

Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso

Prima Prihatini

Admisitrasi Bisnis, Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni, Universitas Sahid, Surakarta, Indonesia
Email: prihatiniprima@gmail.com

Abstract

The development of technology is growing very rapidly, so that people like it or not have to follow the development of this technology, otherwise they will be left behind. The use of social media is the most powerful marketing tool because people from different backgrounds are very active in using it. With social media, business actors can interact widely with various groups, with cheap and suitable ones to market their products, so that what is offered has a great opportunity to be sold. The main problem faced by housewives is the lack of knowledge in marketing both conventionally (offline) and online, especially e-commerce. The lack of knowledge of housewives about digital marketing has inspired the community service team to deliver socialization and provide training on the use of this information and communication technology. If housewives understand the importance of digital marketing for business opportunities, they are expected to be motivated to use digital marketing as a means of communication and business opportunities for their business, and can practice it directly by utilizing social media. Based on the main problems of partners, namely the lack of marketing management information, the solution offered to partners is to provide material related to digital marketing, offline marketing to increase revenue. The method used is lecture, question and answer, and simulation. The target to be achieved in community service activities is the implementation of the introduction of digital marketing in an effort to increase the income of housewives in order to become a prosperous family. The program's output targets are scientific articles published through the journal ISSN, and increased empowerment of housewives and the ability to take advantage of marketing opportunities through online and offline media.

Keywords : Digital Marketing, Marketing, Increase Income of Housewives

Abstrak

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, sehingga mau tidak mau masyarakat harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut, bila tidak akan tertinggal. Penggunaan sosial media adalah alatpemasaran yang paling ampuh karena semua orang dari berbagai latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya. Dengan sosial media pelaku usaha dapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan, dengan yang murah dan sesuai untuk memasarkan produk mereka, sehingga apa yang ditawarkan memiliki peluang besar untuk terjual. Masalah utama yang dihadapi IRT ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya e-commerce. Minimnya pengetahuan IRT (Ibu Rumah Tangga) mengenai digital marketing menginspirasi dilakukan pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku ibu rumah tangga (IRT) paham akan pentingnya digital marketing bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial. Berdasarkan permasalahan utama mitra yaitu kurangnya informasi manajemen pemasaran maka solusi yang ditawarkan kepada mitra ialah dengan memberikan materi terkait dengan marketing digital, pemasaran offline untuk dapat meningkatkan penghasilan. Dengan metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, dan simulasi. Adapun target yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaksanaan pengenalan digital marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga (IRT) agar menjadi keluarga sejahtera. Target luaran program ini adalah peningkatan keberdayaan ibu rumah tangga (IRT) serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang pemasaran melalui media online dan offline.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pemasaran, Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga

A. PENDAHULUAN

Saat ini untuk berbisnis tidak lagi memerlukan modal yang besar, namun lebih ditekankan adanya keliahan dalam mengandalkan peluang, kecerdasan dalam mengelola dana yang ada, kreatifitas dalam memanfaatkan tenaga yang ada, dan resources sumber daya yang ada. Jika dahulu penjual hanya melakukan transaksi jual beli di dunia nyata, namun kini bisa dilakukan di dunia maya, bahkan dengan waktu hitungan detik. Banyak sekali usahawan yang mengalihkan usaha mereka dari konvesional ke digital, hal ini juga penyebab terjadinya pergeseran trend belanja dan semakin maraknya onlineshop, marketplace hingga e-commerce. Hal ini disebabkan oleh dukungan masyarakat yang menggunakan kecanggihan teknologi untuk lebih memilih belanja online yang instan. Tanpa bantuan atau pemanfaatan pemasaran secara digital atau online, tentunya akan sulit bagi para penjual untuk membangun merek dan brand agar dikenal dan dapat bersaing dalam jangkauan pasar yang luas.

Ini adalah peluang yang besar bagi penjual untuk mulai memiliki penghasilan dengan memanfaatkan internet. Hal ini dikenal dengan Bisnis Online yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Menjalankan bisnis online sama halnya seperti menjalankan bisnis biasa hanya media yang digunakannya berbeda. Bisnis biasa menggunakan aset fisik (toko), sedangkan bisnis online menggunakan aset digital (media sosial). Adapun aplikasi toko online saat ini yang berkembang pesat dan menawarkan segala layanannya secara gratis, seperti; Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Memulai bisnis online tentu membutuhkan teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan seperti rencana keuangan, membuat daftar (list) produk yang ditawarkan, serta teknik membuka toko virtual (aplikasi E-marketing) yang akan menampilkan produk.

Para Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital serta penambahan pendapatan keluarga. Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih (engage) masyarakat. Dalam konteks bisnis, people engagement dapat mengarah kepada penciptaan profit. Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka disepakati bahwa terdapat masalah utama, yaitu Minimnya pengetahuan IRT (Ibu Rumah Tangga) mengenai digital marketing menginspirasi Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Kegiatan ini merupakan bentuk keterlibatan perguruan tinggi dalam melaksanakan Tridharma perguruan tinggi dan memberikan pemahaman dan sosialisasi kepada Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso mengenai strategi-strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengoptimalkan profit yang diinginkan, sehingga terbentuklah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso”

Adapun sasaran pengabdian yang kami tuju yaitu Ibu Rumah Tangga Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso. Sedangkan target luaran program ini adalah Ibu Rumah Tangga Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.

B. PELAKSAAN DAN METODE

1. Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan pada hari Rabu tanggal 18 Mei 2022 di Rumah Bapak Parno selaku Ketua Takmir di Jatiyoso Karanganyar. Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh anggota Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso yang anggotanya terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang selain berprofesi sebagai ibu rumah tangga juga bekerja sebagai penghasil produk makanan dan hasil bumi. Kegiatan ini mengundang anggota Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso sebanyak 30 orang, tetapi hanya 9 orang yang datang karena banyak diantara ibu-ibu yang takut diminta membeli barang yang dipromosikan seperti undangan yang sering mereka ikuti.

2. Metode kegiatan

- a. Pada sesi ceramah yang disampaikan oleh Prima Prihatini, SE., MM, selaku narasumber membahas mengenai Marketing Digital dan manfaat dari penggunaan media online di era digital saat ini.
- b. Pada sesi tanya jawab, membahas permasalahan minimnya pengetahuan tentang aplikasi layanan online digital.

- c. Pada sesi diskusi, para ibu rumah tangga diberikan pemahaman tentang aplikasi yang dibutuhkan dalam pemasaran produk secara digital
- d. Pada sesi pelatihan dalam menggunakan perangkat maupun aplikasi sosial media, sehingga dari aplikasi digital ibu rumah tangga dapat membuat atau menggunakan salah satu atau beberapa situs penjualan online secara minim biaya. Dilanjutkan dengan program pelatihan pemasaran online pada ibu rumah tangga seperti pada Whatsapp, Shopee, Facebook, Instagram, serta situs penjualam online lainnya. Salah satu simulasi pelatihan yang dilakukan berupa marketplace online yaitu pada marketplace Shopee

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tanya jawab, diskusi, pelatihan. Adapun maksud awal dari tim pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan kepada khalayak sasaran terkait dengan digital marketing terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu rumah tangga Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso berupa keripik talas, hasil bumi (jahe, jagung, singkong, dll), getuk singkong, donat singkong, singkong keju, stik getuk, apem tape, brownis singkong. Kebanyakan produknya berbahan dasar singkong baik itu yang frozen maupun tidak. Melalui pemasaran secara online diharapkan mereka dapat meningkatkan jumlah dan jenis barang yang dapat dijual sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal dan balik modal yang cepat. Selama ini penjualan barang hasil kreatifitas ibu-ibu ini dilakukan hanya dengan pemasaran offline melalui penjualan di pasar Jatiyoso. Memang sudah ada 2 orang ibu yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memperdagangkan barang dagangan mereka, tetapi mayoritas belum ada yang menggunakan Shopee untuk memperkenalkan barang dagangannya kepada khalayak ramai. Dalam kesempatan ini, kami memberikan tutorial pembuatan akun shopee dan memperagakan cara membuat toko di shopee. Materi ini memuat pembelajaran bagi ibu-ibu ini tentang cara memperkenalkan barang dagangan mereka kepada khalayak sasaran (dalam kota/luar kota Karanganyar, dsb) berikut biaya yang timbul karena aktivitas ini. Hasil yang diperoleh dari adanya kegiatan penyuluhan ini adalah semua ibu-ibu ini memiliki antusias yang tinggi untuk belajar dan dapat memahami dengan baik materi dan pelatihan digital marketing diberikan. Melalui beberapa orang ibu-ibu yang lebih cepat memahami materi penyuluhan, kami menitipkan pesan agar mereka mau meluangkan waktu untuk mengajari teman-teman mereka yang tidak hadir di pelatihan. Kami juga berjanji akan memantau perkembangan akun pemasaran online yang sudah mereka buat untuk melihat seberapa banyak postingan yang mereka buat mengenai barang dagangan mereka. Selain itu, kami juga bermaksud mengetahui permasalahan yang mungkin mereka hadapi dalam menerapkan metode digital marketing ini dan berupaya mengetahui pula sejauh mana efektivitas cara berdagang melalui digital marketing ini dalam meningkatkan jumlah dan omzet penjualan barang. Ibu-ibu ini malah bersemangat meminta dibuatkan grup whatsapp sebagai sarana komunikasi bila ada yang mau ditanyakan kepada kami.

Materi Penyuluhan

Media Digital Marketing.

1. Sosial Media. Tempat berkumpulnya sekelompok individu, perusahaan dan instansi yang memberikan segala macam info mengenai kabar terkini bisa berupa jasa dan produk yang dimiliki melalui website atau mobile app.
2. Website. Suatu media yang dapat anda jumpai ketika browsing mengenai informasi yang anda cari baik itu jasa atau produk di internet.
3. Mobile App. Seperti halnya website, bedanya hanya pada cara mendapatkan informasinya yang mengharuskan anda untuk mengunduh secara langsung atau tidak langsung pada handphone.
4. E-mail Marketing. Suatu cara memasarkan produk atau jasa melalui pesan elektronik kepada pelanggan atau kelompok pelanggan yang didalamnya bisa berupa katalog produk, proposal, penawaran dan banyak lagi.
5. SEO (Search Engine Optimisation). Suatu upaya untuk menghadirkan website diperingkat atas search engine agar target market mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan dan memesannya.
6. ADS (Advertisement)/ Iklan. Suatu wadah yang disediakan oleh search engine atau website untuk memasangkan produk atau jasa anda di internet maupun elektronik.
7. Iklan Televisi. Iklan yang ditayangkan pada saat target market menonton televisi (TV) agar mengetahui produk, jasa dan pengumuman pada iklan.
8. Iklan Radio. Audio visual yang dikemas sedemikian rupa agar pendengar radio dapat mengerti apa yang disampaikan iklan pada saat jeda siaran.
9. Iklan Video. Video yang ditampilkan di media online atau elektronik, contohnya di youtube atau baliho.

Manfaat Digital Marketing.

1. Menunjukkan dan membangun keahlian.
Web adalah platform yang hebat karena memungkinkan pemasaran menggunakan konten untuk menyampaikan pesan dan menunjukkan keahlian dalam topik yang relevan dengan audiens target. Pemasar juga dapat melakukannya secara offline, namun alat online mempermudah penayangan yang luas dan relevan. Blogging, media sosial, dan webinar semuanya memungkinkan pemasar mendidik audiens mengenai topik yang penting bagi mereka, yang menggambarkan keahlian Anda dalam prosesnya.
2. Membangun hubungan dengan lebih efektif.
Digital marketing memungkinkan pemasar menciptakan hubungan baru dengan cara yang ditargetkan melalui pemasaran email, penargetan frase kata kunci, dan strategi lainnya dapat membantu pemasar menargetkan pesan yang disesuaikan dengan pasar sasarnya. Perkembangan ini tentunya menuntut ibu rumah tangga (IRT) untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif. Sebuah usaha akan sulit untuk berkembang jika pelaku usahanya tidak mengetahui bagaimana cara memasarkan suatu produk dengan efektif.
3. Tidak terkait dengan geografi atau zona waktu.
Teknik digital marketing dapat digunakan secara asinkron, yang berarti konsumen tidak harus dibatasi oleh geografi.
4. Lebih murah untuk digunakan.
Dengan digital marketing, tidak ada biaya perjalanan, tidak perlu membayar untuk mencetak materi.

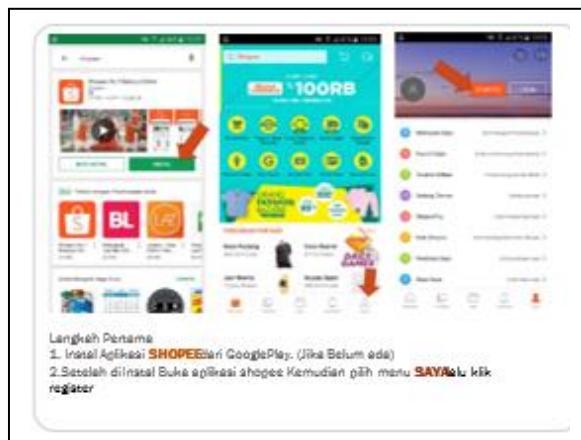
Terkait dengan digital marketing, marketplace menjadi tren pemasaran yang popular di kalangan pebisnis kecil. Salah satu cara yang dilakukan adalah mendistribusikan konten yang menarik melalui marketplace yaitu Shopee.

Shopee

Pada tahun 2015, Shopee pertamakali diluncurkan di Singapura sebagai pasar mobile-sentris sosial pertama dimana pengguna dapat menjelajahi, berbelanja, dan menjual kapan saja. Terintegrasi dengan dukungan logistik dan pembayaran yang bertujuan untuk membuat belanja online mudah dan aman bagi penjual dan pembeli. Setelah itu Shopee yang berpusat di Singapura, melakukan ekspansi ke negara ASEAN lain dan membuka Shopee Indonesia, Shopee Malaysia, Shopee Thailand, Shopee Taiwan, Shopee Vietnam dan Shopee Filipina

Membuat Akun Dan Membuka Toko Pada Aplikasi SHOPEE

Sebagai langkah awal untuk membuat Shopee, sebelumnya instal dan register lebih dahulu ke shopee menggunakan akun pribadi.



Langkah selanjutnya adalah melengkapi foto profil dengan memasang/mengunggah foto profil. Foto profil ini akan muncul setiap Anda melakukan posting dan juga komentar yang dibuat.



Cara berjualan di Shopee agar cepat laku :

1. Daftar program gratis ongkir Xtra
2. Upload foto produk minimal 10 kali setiap hari
3. Berikan harga yang kompetitif
4. Berikan informasi produk yang akurat
5. Tambahkan variasi produk
6. Tambahkan voucher toko
7. Promosi di media sosial



Gambar 1. Tutorial Pembuatan Akun Shopee dan Cara Membuat Toko di Shopee Oleh Prima Prihatini, SE., MM

D. PENUTUP

Simpulan

Pada dasarnya para ibu rumah tangga (IRT) ini memiliki antusiasme yang tinggi untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui digital marketing dengan menggunakan HP yang mereka miliki. Hasil diskusi dan pelatihan menunjukkan adanya keinginan dari ibu-ibu ini untuk meningkatkan lagi digital marketing dengan menggunakan fasilitas yang ada di media sosial secara lebih aktif. Untuk kepentingan tersebut, mereka mengharapkan sekali adanya bimbingan lebih lanjut mengenai pemanfaatan berbagai media sosial yang ada serta petunjuk praktis yang mudah dipahami dan diterapkan dalam menerapkan cara berdagang melalui digital marketing, misalnya bagaimana menghasilkan foto yang bagus sehingga produk yang ditawarkan kelihatan lebih menarik, bagaimana menangani pemesanan barang secara online, bagaimana mengelola akun dagangan supaya dapat terus diminati dan diingat oleh calon pembeli potensial, bagaimana melakukan transaksi dagang secara online yang aman, dsb.

Untuk menindaklanjuti hal tersebut, kami akan datang kembali untuk memantau perkembangan dari pelaksanaan materi penyuluhan dan berjanji akan memberikan bimbingan pada hal-hal yang dirasa perlu oleh khalayak sasaran. Berdasarkan hasil diskusi disimpulkan bahwa:

1. Pada dasarnya ibu-ibu rumah tangga memiliki keinginan untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui digital marketing sehingga mereka sangat antusias sekali dalam belajar mengenai digital marketing dengan menggunakan marketplace.

2. Banyak dari ibu rumah tangga ini yang tidak datang dengan alasan takut disuruh membeli barang yang dipromosikan padahal di undangan sudah diberitahukan adanya pelatihan digital marketing dengan gratis.
3. Melalui kegiatan penyuluhan ini, Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso ini memperoleh pengetahuan baru mengenai cara memasarkan barang dagangan mereka secara online yang diharapkan dapat lebih membantu mereka dalam memperkenalkan produk hasil kreatifitas mereka kepada khalayak ramai dan membantu meningkatkan jumlah dan omzet penjualan serta keuntungan finansial yang dapat mereka raih sekaligus memperpendek rentang waktu balik modal mereka dalam berdagang.

Saran

Berikut ini saran yang dapat disampaikan berdasar pada temuan dan hasil kegiatan pelatihan yang sudah dilaksanakan, yaitu:

1. Mengupayakan adanya bimbingan intensif tentang pemanfaatan media online untuk pemasaran produk hasil Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso ini sehingga mereka dapat melakukan update informasi barang dagangan mereka. Hal ini dikarenakan sebagian dari mereka masih tergolong gagap teknologi sehingga perlu terus dibimbing sampai mereka mahir dalam melakukan upaya digital marketing dengan menggunakan bantuan media sosial yang mereka punyai.
2. Memantau efektivitas metode digital marketing melalui shopee dalam meningkatkan omzet penjualan barang-barang produksi Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso.
3. Melakukan kegiatan bimbingan teknis mengenai petunjuk praktis yang mudah dipahami dan diterapkan dalam berdagang melalui sistem online, misalnya bagaimana menghasilkan foto yang bagus sehingga produk yang ditawarkan kelihatan lebih menarik, bagaimana menangani pemesanan barang secara online, bagaimana mengelola akun dagangan supaya dapat terus diminati dan diingat oleh calon pembeli potensial, bagaimana melakukan transaksi dagang secara online yang aman, dsb.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada ketua takmir Bapak Parno dan Ibu Rumah Tangga (IRT) Majlis Taklim Perempuan Kecamatan Jatiyoso yang telah banyak memberikan dukungan dalam kegiatan PKM ini.

E. DAFTAR PUSTAKA

Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Berkah Iman Santoso, Prima Mulyasari Agustini, Ari Kurnia, Pelatihan Digital Marketing untuk Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur, Indonesian Journal for Social Responsibility: Vol. 2 No. 02 (2020): December 2020

Helianthusonfri, J. (2018). Tools for Social Media Marketing. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta, Erlangga.

Marketer. S. (2017, Juni 6). Pengertian Digital Marketing, Kelebihan dan Kelemahannya. Seo Market, Diakses dari <https://seomarket.id/pengertian-digital-marketing-kelebihan-dan-kelemahannya/>

Pinsker, Y.L. (2018). Membangun Ketahanan Ekonomi Keluarga Lewat Pemberdayaan Perempuan. Tribun Jogja. Diakses dari <http://jogja.tribunnews.com/2018/05/03/membangun-ketahanan-ekonomi-keluarga-lewat-pemberdayaan-perempuan/>

Santoso, A. Fundamental Digital Marketing. Diakses dari <https://www.andysantoso.com/category/digital-marketing/>

Shin, E. (2018). The Sales Codes: Kitab untuk Para Sales. Jakarta: Alfa Cemerlang Edindo.

Soerojo, D, Ridwansyah, (2019). A. Sales Breakthrough: Buku Wajib Orang Sales. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Solihin, D. (2020), *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, Vol. 4, No. 1.

Su, F.P, Shih, H.C, Lai, K.K. (2018). Social Media Marketing Practice through Facebook: Taking W Group Education Foundations as an Example. Proceedings of The 2018 International Conference on Information Management & Management Science, China: Agustus 2018, 7-12.

Susanto, GM. (2017). The Power of Digital Marketing. Jakarta: Elex Media Komputindo.

<https://www.dewaweb.com/blog/tren-digital-marketing/>

<https://www.dhadigital.com/apa-itu-digital-marketing/>