

PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENGHASILAN IBU PEMBINAAN KESEJAHTRAAN KELUARGA (PKK) DI DESA TAPIS

Nuraini, Titiek Aryati Prihatin, Fathur Rahman Ramadhan, Jelita Miranda Noor,
Rabiatul Annisa

¹Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur / Bisnis Digital, Paser

²Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur / Bisnis Digital, Paser

³Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur / Bisnis Digital, Paser

⁴Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur / Agribisnis, Paser

Jl. Pangeran Mentri No. 96, Tanah Grogot / Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

E-mail: ¹[Nuraini_nur849@umkt.ac.id](mailto:nur849@umkt.ac.id), ²[Titiek Aryati Prihatin_tap238@umkt.ac.id](mailto:Titiek_Aryati_Prihatin_tap238@umkt.ac.id),

³[Fathur Rahman Ramadhan_2211102453002@umkt.ac.id](mailto:Fathur_Rahman_Ramadhan_2211102453002@umkt.ac.id),

⁴[Jelita Miranda Noor_2311102453015@umkt.ac.id](mailto:Jelita_Miranda_Noor_2311102453015@umkt.ac.id),

⁵[Rabiatul Annisa_2211102451020@umkt.ac.id](mailto:Rabiatul_Annisa_2211102451020@umkt.ac.id)

Abstrak

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Dalam era teknologi yang terus berkembang, digital marketing menjadi salah satu metode paling efektif dan efisien dalam menjangkau target pasar secara luas dan cepat. Salah satu yang dapat meningkatkan penjualan adalah media sosial. Tujuan mengadakan pengabdian kepada masyarakat untuk mengenalkan digital marketing kepada ibu PKK Desa Tapis dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan digital marketing. Dari hasil diskusi yang kami dapatkan kurang optimalnya usaha yang di jalankan ibu PKK karena yang mengetahui usaha mereka hanya warga sekitar belum menggunakan media online dalam pemasaran produk. Oleh karena itu kami melakukan pengabdian masyrakat untuk memberikan sosialisasi berupa digital marketing kepada ibu PKK untuk meningkatkan penjualan produk yang mereka hasilkan.

Kata Kunci: digital marketing, ibu PKK, media sosial

Abstract

Digital marketing is a marketing strategy that utilizes digital platforms to promote products or services to consumers. In the era of technology that continues to develop, digital marketing is one of the most effective and efficient methods in reaching the target market widely and quickly. One of the things that can increase sales is social media. The purpose of holding community service is to introduce digital marketing to PKK women in Tapis Village by providing socialization and digital marketing training. From the results of the discussion we got, the business run by PKK mothers was less than optimal because the only people who knew about their business were local residents who had not used online media in product marketing. Therefore, we carry out community service to provide socialization in the form of digital marketing to PKK mothers to increase sales of the products they produce.

Keywords: digital marketing, PKK mother, social media

1. PENDAHULUAN

Digital marketing merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis modern. Di era digital ini, teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi. Digital marketing, atau pemasaran digital, merujuk pada upaya untuk mempromosikan produk atau layanan melalui platform digital seperti situs web, media sosial, email, dan mesin pencari (Wahyudi et al., 2022).

Perkembangan internet yang pesat telah membuat digital marketing menjadi strategi utama bagi banyak perusahaan. Dalam digital marketing, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Selain itu, digital marketing memungkinkan untuk mengukur efektivitas kampanye secara real-time, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan strategi mereka dengan cepat dan tepat (Khasbulloh et al., 2024).

Keberhasilan dalam digital marketing tidak hanya bergantung pada pemahaman teknik-teknik ini, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam tentang audiens target. Mengetahui siapa mereka, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan konten digital sangat penting untuk merancang strategi yang efektif (Khasbulloh et al., 2024).

Dengan berkembangnya teknologi dan perubahan perilaku konsumen, digital marketing terus berevolusi. Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkan teknologi baru akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif ini.

Digital marketing juga menawarkan fleksibilitas yang tinggi dalam pengelolaan anggaran pemasaran. Perusahaan dapat mengatur dan menyesuaikan anggaran mereka sesuai dengan kebutuhan dan tujuan kampanye, baik itu untuk meningkatkan brand awareness, menghasilkan prospek, atau meningkatkan penjualan. Kemampuan untuk mengukur dan menganalisis hasil kampanye secara terperinci juga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dan strategi yang lebih efektif di masa depan. Selain itu, digital marketing memungkinkan personalisasi yang lebih tinggi dalam komunikasi dengan pelanggan. Dengan menggunakan data dan analitik, perusahaan dapat memahami preferensi dan perilaku pelanggan, serta menyampaikan pesan yang relevan dan tepat waktu. Personalisasi ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga meningkatkan tingkat keterlibatan dan konversi (Wulandari et al., 2023).

Desa Tapis adalah Desa transmigrasi swadaya yang berkembang menjadi desa devintif setelah pemecahan dari desa Jone pada tahun 2012 dan terletak di wilayah yang sangat strategis karena berada tidak jauh dari Kecamatan dan Kabupaten dengan kondisi sarana dan prasarana yang sangat baik. Strategis sudut perekonomian dibidang sosial, keagamaan, dan strategis bagi bidang pertanian. Desa Tapis memiliki wilayah desa adalah 2,1 km (210 Ha) yang terbagi menjadi 9 (Sembilan wilayah rukun tetangga (RT), Adapun batas desa tapis sebagai berikut:

Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Tepian Batang, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tanah Grogot,, Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanah Grogot, Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tanah Grogot.

PKK adalah istilah yang merujuk kepada perempuan yang terlibat dalam Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), sebuah gerakan nasional di Indonesia yang bertujuan untuk memberdayakan keluarga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Gerakan ini berfokus pada Pendidikan, Kesehatan, dan kesejahteraan sosial, serta pemberdayaan ekonomi keluarga. Salah kegiatan yang mereka jalan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial adalah

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) banyak produk yang mereka hasilkan dari kegiatan ini. Hanya saja dalam memasarkan produknya ibu PKK mengalami keterbatasan dalam memasarkan produk secara online. Promosi yang merendah menyebabkan usaha ibu PKK kurang berkembang (Hunaepi et al., 2017).

Hal ini menginspirasi tim Pengabdian kepada masyarakat Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur untuk memberikan sosialisasi mengenai digital marketing. Kegiatan ini merupakan bentuk keterlibatan perguruan tinggi dalam melaksanakan Tridharma perguruan tinggi dan memberikan pemahaman dan sosialisasi kepada ibu PKK sebagai pelaku UMKM mengenai strategi-strategi digital marketing yang tepat agar dapat mengoptimalkan profit yang di inginkan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan di Desa Tapis Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser dengan metode sosialisasi kepada ibu PKK melalui pelatihan dan pendampingan. Pendampingan dan pelatihan dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemanfaatan Digital Marketing sebagai strategi untuk meningkatkan jumlah konsumen. Untuk menelusuri apakah masyarakat telah mengetahui mengenai pengembangan digital marketing, kami Tim PKM membuat sebuah kuisioner posttest dan pretest dan dibagikan kepada masyarakat agar dengan adanya kuisioner dan sosialisasi ini masyarakat dapat menerapkan digital marketing dalam mengembangkan usahanya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada program pengabdian kepada masyarakat yang di selenggarakan bertujuan untuk mengembangkan produk-produk olahan cimi-cimi dan menaikkan jumlah penjualan untuk pemasaran digital marketing di Desa Tapis. Para ibu-ibu PKK merasa kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan , lebih terampil dalam pengemasan produk serta pemasaran produk yang di jual dengan menggunakan media sosial sebagai sarana penjualan produk yang dihasilkan ibu PKK. Meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya digital marketing dalam merencanakan sistem penjualan e-commerce seperti tiktokshop, shopee, facebook, instagram, whatsapp, dan sebagainya.

Pelaksanaan program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini melalui beberapa tahapan yang telah dilaksanakan, antara lain dapat di gambarkan dalam alur berikut:

1. Tahap Persiapan

Observasi dilakukan dengan melakukan survey pada lokasi yang dijadikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yakni di Desa Tapis Kec. Tanah Grogot. Pada tahap ini permasalahan yang menjadi masalah masyarakat menjadi prioritas, terutama minimnya pemahaman tentang digital marketing. Peserta yang diperkirakan hadir sebanyak 30 orang terdiri dari Perempuan (Ibu PKK). Dalam tahap perizinan para dosen berkoordinasi dengan pihak terkait yaitu kepala Desa Tapis dimana kegiatan PKM akan dilaksanakan.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan Pkm dilaksanakan di Desa Tapis yang menjadi peserta adalah Ibu PKK dilakukakan dengan memberikan sosialisasi berupa ceramah membahas mengenai Marketing Digital dan manfaat dari penggunaan media online di era digital saat ini dengan membuat produk yang unik, menjadi networker yaitu seseorang yang mempunyai jaringan yang luas , memanfaatkan e-commerce serta pemahaman untuk selalu konsisten dalam menjalankan strategi pemasaran. Membahas permasalahan minimnya pengetahuan tentang aplikasi layanan online digital. Pada

sesi diskusi, para ibu PKK diberikan pemahaman tentang aplikasi yang dibutuhkan dalam pemasaran produk secara digital dan pelatihan dalam menggunakan aplikasi sosial media dan aplikasi yang akan dibuatkan untuk pemasaran produk dan memudahkan dalam perekapan penjualan, cara membuat promosi yang menarik, produk yang unik dan platform mana saja yang bisa digunakan untuk memasarkan produk dengan meminimalkan biaya promosi.

Dilanjutkan dengan program pelatihan pemasaran online pada pelaku usaha dengan menggunakan aplikasi whatsapp, facebook, Instagram, Serta situs penjualan online lainnya dan aplikasi yang akan dibuatkan untuk memasarkan produk dan memudahkan dalam perekapan penjualan, mempraktikkan bagaimana cara membuat whatsapp dan instagram bisnis dan juga memperkenalkan salah satu marketplace dengan melakukan simulasi pemasaran online dengan cara membuat akun di shopee dan aplikasi yang akan dibuatkan, mempraktikkan cara penggunaan aplikasi dan memasarkan produknya. Kelompok sasaran di upayakan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana dan kemudahan untuk memasarkan produk-produk yang mereka hasilkan.



3. Keberlanjutan

Keberlanjutan kegiatan dapat terus dilakukan dengan model pendampingan. Pendampingan dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan kegiatan PKM selama proses pelaksanaan kegiatan sampai dengan program PKM selesai dan pendampingan setelah program PKM selesai. Pendampingan dapat dilakukan dengan 2 model, yaitu pendampingan langsung dan tidak langsung. Pendampingan langsung dilakukan dengan mendampingi kegiatan di lokasi kegiatan, sedangkan pendampingan tidak langsung dilakukan menggunakan komiksi virtual baik yang berbasis audio maupun visual. Setelah kegiatan PKM selesai program dapat berlanjut melalui kegiatan desa binaan.



4. KESIMPULAN

Berdasarkan sosialisasi yang kami lakukan kami dapat menarik kesimpulan bahwa kurangnya pengetahuan Ibu PKK terhadap teknologi digital seperti media sosial. Hal ini menyebabkan dalam pemasaran produknya hanya terbatas di warga sekitar saja tidak bisa menjangkau pasar yang lebih luas dengan menggunakan media online seperti facebook, instagram, whatsapp dan lain-lain. Oleh karena itu menginspirasi tim pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada ibu PKK untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan secara online agar tidak hanya terbatas pada wilayah sekitar Desa Tapis saja tapi bisa menjangkau masyarakat kabupaten paser bahkan keluar dari kabupaten paser dengan memanfaatkan media digital yang tersedia. Mengingat dunia teknologi selalu mengalami kemajuan terutama di dunia bisnis ini memudahkan semua lini usaha untuk memperluas pemasaran produk yang mereka hasilkan dengan mengoptimalkan keuntungan dan mensejahterakan keluarga. Dengan berbagai kegiatan positif yang dihasilkan oleh Ibu PKK di harapkan dapat membantu kesejahteraan ekonomi keluarga dan memberikan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hunaepi, H., Samsuri, T., Firdaus, L., Mirawati, B., Ahmadi, A., & Muhali, M. (2017). Pemberdayaan Ibu-Ibu Pkk Melalui Pelatihan Produksi Deterjen Cair Di Desa Sukaraja Lombok Tengah. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 65–67.

- Khasbulloh, M. W., Wiliyanto, W., & Al Qusaeri, M. A. (2024). Pengenalan Digital Marketing Untuk Pelaku Usaha UMKM Diwilayah Kecamatan Pangkah. *Journal Of Human And Education (Jahe)*, 4(1), 1–5.
- Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal pemasaran digital dan market place: Solusi meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 2(1), 44–53.
- Wulandari, R. I., Prasasti, Y., Putri, N. A., & Dharmawan, J. A. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Pengenalan Produk Umkm Di Kelurahan Rungkut Menanggal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(03), 146–153.