



PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS SOSIAL MEDIA PADA IBU-IBU PKK KELURAHAN JAGALAN KOTA KEDIRI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN

Rino Sardanto¹, Khoiriyah², Dodi Kusuma Hadi Soedjoko³, Edy Djoko Soeprajitno⁴, Sigit Ratnanto⁵, Andi Fajar Trimurti⁵

¹ Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
rinosardanto@unpkediri.ac.id

² Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Nusantara PGRI Kediri
khoiriyah@unpkediri.ac.id

³ Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
dodikusuma@unpkdr.ac.id

⁴ Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
edydjoko@unpkediri.ac.id

⁵ Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
sigitratnanto@unpkediri.ac.id

⁶ Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
fajarandi376@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran digital dinilai efisien dan efektif untuk menghadapi persaingan produk lokal dan internasional. Saat ini, yang paling populer adalah pemasaran digital di sosial media khususnya. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada UMKM sehingga diharapkan dapat menguasai teknik pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan citra produk. Teknik-teknik ini termasuk pemasaran konten, otomatisasi konten, dan pemasaran e-commerce. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah metode ceramah, praktik, dan penugasan. Kegiatan ini dilaksanakan pada 23 Februari 2024. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah anggota PKK telah mulai mempelajari pemasaran digital secara mandiri, tanpa bergantung pada bantuan terus-menerus dari sekelompok orang yang berdedikasi. pelatihan pemasaran digital telah mampu mendorong anggota komunitas untuk berpartisipasi secara proaktif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Hasil ini menunjukkan bahwa tindakan yang diambil dalam pelatihan pemasaran digital memiliki dampak yang signifikan pada bisnis mereka.

Kata Kunci : Digital marketing, media sosial, peningkatan penjualan.

ABSTRACT

Digital marketing is considered efficient and effective in facing local and international product competition. Currently, the most popular is digital marketing on social media in particular. This community service aims to provide training to MSMEs so that they can master digital marketing techniques to increase sales and product image. These techniques include content marketing, content automation, and e-commerce marketing. The methods used in implementing this service activity are lecture, practice and assignment methods. This activity was carried out on February 23 2024. The result of this service activity is that PKK members have started to study digital marketing independently, without relying on continuous help from a group of dedicated people. Digital marketing training has been able to encourage community members to participate proactively in facing changes in the business environment. These results show that the actions taken in digital marketing training had a significant impact on their business

Keywords: *Digital marketing, social media, increasing sales.*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi ekonomi Indonesia. Lebih dari 97% tenaga kerja nasional dipekerjakan oleh UMKM, yang menyumbang lebih dari 60% PDB. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM harus dapat memanfaatkan media digital sebagai salah satu cara untuk memasarkan barang mereka sehingga konsumen lebih mengenal barang yang dibuat oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commerce-nya biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Tetapi banyak UMKM menghadapi tantangan besar saat bersaing di era digital ini. Keterbatasan dalam mendapatkan dan menggunakan teknologi pemasaran digital merupakan salah satu masalah terbesar.

Menurut (Afrilia, 2018) pendekatan tradisional dan konvensional untuk komunikasi pemasaran telah masuk ke dalam dunia digital. Digital marketing adalah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan aktivitas pemasaran yang menggunakan kemajuan teknologi digital. Pemasaran digital adalah promosi yang memanfaatkan jejaring sosial atau media sosial. Dengan menggunakan metode ini, pemasaran dapat membuat interaksi antara produsen dan konsumen lebih mudah dan lebih interaktif. Dengan demikian, pemasaran digital menawarkan banyak keuntungan, termasuk kemampuan untuk menciptakan lebih banyak produk dan layanan yang menarik bagi konsumen. Pemasaran produk atau jasa melalui penggunaan

teknologi digital, seperti internet, dan media sosial, dianggap lebih efektif, hemat biaya, dan sesuai dengan rekomendasi. Pemasaran digital, baik lokal, nasional maupun global, memiliki banyak persaingan (Wahyudi, Riyanto and Berlilana, 2019). Sedangkan (Widiawati, Pratiwi and Bimandra, 2019) mengatakan bahwa peningkatan penggunaan ponsel pintar Android telah mendorong pertumbuhan pesat aplikasi media sosial, pasar, dan situs iklan. Orang-orang sudah sangat terbiasa dengan ponsel android bahkan di desa. Kondisi ini memiliki potensi besar sebagai pendukung pertumbuhan bisnis digital.

Salah satu kelurahan di Kota Kediri yaitu kelurahan Jagalan yang memiliki banyak UMKM mulai dari kerajinan sampai kuliner, namun selama ini UMKM lainnya belum terorganisir dengan baik. Masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama UMKM yang ada di kelurahan Jagalan kota Kediri masih menggunakan metode konvensional untuk mempromosikan bisnis mereka, seperti menyebarkan brosur, mengikuti bazar, membuka toko, dan mempromosikan dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran dan penjualan produk ruang lingkupnya kecil, sehingga pertumbuhan bisnis para pelaku UMKM tidak berkembang dengan cepat. Akibatnya, pendapatan tidak meningkat, jumlah produk yang dijual tidak meningkat, dan ruang lingkup wilayah pemasaran tidak luas. Selain itu, biaya operasional untuk mempromosikan dan menjual produk juga meningkat.

Anggota komunitas UMKM dapat mengatasi keterbatasan sumber daya, yang sering menghalangi pengembangan bisnis, dengan menggunakan pendekatan pemasaran digital. Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk mengakses platform global yang luas dan menjelajahi pasar yang sebelumnya sulit dijangkau berkat biaya yang lebih terkendali dan fokus yang dapat disesuaikan. Dengan keunggulan ini, UMKM dapat bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Seperti halnya di kelurahan Jagalan, banyak UMKM yang dikelola oleh Ibu-ibu PKK, belum menggunakan digital marketing karena mereka tidak tahu manfaatnya. Ibu-ibu PKK dalam pengabdian ini menggunakan media sosial sebagai alat untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan kegiatan usahanya, tetapi jarang yang menggunakan e-commerce untuk mempromosikan UMKM mereka. Di kelurahan Jagalan, UMKM masih didominasi oleh UMKM tradisional, yang masyarakatnya belum menggunakan digital marketing. Mereka percaya bahwa digital marketing hanya digunakan pada UMKM musiman atau viral. Oleh

karena itu, mereka harus belajar menggunakan digital marketing untuk memasarkan UMKM mereka.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM di kelurahan Jagalan yang tergabung dalam PKK tentang cara menggunakan digital marketing dan media sosial dengan benar. Contohnya menghadapi sejumlah tantangan, termasuk kurangnya pemahaman tentang pentingnya digital marketing; kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi dan komunikasi, serta teknik penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang efektif; dan kurangnya pengetahuan tentang bagaimana membuat "postingan" yang menarik. Dengan pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM di kelurahan Jagalan Kota Kediri, mereka akan dapat menggunakan media sosial sebagai alat bantu dalam pemasaran digital, sehingga mencakup lebih banyak wilayah dan membantu dalam penjualan produk.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan survei lapangan dan wawancara dengan mitra. Untuk memulai kegiatan ini, observasi awal terhadap penduduk kelurahan Jagalan, observasi dapat digunakan untuk mendapatkan informasi tentang keluhan masyarakat dan potensi kelurahan. Ini menghasilkan beberapa poin yang perlu diperbaiki.

Selanjutnya, tim pengabdian dan ketua tim penggerak PKK Kelurahan Jagalan mendiskusikan masalah terkait promosi yang menggunakan metode konvensional seperti brosur, mengikuti bazar, membuka toko, dan iklan dari mulut ke mulut. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran dan penjualan produk ruang lingkupnya kecil, sehingga pertumbuhan bisnis para pelaku UMKM tidak berkembang dengan cepat. Akibatnya, pendapatan tidak meningkat, jumlah produk yang dijual tidak meningkat, dan ruang lingkup wilayah pemasaran tidak luas. Solusi yang ditawarkan dengan pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pemanfaatan media sosial sebagai strategi marketing digital.

Dalam kegiatan pelatihan ini yang bertempat di Gedung Kelurahan Jagalan pada tanggal 23 Februari 2024, metode ceramah, praktik, dan penugasan digunakan. Selain itu, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menggunakan Group Whatshap sebagai media sosial untuk mengadakan diskusi dan konsultasi tentang materi yang diberikan.

Pemanfaatan media sosial sebagai digital marketing diterapkan melalui praktikum langsung. Setiap peserta menggunakan handphone yang dimiliki untuk mempraktekan materi pelatihan, seperti membuat konten, mendistribusikan konten, membuat timeline konten, mengatur tampilan gambar, dan sebagainya. Pelatihan ini juga membahas tentang cara memilih dan memanfaatkan media sosial sebagai alat digital marketing yang dapat membantu UMKM menjual lebih banyak produk dan menyebarkan area promosi mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama dalam tahap implementasi ini adalah memberikan rekomendasi kepada peserta UMKM tentang cara memperluas penggunaan pemasaran digital. Pelaku UMKM sangat membutuhkan kemajuan teknologi untuk membantu mempromosikan produk mereka, dan peserta tampak sangat tertarik untuk berpartisipasi. Hasil dari tim pengabdian menunjukkan bahwa peserta tidak memiliki pengalaman dalam pemasaran digital dan sebagian besar peserta masih melakukan pemasaran produk tradisional. Materi pelatihan membahas pentingnya penggunaan pemasaran digital dalam transaksi pembelian dan penjualan. Pemateri memberikan contoh produk yang diiklankan di media sosial dan di toko online. Selanjutnya, peserta dilatih dalam penggunaan secara langsung, di mana mereka diajarkan untuk melakukan transaksi online, seperti membeli sesuatu dengan ponsel. Peserta diminta untuk memahami taktik sederhana untuk mempromosikan produk di media sosial.

Pemateri juga menyampaikan bagaimana ulasan pelanggan bermanfaat bagi rencana pemasaran mereka untuk barang yang mereka sediakan. Terlihat peserta pelatihan sangat tertarik dengan materi yang disampaikan oleh pemateri. Selain itu, para peserta belajar tentang kekurangan digital marketing, yang tidak dapat dilakukan secara instan dan membutuhkan banyak pengalaman. Oleh karena itu, pebisnis harus belajar menggunakan digital marketing secara bertahap. Untuk tetap memenuhi target penjualan masyarakat, perlu belajar terus menerus.



Gambar 1. Penyampaian materi

Setelah itu, materi dipaparkan, termasuk pengenalan bisnis untuk media sosial facebook, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Sebagian besar peserta pengabdian sudah familiar dengan aplikasi facebook, tetapi belum banyak dimanfaatkan untuk tujuan bisnis. Materi ini membahas pemasaran konten Instagram. Content marketing adalah strategi pemasaran di mana kita merencanakan, membuat, dan mendistribusikan konten dengan tujuan mengajarkan peserta bagaimana membuat konten yang menarik sasaran untuk mengenal bisnis pelaku UMKM dan mendorong minat pelanggan. Peserta diajarkan bagaimana menggunakan hastag selain pemasaran konten.

Selain itu, peserta mempelajari tentang ide-ide strategis yang digunakan untuk menarik pengguna media sosial lain untuk mengikuti dan mengunjungi akun media sosial komunitas. Dalam pelatihan praktik ini, peserta diajak untuk membuat dan mengembangkan konten yang berdaya tarik yang menggambarkan esensi produk mereka dengan cara yang penuh daya saing dalam lingkungan media sosial yang semakin padat, mulai dari penggunaan hashtag yang tepat untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan.



Gambar 2. Sesi tanya jawab



Gambar 3. Sesi tanya jawab

Sesi konsultasi dan tanya jawab yang bermanfaat bagi peserta dilakukan di akhir sesi pelatihan. Biaya produksi biasanya berubah karena pengetahuan tentang perubahan pola pemasaran. Ini berarti sumber daya dan anggaran harus diubah. Sangat penting untuk mempertimbangkan biaya yang terkait dengan iklan di platform media sosial. Dengan mempertimbangkan kenyataan ini, peserta diminta untuk membuat rencana yang cerdas dan berkelanjutan untuk menangani perubahan biaya yang mungkin terjadi.

Peserta diberi waktu satu bulan untuk menerapkan semua pengetahuan yang mereka pelajari. Peserta diminta untuk secara bertahap menerapkan strategi pemasaran baru yang telah dipelajari sambil menjaga akun Instagram yang telah dibuat sebelumnya. Panduan wawasan pasar yang diberikan juga meningkatkan keterlibatan dalam manajemen media sosial ini. Panduan ini akan membantu mereka membuat dan meluncurkan kampanye iklan yang lebih terarah dan berhasil. Pelatihan ini menekankan pada implementasi dan pelaksanaan dalam dunia digital yang terus berubah dan memberi peserta alat yang kuat untuk menerapkan strategi pemasaran baru mereka.

Selain itu juga peserta juga mempelajari konsep foto produk yang diambil dengan kualitas tinggi dan memiliki daya tarik visual yang kuat merupakan komponen penting dari strategi pemasaran digital yang sukses. Foto produk menarik perhatian, menarik perhatian, dan menginspirasi kepercayaan karena keindahan dan detailnya. Visualisasi produk melalui foto dan video adalah komponen penting dalam pemasaran digital dalam upaya membentuk identitas merek yang kuat dan meraih kepercayaan pelanggan (Rahmah, Azizah; Nawawi, 2022).

Evaluasi kegiatan ini melihat bagaimana hasil pelatihan dan pengalaman peserta berkembang saat menggunakan digital marketing. Para peserta secara keseluruhan memberikan pujian dan senang bahwa pelatihan pemasaran digital ini berjalan dengan baik. Karena setiap peserta memiliki ponsel yang dapat digunakan untuk pemasaran digital, tidak ada hambatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Diharapkan bahwa hasil pelatihan ini akan membantu UMKM mengatasi masalah pemasaran produk olahan ikan asin. Diharapkan bahwa pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran digital akan membantu mereka mengelola pemasaran digital dan mempromosikan produk dagangannya dengan lebih baik.

KESIMPULAN

Setelah program pelatihan selesai, peserta akan mendapatkan pemahaman tentang strategi, teknik, dan instruksi untuk menggunakan digital marketing untuk mempromosikan dan menjual barang. Karena tim pengabdian membantu dengan pembuatan akun dan prosedur penjualan, semua peserta memahami cara menggunakan Facebook untuk penjualan mereka. Kelemahannya adalah bahwa kegiatan ini hanya dilakukan sekali dan tidak memiliki pendampingan yang berkelanjutan dan terstruktur.

Salah satu capaian yang paling menggembirakan adalah anggota PKK telah mulai mempelajari pemasaran digital secara mandiri, tanpa bergantung pada bantuan terus-menerus dari sekelompok orang yang berdedikasi. Mereka memiliki kemampuan untuk menerapkan prinsip-prinsip yang telah mereka pelajari dalam desain pemasaran digital yang berhasil. Upaya ini meningkatkan angka penjualan dan pemasaran. Kesuksesan ini menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital telah mampu mendorong anggota komunitas untuk berpartisipasi secara proaktif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Hasil ini menunjukkan bahwa tindakan yang diambil dalam pelatihan pemasaran digital memiliki dampak yang signifikan pada bisnis mereka. Di samping itu, data yang dikumpulkan oleh tim pengabdian melalui manajemen media sosial telah menunjukkan peningkatan jumlah interaksi dan penayangan, yang menunjukkan minat yang semakin meningkat dari audiens mereka

REKOMENDASI

Untuk memaksimalkan hasil kampanye digital marketing, ada beberapa tindakan lanjut yang perlu dilakukan. Salah satunya adalah bahwa peserta yang telah menyelesaikan pengabdian kepada masyarakat terkait digital marketing diharapkan untuk terus menjalankan toko online yang telah mereka buat selama pelatihan digital marketing. Bagi pelaku yang telah sukses dapat dilibatkan dalam pengabdian masyarakat selanjutnya sebagai bentuk testimoni pentingnya pemasaran digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Ibu-Ibu PKK Kelurahan Jagalan Kota Kediri, 2) Kepada LPPM Universitas Nusantara PGRI Kediri membantu Pengabdian kepada Masyarakat., 3) Kepada Tim dosen Program Studi Manajemen dan Mahasiswa

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A.M. (2018) 'Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "Waroeng Ora Umum" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen', *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1).
- Rahmah, Azizah; Nawawi, Z.M. (2022) 'Peran Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Kota Medan', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1).
- Wahyudi, R., Riyanto, A.D. and Berlilana (2019) 'Pelatihan Aplikasi Teknis Pengembangan Online Marketing Bagi Ukm Se-Balingmas cakeb', *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1).
- Widiawati, A.M., Pratiwi, A.A. and Bimandra, G. (2019) 'Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat', *Dinamisia - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).