkatan pemasaran melalui digital marketing, sudah mempunyai akun instagram tetapi belum intens menampilkan produk usahanya. Sebagian besar ibu-ibu masih menggunakan pesan singkat melalui Whatsapp grup. Dari narasumber Ibu Yhonanda dan Bapak Ahmad Nurhadi, menyarankan untuk mangajak anak-anaknya yang saat ini remaja membantu mengoperasikan pola penjualan melalui jaringan internet seperti instagram, twitter, facebook atau tiktok.

Dari hasil diskusi dan tanya jawab dapat disampaikan bahwa kondisi dan kegiatan PKK di RW 008 Kelurahan Serpong sebagai berikut :

1. Kegiatan pertemuan kader PKK rutin sudah berjalan setiap bulan dalam rangka memperdayakan kesejahteraan keluarga
2. Kegiatan kader PKK seputar pelatihan tentang keterampilan
3. Sharing pengalaman usaha kecil antar satu kader dengan yang lainnya

Beberapa kendala yang dialami beberapa kader PKK yang memiliki usaha diantaranya sbb :

1. Pemasaran barang baru seputar tetangga sekitar
2. Jaringan pemasaran masih terbatas
3. Kurangnya menguasai aplikasi E-commerce/ digital marketing
4. Memerlukan waktu pendampingan untuk memahami dan mempelajari konsep digital marketing yang efektif

Rekomendasi

Untuk memperdalam pengetahuan dalam penguasaan digital marketing, Ibu-ibu PKK dalam memasarkan usahanya, mempelajari jenis-jenis digital marketing sebagai berikut:

1. *Content Marketing*, menggunakan konten dalam beriklan seperti foto, video
2. Melakukan *Search Engine Optimization (SEO)*, yaitu pembuatan website dengan kata kunci agar mempermudah menarik pengunjung
3. *Search Engine marketing (SEM)*, pencarian nama usaha berbayar
4. *Social Media Marketing (SMM)*, pemasaran melalui media sosial
5. *Pay-per-click-Advertizing (PPC)*, iklan berbayar setiap diklik
6. *Affiliate Marketing*, yaitu memberikan link pada artikel yang dipublikasikan
7. *Email Marketing*, pemasaran melalui email
8. *Instant Message Marketing*, pemasaran melalui pesan singkat seperti Whatsapp, WeChat dll.
9. *Radio Advertizing*, beriklan melalui radio
10. *Television Marketing*, beriklan melalui televisi

Agar lebih terarah diperlukan strategi dalam penggunaan digital marketing yaitu sebagai berikut :

1. Memulai penggunaan Search Engine Marketing, yaitu membuat Website dapat dengan mudah dicari dengan menggunakan kata kunci, biasanya dengan media Google
2. Pay-per-click-Advertizing, yaitu membuat iklan dengan berbayar setiap pelanggan meng-klik tulisan promosinya

3. Mencoba mengaplikasikan Content Marketing, yaitu dengan membuat foto, gambar atau video untuk menarik pembaca iklan kita di media
4. Membiasakan dengan pemasaran melalui media social seperti facebook, instagram yang mudah dijangkau dan banyak pemakainya
5. Bisa memulai dengan Email marketing untuk menjaga pertemanan, jika usaha sudah benar berkembang dan memiliki banyak relasi

KESIMPULAN

Dari acara Pengabdian kepada masyarakat ini, telah dilakukan penyuluhan bagaimana mengenali jenis-jenis digital marketing dan strategi menggunakannya bagi Ibu-ibu kader PKK dalam dalam pemasaran produk ekonomi kreatif di wilayah RT 02 RW 008 Serpong, sebagai berikut :

1. Pemahaman jenis-jenis digital marketing
Ibu-ibu kader PKK memahami yang termasuk di dalam jenis-jenis digital marketing bagi usaha ekonomi kreatif yaitu mulai dari Content Marketing, Search Engine Optimization (SEO), Search Engine marketing (SEM), Social Media Marketing (SMM), Pay-per-click-Advertizing ((PPC), Affiliate Marketing, Email Marketing, Instant Message Marketing, Radio Advertizing, dan Television Marketing. Dengan pengenalan ini diharapkan ibu-ibu dapat mencoba menggunakannya dalam memasarkan produk usahanya.
2. Dimulai dari media sosial
Di dalam meningkatkan omset serta memperluas jaringan pemasaran, ibu-ibu PKK dapat meningkatkan keterampilan dalam penguasaan gadget sehingga produk dapat dipasarkan dengan social media yang mudah dulu seperti Instagram, Twiter, Facebook, atau melalui market-place seperti Tokopedia, Shoppe dll.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. (HC). H. Darsono, Ketua Yayasan Sasmita Jaya
2. Bapak Dr. Drs. E. Nurzaman AM., M.M., M.Si., Rektor Universitas Pamulang
3. Bapak Dr. H. Endang Ruhiyat, S.E., MM, CSRA, CMA., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
4. Bapak Dr. Ali Maddinsyah, M.M., Ketua LPPM Universitas Pamulang, dan Staff, yang telah memberikan arahan untuk terselesaikannya laporan pengabdian kepada masyarakat ini.

Pengabdi menyadari masih adanya kekurangan di dalam pengabdian ini. Maka krritik dan saran akan pengabdi terima demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga hasil pengabdian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

REFERENSI

- Antonius Satria Hadi, et al. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dinamisia*. Vol.4, No. 1
- Mufridah, et al. (2022). Pendampingan Digital Marketing Pada UMKM PKK Karangploso View Ngenep. *Jurnal Studi Kasus Ekonomi*, Vol. 06, No. 01
- Rahmatika, (2020). Penerapan E-Commerce Pada Kelompok PKK di Kelurahan Pabuaran – Cibunong. *Jurnal PKM* Vol.3 No.3 2020

Widodo, Adji, et al. (2021). "MENDORONG PERAN KADER PKK DALAM MENINGKATKAN PROGRAM EKONOMI KREATIF DI LINGKUNGAN RW 008 KELURAHAN SERPONG." *Abdimas Awang Long* 5.1 (2022): 1-10.

Widodo, Adji, et al. (2020). "Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Menjadi Seorang Wirirausaha, Di Wilayah RW 09, Kampung Bulak, Kelurahan Benda Baru, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan-Banten." *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.1 (2020).<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL/article/view/4018>

Website :

Gulman Azkiya (2021). 5 Strategi Digital marketing yang Dapat langsung Kamu Gunakan. Skill Academy by Ruang Guru. <https://blog.skillacademy.com/strategi-digital-marketing>

Pemerintah Kab. Sumedang, (2021). TP. PKK Kabupaten Sumedang Gelar pelatihan Pemasaran Online Hasil UP2K. [Sumedangkab.go.id](https://sumedangkab.go.id)

<https://sumedangkab.go.id/berita/detail/tp-pkk-kabupaten-sumedang-gelar-pelatihanpemasaran-online-hasil-up2k>

Universitas Bung Hatta, (2021). Strategi pemasaran Itu Penting Untuk UKM, Ini Alasannya. *Fak. Ekonomi dan Bisnis*. <https://tumpi.id/strategi-pemasaran-itu-penting/>

Febyandi, 2018. Kader PKK adalah Ujung Tombak. [Jatengprov.go.id](http://jatengprov.go.id) Portal Berita

Fairuz Salsabila, 2021. Pentingnya Digital Marketing saat Pandemi Covid-19. *Management International, UNSOED, Yahoo Berita*

PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). [SukoharjoKab.go.id](http://sukoharjoKab.go.id)
<http://wonorejo-sukoharjo.desa.id/pkk/>