

PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK MELALUI DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN MALANU DISTRIK SORONG UTARA

**Siti Nur Kayatun¹⁾, Nurfitri²⁾, Mardhiah Ghani³⁾,
Aprisa Rian Histiari⁴⁾, Masniar⁵⁾, Sanny Hahury⁶⁾**

^{1,3,4,5,6)}Prodi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sorong

²⁾Prodi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sorong
nurfitri3003@gmail.com

Abstract

The collapse of the world economy since the COVID-19 pandemic has become one of the reasons for changing business trends towards online business. Online business has penetrated all lines from young people to housewives. However, knowledge about online business is still very minimal, especially housewives. One of the efforts of housewives to help the family's economy is by selling home-cooked food. However, at this time the business is still being marketed by opening sales stalls. So that tips are needed by housewives to find out how to expand their product market so they can survive in trade competition. The output of this community service activity is that housewives, especially in the Malanu Village, know how to market their products using digital marketing methods through social media which are currently being widely used by everyone, such as Facebook, Instagram. With this digital marketing training, it is hoped that housewives will be more effective and creative in expanding the market and helping the family economy by optimizing existing technology.

Keywords: digital marketing, covid-19, online business, economy.

Abstrak

Runtuhnya perekonomian dunia sejak pandemi COVID-19 menjadi salah satu sebab berubahnya trend bisnis mengarah ke bisnis online. Bisnis online merambah di semua lini dari anak muda sampai ibu-ibu rumah tangga. Namun pengetahuan tentang bisnis online masih sangat minim khususnya para ibu-ibu rumah tangga. Salah satu usaha para ibu rumah tangga dalam membantu perekonomian keluarga yakni dengan menjual masakan rumahan. Akan tetapi, saat ini usaha tersebut masih dipasarkan dengan membuka lapak jualan. Sehingga diperlukan kiat oleh para ibu rumah tangga untuk mengetahui cara memperluas pasar peroduknya agar dapat bertahan dalam persaingan dagang. Adapun output dari kegiatan pengabdian ini adalah para ibu rumah tangga khususnya di Kelurahan Malanu mengetahui bagaimana cara memsarkan produk jualannya dengan metode digital marketing melalui media sosial yang saat ini lagi marak digunakan oleh semua orang seperti facebook, Instagram. Dengan pelatihan digital marketing ini diharapkan untuk para ibu rumah tangga dapat lebih efektif dan kreatif lagi untuk memperluas pasar dan membatu perekonomian keluarga dengan mengoptimalkan teknologi yang ada.

Kata kunci: Pasar digital, covid-19, bisnis online, ekonomi.

PENDAHULUAN

Banyak upaya yang telah dilakukan untuk memberdayakan ibu rumah tangga dalam meningkatkan perekonomian keluarga, karena mereka merasa memiliki tanggung jawab

dalam memperkuat perekonomian rumah tangga dengan kemampuan yang dimiliki (Pradiani, 2017). Pandemi COVID 19 yang berlangsung selama hampir 2 tahun terakhir, dimana banyak hambatan dan permasalahan

yang dihadapi oleh ibu rumah tangga, terutama apabila suami terkena PHK, mereka berupaya untuk melakukan terobosan-terobosan dengan membuka usaha dan memasarkan produknya. Pemasaran produk banyak dilakukan secara konvensional maupun pemasaran dari mulut ke mulut, tetapi hal tersebut belum maksimal. Pemanfaatan pemasaran internet bertujuan untuk mempercepat pemasaran dan dianggap sebagai kebutuhan bagi pengusaha dan ibu rumah tangga. Internet marketing atau sering disebut pemasaran digital adalah sebuah alat atau platform yang kerap digunakan oleh pengusaha, karena dengan memanfaatkan platform tersebut, konsumen dapat memantau dan mengetahui produk yang dipasarkan. (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Dengan melakukan pemasaran secara daring, calon konsumen dapat memperoleh seluruh informasi terkait produk seperti jenis produk, harga, spesifikasi, dan ulasan dari pembeli lainnya. Sementara itu, penjual dapat mengawasi dan menyesuaikan produk yang mereka tawarkan sesuai dengan permintaan dan revisi dari pembeli atau calon konsumen, tanpa adanya batasan waktu. Pentingnya strategi pemasaran melalui media online sangat terasa, terutama di masa pandemi covid yang berdampak pada perubahan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran (Fahriyah & Yoseph, 2020). Membahas tentang kemajuan pemasaran digital yang mengalami peningkatan cenderung positif bagi perusahaan kecil maupun besar, memberikan pengaruh yang luas dengan adanya berbagai platform dan meningkatnya jumlah pengguna yang akan memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan bisnis. Fokus utama digital marketing adalah

efisiensi dan efektivitas dalam mempromosikan produk serta menyampaikan informasi secara cepat dan terbaru kepada konsumen dengan jangkauan yang luas dan tepat.

Berdasarkan kenyataan di atas maka akan dilaksanakan pengabdian pada masyarakat berupa suatu pelatihan pemasaran online atau digital marketing untuk ibu-ibu rumah tangga di kelurahan Malanu Kecamatan Sorong Utara Kota Sorong. Pada pelatihan ini, diberikan strategi atau trik dalam memasarkan produk olahan masakan untuk ibu rumah tangga melalui sarana media sosial yaitu Facebook atau Instagram. Alat digital marketing yang paling umum digunakan oleh pengguna adalah dengan menggunakan smartphone (Susanto, 2017) Pemanfaatan telepon pintar sangat membantu para ibu rumah tangga dalam memasarkan produknya secara online.

Tujuan dari kegiatan ini agar para ibu rumah tangga dapat lebih efektif dan kreatif untuk menghasilkan pendapatan tambahan keluarga dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial yang saat ini maraca digunakan seperti facebook, Instagram dan lainnya untuk memperluas pasar dagangannya. Dalam pelatihan ini, diharapkan bahwa peserta, yang kebanyakan adalah ibu rumah tangga, akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan tentang cara memasarkan produk mereka secara online (Abadi, 2015). Selain itu, diharapkan peserta pelatihan yaitu para ibu rumah tangga Kelurahan Malanu mendapatkan manfaat dari pelatihan tersebut, dan diharapkan produk yang sebelumnya dijual di warung pinggir jalan atau dari mulut ke mulut dapat ditingkatkan melalui penjualan online. Dengan kemandirian ibu rumah tangga ini dapat memperkuat anggaran rumah

tangganya (Shin, 2018).

METODE

Program pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan yakni memberikan pelatihan digital marketing kepada para ibu rumah tangga di Kelurahan Malanu dan memberikan edukasi dan manfaat dari pelatihan digital marketing untuk memasarkan jualan secara luas. Kegiatan yang ditargetkan kepada ibu-ibu rumah tangga ini dilaksanakan dengan melakukan pelatihan berupa materi kiat atau trik untuk memasarkan produk jualan.

Digital marketing merupakan perangkat/alat yang bersifat moderen, dapat menyimpan dan memberikan informasi sehingga mempermudah kehidupan manusia (Prawiro.,2020). Bagaimana mengenali dan pemenuhan kebutuhan manusia dan sosial sering kita kenal sebagai istilah marketing. Pengertian pemasaran yang baik dan singkat adalah pemuasan kebutuhan akan keuntungan. (Kotler & Keller, 2015).

Pada bagan gambar dibawah (Gambar 1), perusahaan bekerja berdasarkan apa yang dibutuhkan oleh konsumennya, menciptakan nilai untuk produk yang mereka pasarkan, dan membangun hubungan yang kuat dengan kosumen yang akan mendapatkan manfaat dari produknya. Selanjutnya, dengan begitu proses pemasaran dapat meningkat dengan memberikan nilai terhadap produk yang mereka pasarkan. Nilai-nilai ini dapat berupa laba, modal dan bentuk penjualan yang didapatkan dari feedback konsumen.



Gambar 1 : Proses pemasaran

Digital marketing adalah bagaimana menggunakan teknologi digital yang dirancang untuk menjangkau calon konsumen dan menciptakan saluran untuk mencapai tujuan bisnis dengan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif. Pemasaran secara digital ini, dapat membantu pebisnis bagaimana memasarkan produk dan layanan mereka. Selain itu, dengan digital marketing juga dapat membuka pasar baru yang sebelumnya tertutup atau tidak ada karena kendala waktu, komunikasi dan jarak.

Ada beberapa manfaat dari digital marketing oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa mereka sebagai berikut (Pangestika, 2018) :

1. **Kecepatan Penyebaran.** Dengan menggunakan media digital dalam memasarkan produk dapat meningkatkan efisiensi waktu sampai hitungan detik dan dapat dipantau secara real-time dan tepat guna.
2. **Kemudahan evaluasi.** Dengan adanya media online dalam pemasaran produk, kita dapat melakukan evaluasi langsung baik untuk berapa persentase penjualan dari setiap produk yang dipasarkan, berapa banyak produk yang sudah terjual dan sebagainya.
3. **Jangkauan lebih luas.** Dengan teknologi digital saat

ini yang dapat dijangkau secara luas baik nasional maupun internasional, kita dapat dengan mudah mempromosikan produk secara global.

Materi yang diberikan dalam bentuk pemberian materi presentasi digital marketing yang selanjutnya sesi tanya jawab sekaligus praktek cara memasarkan produk jualan di beberapa aplikasi jualan online. Aplikasi digital online yang diberikan pada sesi materi ini diantaranya Facebook, Instagram, Google, Shopee, Tiktok, Gojek, Grab dan Whatsapp. Aplikasi dan marketplace ini dipilih karena rata-rata pelaku konsumen atau masyarakat saat ini banyak menggunakan aplikasi atau marketplace tersebut.

Aplikasi yang pertama dipresentasi dan dipraktikkan pada program ini adalah bagaimana cara membuat redaksi postingan yang menarik minat pada aplikasi facebook, bagaimana membuat suatu postingan dapat dilihat oleh banyak orang dengan cepat, dan trik lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian pada masyarakat ini telah direalisasikan pada tanggal 16 Maret 2023 di Kelurahan Malanu Distrik Sorong Utara. Kegiatan ini diikuti oleh ibu-ibu rumah tangga di kelurahan tersebut. Program ini dapat terlaksana karena permintaan oleh pihak mitra yakni para ibu rumah tangga di kelurahan Malanu serta dari sisi tim pelaksana guna memenuhi kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tahap pertama yang dilakukan yakni pemberian materi pelatihan digital marketing. Pada materi ini dijelaskan tentang konsep dasar digital marketing, perbandingan lapak dagang secara

konvensional dan digital, mengapa harus menggunakan digital marketing di era saat ini khususnya karena dampak dari COVID-19, dan aplikasi atau marketplace apa saja yang dapat kita pergunakan selaku pelaku usaha untuk melakukan penjualan produk untuk memaksimalkan pendapatan ekonomi.

Tahap kedua yakni melakukan tanya jawab dan sesi pelatihan langsung menggunakan aplikasi digital marketing. Pada sesi ini, mitra atau ibu-ibu rumah tangga melakukan tanya jawab seputar kiat atau trik untuk melakukan pemasaran produk kepada tim pelaksana pengabdian dan setelah itu dilanjutkan praktek untuk pemasaran produk dari masing-masing ibu rumah tangga yang dipasarkan.

Pemberian praktek langsung dengan aplikasi pemasaran ini yang pertama membuat redaksi postingan yang menarik minat pada aplikasi facebook dengan cara menambahkan tagar “#” dan menyebutkan kata-kata yang sedang viral atau akun facebook orang lain yang memiliki banyak pengikut (*followers*). Kemudian dengan penambahan simbol tagar ini pada postingan akan membuat postingan akan dilihat banyak orang karena akan muncul pada akun/topik yang kita tambahkan.





Gambar 2 : Beberapa materi presentasi digital marketing

Program ini berjalan dengan lancar karena antusias ibu-ibu rumah tangga untuk dapat menerima pelatihan digital marketing. Pihak mitra atau ibu-ibu rumah tangga di kelurahan ini sangat puas akan kegiatan yang dilaksanakan untuk meningkatkan penjualan produk mereka atas dampak dari COVID-19 yang mereka rasakan.



Gambar 3 : Praktek langsung menggunakan aplikasi



Gambar 4 : Pemaparan materi



Gambar 5 : Foto bersama dengan mitra

SIMPULAN

Setelah melakukan kegiatan selama satu hari kepada peserta mitra yakni para ibu rumah tangga Kelurahan Malanu, tim pengabdian telah memberikan edukasi juga pemahaman kepada mitra pentingnya digital marketing untuk memasarkan jualan melalui platform digital marketing seperti Facebook atau Instagram. Selain itu, Ibu-ibu rumah tangga dapat dengan mudah mempraktekkan cara memasarkan jualan melalui platform media sosial Facebook atau Instagram dengan cara memotret jualan dan di post di Facebook atau Instagram. Dengan kegiatan ini, Sehingga melalui kegiatan ini, diharapkan kepada masyarakat yang merupakan pelaku usaha khususnya para ibu rumah tangga di kelurahan Malanu ataupun ibu rumah tangga yang memiliki produk jualan dapat meningkatkan hasil penjualan produk

mereka secara online melalui digital marketing ini ataupun secara offline/konvensional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada mitra Ibu-ibu Rumah Tangga Kelurahan Malanu Distrik Sorong Utara yang memberikan kesempatan kepada tim dosen pengabdian untuk mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan tentang digital marketing ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi. (2015). *Sell Like a Wolf: Million Dollar Sales Techniques*. Elex Media Komputindo.
- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020). Keunggulan Kompetitif Spesial sebagai Strategi Keberlanjutan UKM di Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 104–119.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. In *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 1, Issue 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). *Holistic marketing: a broad, integrated perspective to marketing management*. In *Does Marketing Need Reform?: Fresh Perspectives on the Future* (pp. 308-313). Routledge.
- Hadiono, K., Candra, R., Santi, N., (2020). *Menyongsong Transformasi Digital*. Proceeding SENDIU 2020.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume

Penjualan Hasil Industri Rumahan. *JIBEKA*, 11(2), 46–53.

<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>.

- Pangestika, Nur Lia (2018). Pengaruh pemanfaatan media sosial whatsapp terhadap penyebaran informasi pembelajaran di SMA Negeri 5 Depok. BS thesis. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Santoso, B. I., Agustini, P. M., & Kurnia, A. (2020). sosialisasi Digital Marketing untuk Ibu- Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 2(2), 35–42. <https://doi.org/10.36782/ijsr.v2i2.24>
- Shin. (2018). *The Sales Codes: Kitab untuk Para Sales*. Alfa Cemerlang Edindo.
- Soerojo, D. R. (2019). *A. Sales Breakthrough: Buku Wajib Orang Sales*. Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, G. (2017). *The Power of Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.