PELATIHAN STRATEGI MARKETING BERBASIS DIGITAL PADA PAGUYUBAN IBU-IBU PERUM PODOMORO KARTASURA SUKOHARJO

Siti Rokhmah[1], Ihsan Cahyo Utomo[2]
[1] Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Sukoharjo
[2] Universitas Muhammadiyah Surakarta, Sukoharjo
Paguyuban Ibu-Ibu Perum Podomoro, Gowanan, Ngemplak, Kartasura Sukoharjo
E-mail: [1)]Sitirokhmah@itbaas.ac.id, [2)]icu886@ums.ac.id

Abstrak

Perempuan memiliki banyak peran, terutama perempuan yang sudah menyandang status menikah. Selain berperan sebagai partner suami dalam mengelola kehidupan rumah tangga, sebagian besar perempuan juga berperan dalam membantu perekonomian keluarga. Semenjak digalakkan pemberdayaan perempuan dalam pada sektor UMKM, perempuan mulai aktif berperan dalam berwirausaha baik melalui media online ataupun offline. Paguyuban ibu-ibu perum podomoro merupakan organisasi yang dibentuk sebagai wadah silaturahim dan komunikasi antar warga perum, sebagian ibu-ibu di lingkungan perum podomoro adalah pekerja di sektor formal dan sebagian seabagi ibu rumah tangga, namun banyak ibu-ibu perum podomoro yang memiliki usaha sampingan dengan berjualan. Untuk membantu ibu-ibu perum podomoro dalam meningkatkan penjualan, maka di laksanakan kegiatan pelatihan strategi marketing berbasis digital. Kegiatan ini bertujuan memberikan bekal ketrampilan kepada ibu-ibu perum podomoro dalam memanfaatkan teknologi digital dalam membantu pemasaran, selain itu kegitan ini bertujuan memberikan motivasi kepada ibu-ibu perum podomoro dalam berwirausaha sehingga dapat berkontribusi dalam peningkatan kesejaheraan ekonomi keluarga. Pelatihan ini dilaksanakan dengan seminar dan tanya jawab, dengan materi tentang model pemasaran digital, trik dan tips dalam pemasaran digital agar banyak pengguna internet yang dapat mengakses, dan media-media yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran digital. Dengan kegiatan ini diharapkan dapat membantu ibu-ibu perum podomoro dalam meningkatkan *omzet* penjualan dan memberikan motivasi dalam berwirausaha.

Kata Kunci: Digital marketing, pelatihan, peguyuban ibu-ibu perum podomoro.

Abstract

Women have many roles, especially women who are already married. Apart from playing a role as husband's partner in managing household life, most women also play a role in helping the family economy. Since women's empowerment was promoted in the MSME sector, women have begun to play an active role in entrepreneurship both through online and offline media. Perum Podomoro women's association is an organization formed as a forum for friendship and communication between Perum residents, some mothers in the Perum Podomoro environment are workers in the formal sector and some are housewives, but many Perum Podomoro women have side businesses by selling. To assist the women of Perum Podomoro in increasing sales, a digital-based marketing strategy training activity was carried out. This activity aims to provide Perum Podomoro women with skills in utilizing digital technology in assisting marketing, besides that this activity aims to provide motivation to Perum Podomoro women in entrepreneurship so that they can contribute to improving family economic welfare. This training is carried out with seminars and questions and answers, with material on digital marketing models, tricks and tips in marketing that are activated so that many internet users can access them, and media that can be utilized in digital marketing. With this activity it is hoped that it can help Perum Podomoro women in increasing sales turnover and providing motivation in entrepreneurship.

Key Word: *Digital marketing, training, association of women from Perum Podomoro.*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan usaha rumahan melalui pemberdayaan perempuan merupakan salah satu agenda pemerintah. Melalui usaha rumahan perempuan dapat mengembangkan usaha tanpa meninggalkan tanggung jawab rumah tangga, bahkan bagi perempuan yang bekerja di sektor formal pun dapat berkontribusi dalam pengembangan usaha rumahan, terlebih dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan pemasaran dan promosi dilaksanakan secara online tanpa terbatas ruang dan waktu [1]. Dalam upaya mengembangkan usaha bagi perempuan diperlukan pemahaman terhadap permsalahan dan strategi-strategi dalam mengatasinya, terutama strategi dalam pemasaran yang merupakan peran yang sangat penting dalam keberhasilan usaha [2].

Perum podomoro merupakan sebuah kompleks perumahan yang terdiri dari 42 kepala keluarga. Untuk menjalin silaturahim dan meningkatkan keharmonisan dalam lingkungan dibentuklah paguyuban ibu-ibu podomoro. Sebagian ibu-ibu di perum podomoro adalah ibu rumah tangga yang memiliki usaha sampingan berjualan, sebagian lainnya adalah ibu-ibu pekerja yang sebagian juga merintis usaha berjualan. Dalam menjalankan usaha, pemasaran merupakan hal yang sangat penting. Namun di era modern seperti saat ini media pemasaran telah mengalami perkembangan sehingga diperlukan strategi-strategi khusus untuk dapat bersaing, hal tersebut dibuktikan dengan maraknya media penjualan berbasis online untuk menjangkau pelanggan dari berbagai kalangan tanpa terbatas ruang dan waktu [3].

Digital marketing merupakan perwujudan dari penerapan, pengunaan atau pemanfaatan dari teknologi dalam proses pemasaran [4]. E-marketing adalah salah satu pemasaran digital marketing. E-marketing meupakan proses pemsaran dengan memanfaatkan teknologi komunikasi, khususnya internet [5]. Digital marketing dengan memanfaatkan internet memiliki beberapa keuntungan diantaranya adalah tidak ada batas nyata dalam ruang beriklan akses dan pencairan keterangan sangat cepat jika diandingkan dengan metode konvensional, selain itu pemasaran menggunakan media internet dapat dikunjungi oleh siapapun dan dimanapun di seluruh dunia [6].

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan model seminar dan pelatihan, peserta menggunakan media laptop maupun handphone. Pada kegiatan ini dijelaskan model-model pemasaran berbasis digital dan strategi pemasarannya agar mudah dapat dilihat dan diakses oleh para calon customer. Pada kegiatan ini juga diberikan contoh pemasaran melalui media sosial seperti instagram, facebook, tiktok, whatsup dan pemasaran melalui marketplace seperti shopee, lazada dan lainya juga pemanfaatan blog dalam kegiatan pemasaran. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keahlian ibu-ibu di kompleks perum podomoro dalam memasarkan usaha rumahan sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program pelatihan strategi marketing berbasis digital pada paguyuban ibu-ibu perum podomoro kartasura sukoharjo diharapkan dapat membantu ibu-ibu di kompleks perum podomoro untuk meningkatkan pendapatan dari usaha rumahan dengan memanfaatkan media digital sebagai promosi. Adapun kegiatan masyarakat ini terbagi menjadi empat aktivitas kegiatan yaitu penjelasan strategi pemasaran berbasis digital, media-media pemasaran berbasis digital, praktik melakukan pemasaran berbasis dgital dan diskusi serta tanya jawab terkait pemasaran berbasis digital. Keempat aktivitas ini dirancang pelaksanaannya dengan menggunakan pendekatan yang melibatkan partisipasi mitra. Sementara metode kegiatan diupayakan mampu mencapai tujuan yang diharapkan, sebagaimana dapat diperhatikan pada Tabel 1.

Tabel 1 kegiatan pengabdian pelatihan strategi marketing berbasis digital pada paguyuban ibu-ibu perum podomoro kartasura sukoharjo

Tujuan Kegiatan Partisipasi Mitra	Program/Metode	Mitra
Menggali informasi tentang kegiatan wirausaha yang dijalankan oleh ibu-ibu perum podomoro.	Diskusi	1. Mitra menjabarkan usaha yang dijalankan para ibu di perum Podomoro 2. Mitra menjabarkan kelemahan dan kesulitan dalam melakukan pemasaran. 3. Mitra menginginkan tetap melakukan usaha dan pemasaran tanpa meninggalkan kegiatan utama
Memetakan kebutuhan mitra	Diskusi	1. Mitra menjabarkan bagaimana memanfaatkan internet dalam pemasaran. 2. Mitra menjabarkan bagaiman membuat iklan di internet yang menarik dan dapat diakses oleh banyak orang
Merencanakan kegiatan pelatihan	Membuat rancangan kegiatan	1. Mitra berperan aktif dalam memberikan masukan pelatihan 2. Mitra menyediakan tempat untuk kegiatan
kegiatan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital	Pelaksanaan kegiatan	Mitra mengikuti kegiatan dan berperan aktif dalam diskusi dan tanya jawab

Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha maka dalam penerapan program kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilakukan langkah-langkah dalam bentuk kegiatan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital bagi ibu-ibu perum podomoro sebagai berikut:

1. Metode seminar
   Metode ini bertujuan untuk menyampaikan strategi pemasaran berbasis digital, menjelaskan peran internet dalam pemasaran, media sosial dan model marketplace yang dapat digunakan sebagai media pemasaran serta trik dan tips dalam membuat iklan produk agar menarik dan diakses oleh banyak orang.
2. Metode demonstrasi

Metode ini bertujuan untuk mempraktikkan langsung bagaimana memanfaatkan media sosial, marketplace dan blog dalam pemasaran. Dalam kegiatan ini di demonstrasikan pemasaran melalui media TikTok, Facebook, Shopee, Lazada dan Blogspot.

3. Metode praktik dan pelatihan
   Metode ini bertujuan memberikan pengalaman langsung ibu-ibu di perum podomoro dalam mempraktikkan sendiri dalam menggunakan media digital dalam pemasaran. Karena keterbatasan waktu dan aplikasi yang dimiliki oleh ibu-ibu podomoro, maka praktik yang dapat dilakukan adalah membuat iklan melalui facebook, pembuatan akun shopee dan bagaimana pengatutan sebelum melakukan iklan dan bagaimana membuat blogspot untuk mengunggah dan memasarkan produk usaha.
4. Metode Diskusi dan tanya jawab
   Metode ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada ibu-ibu perum podomoro untuk bertanya tentang kesulitan penggunaan media pemasaran berbasis digital, berdiskusi tentang kesulitan dan solusi dalam pemsaaran berbasis digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peserta Pelatihan
   Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyrakat dengan memberikan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital bagi peguyuban ibu-ibu perum podomoro diikuti oleh 25 orang yang semuanya merupakan warga perum Podooro Gowanan Kartasura.
2. Lokasi dan waktu pelatihan
   Pelatihan strategi pemasaran berbasis digital bagi peguyuban ibu-ibu perum podomoro dilaksanakan pada tanggal 17 September 2022 di Mushola Perumahan Podomoro Rt 2 Rw 1 Gowanan, Ngemplak, Kartasura, Sukoharjo. Kegiatan dilaksanakan pada pukul 15.30 sampai dengan 17.30.

3. Pelaksanaan kegiatan
   Kegiatan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital bagi peguyuban ibu-ibu perum podomoro diawali dengan sambutan dari ketua paguyuban, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan dibagi kedalam 2 sesi yaitu pemaparan tentang strategi pemasaran dan praktik pembuatan akun dan iklan pada media digital. Untuk domumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1 Gambar 2, Gambar 3 dan Gambar 4.

Gambar 1. Pemaparan strategi pemasaran oleh Tim Pengabdian masyarakat

Gambar 2. Penyampaian model-model pemasaran berbasis digital

Gambar 3. Praktik pembuatan akun marketplace dan praktik membuat iklan

Gambar 4. Diskusi tentang strategi pemasaran berbasis digital

3.1 Materi pelatihan

Ada beberapa materi yang disampaiakan pada kegiatan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital bagi peguyuban ibu-ibu perum podomoro. Materi pelatihan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Materi Pelatihan

Sesi	Waktu	Pokok bahasan	Target
Ke-1	30 menit	Pengenalan pemasaran berbasis digital, strategi-strategi yang harus dipahami dalam pemasaran berbasis digital, diantaranya waktu melakukan iklan, melakukan *up* iklan secara berkala dan bahasa iklan yang menarik	Diharapkan peserta pelatihan memahami strategi dalam pemasaran berbasis digital dan mampu menentukan waktu dan bahasa yang tepat dalam melakukan iklan/pemasaran produk
Ke-2	30 menit	Menjelaskan media-media berbasis digital yang dapat digunakan dan dibahas sisi kelemahan dan kelebihan masing-masing media. Daintaranya media whatsapp, facebook, instagram, tiktok, shopee, dll.	Diharapkan peserta pelatihan mengetahui media-media berbasis digital apas daja yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online.
Ke-3	60 menit	Praktik melakukan iklan di beberapa media dan membuat akun shopee	Diharapkan peserta pelatihan dapat langsung mempraktikkan pemasaran berbasis digital.
Ke-4	30 menit	Diskusi dan tanya jawab terkait pemasaran berbasis digital	Diharapkan peserta dapat bertanya kesulitan-kesulitan yang dialami dalam pemasaran berbasis digital dan berbagi pengalaman dalam melakukan pemasaran berbasis digital yang pernah dilakukan.

4. KESIMPULAN

Setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan, mulai dari tahap koordinasi, sosialisasi dan pelatihan strategi pemasaran berbasis digital bagi paguyuban ibu-ibu perum podomoro maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat terlaksana sesuai tujuan dan renana. Kegiatan tersebut mendapat sambutan yang baik dari pihak paguyuban perum podomoro, karena banyak dari ibu-ibu di kompleks perumahan podomoro yang menjalankan usaha di sela-sela aktifitas sebagai ibu rumah tangga maupun pekerja di sektor formal dan membutuhkan media promosi yang efektif dan mampu menjangkau calon pelanggan secara luas.

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut terdapat beberapa saran terhadap pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya. Beberapa saran tersebut yaitu, kegiatan tersebut hendaknya dapat dilanjutkan dengan pelatihan yang lebih intensif pada satu media dengan materi yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Marthalina, "Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia," *J. Pembang. Pemberdaya. Pemerintah.*, vol. 3, no. 1, pp. 59–76, 2018.

D. Prasetyani, N. Purusa, and I. Hasbianto, "Studi Empiris Wirausaha Perempuan Di Surakarta : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi, Hambatan Dan Keberhasilan Usaha," *J. Penelitan Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 119–138, 2016, doi: 10.33633/jpeb.v1i2.2000.

F. Y. Febri, D. Permatasari, I. I. Kurniafitra, and ..., "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar," *... dan Inov. J. ...*, vol. 2, pp. 60–72, 2022, [Online]. Available: https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpm/article/view/15717%0Ahttps://journal.unesa.ac.id/index.php/jpm/article/download/15717/7595

D. Rapitasari, "Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core," *Cakrawala*, vol. 10, no. 2, pp. 107–122, 2016.

G. Sagita and Z. R. Wijaya, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07," *J. Ekon. Bisnis dan Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 24–31, 2022.

R. Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.

.