

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING PADA YAYASAN PERSATUAN KELUARGA SILUNGKANG

Risman Kurniadi¹, Awang Medidat², Dzikri Mansyursyah Amin³, Fadli Saputra⁴, Imam Turmudi⁵, Janet Pratiwi⁶, Liliyana Desti Ariyanti⁷, Muhammad Liwan Maftuh⁸, Rizky Adji Pangestu⁹, Jenny Nabillah¹⁰, Farida Nurlaila¹¹

¹⁻¹¹Universitas Pamulang; Jl. Raya Puspitex No. 46 buaran, serpong, Kota Tangerang Selatan. Provinsi Banten 15310. (021) 741-2566 atau 7470 9855

¹⁻¹¹Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

e-mail: ¹rismankurniadi19@gmail.com, ²awangmedidat98@gmail.com, ³zikrimansyursyah@gmail.com, ⁴fadlisaputra1501@gmail.com, ⁵imamturmudi02@gmail.com, ⁶janetpratiwi4@gmail.com, ⁷liliyana.desti@gmail.com, ⁸liwanmaftuh7@gmail.com, ⁹rizkyadji21@gmail.com, ¹⁰jennynabillah@gmail.com, ¹¹dosen00676@unpam.ac.id

Abstrak

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan edukasi tentang pemasaran digital, terutama media sosial, bagi para Pengurus dan Staf Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang untuk meningkatkan penjualan dan laba mereka. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah; pertama, penjelasan menggunakan slide powerpoint dan proyektor; kedua, berbagi pengalaman dan diskusi tentang pemasaran barang; ketiga, praktik langsung dengan melakukan pengambilan gambar, proses editing, membuat akun media sosial dan akun merchant di e-commerce, hingga membuatnya menarik bagi pembeli (gambar, typografi, dll). Hasilnya banyak hal baru yang belum pernah digunakan untuk meningkatkan efektifitas pemasaran pada Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang, dan diharapkan dengan acara sosialisasi ini diharapkan dapat menjangkau lebih banyak customer yang lebih luas dengan demikian penjualan dapat meningkat.

Kata kunci: Digital Marketing, Sosialisasi, Pelatihan, E-Commerce

I. PENDAHULUAN

Meningkatnya persentase penggunaan internet merupakan salah satu ciri dari revolusi besar dalam perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Kemudahan mengakses internet, biaya yang terjangkau serta peningkatan jumlah pengguna smartphone yang signifikan mendorong kita ke era serba digital. Peningkatan layanan internet, harga yang terjangkau dan jumlah pengguna smartphone yang besar merupakan beberapa revolusi besar dalam perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK).

Perkembangan TIK membantu setiap elemen komponen sosial ekonomi. Dalam skenario lingkungan bisnis saat ini, perkembangan teknologi komunikasi meningkatkan ruang lingkup pemasaran digital yang memberikan manfaat bagi setiap sektor bisnis untuk memberikan produk dan layanan terbaik kepada pelanggan mereka. Layanan pemasaran digital dapat dikelola melalui staf teknis internal dan juga ditangani oleh layanan pemasaran digital pihak ketiga yang disewa oleh perusahaan.

Digital Marketing juga dikenal sebagai pemasaran online atau layanan pemasaran web atau kadang-kadang juga dikenal sebagai pemasaran media sosial. Digital Marketing adalah sekelompok layanan yang menyediakan beberapa layanan kepada klien dan

pelanggan.(Josua Tarigan,Ridwan Sanjaya, 2009) Layanan Digital Marketing adalah cara cepat untuk menangkap pasar karena di era digital saat ini mudah untuk berinteraksi dengan pelanggan dan klien di tingkat lokal hingga global dan juga dampak yang paling nyata lainnya juga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit. Ditemukan bahwa bisnis yang tidak memiliki banyak dana juga dapat mengambil layanan Digital Marketing dan itu akan memberikan hasil yang lebih baik.

Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang (PKS) Jakarta saat ini masih mengandalkan usaha penjualan barang khas daerah dengan pemasaran secara offline baik berupa toko fisik juga dengan cara menawarkan barang secara langsung. Para pengurus dan staff pada Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang belum menerapkan Pemasaran secara digital pada usaha yang dijalankannya

Berdasarkan latar belakang diatas, tim pengusul dan pelaksana kegiatan berinisiatif memberikan pengetahuan juga pelatihan tentang cara memanfaatkan perkembangan teknologi informasi melalui Digital Marketing kepada para pengurus Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang (PKS) Jakarta. Oleh karena itu kami sepakat melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “**Sosialisasi Digital Marketing Pada Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang**”.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan edukasi kepada Pengurus dan Staf Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang (PKS) Jakarta tentang pemanfaatan Digital Marketing untuk kegiatan usaha penjualan barang khas daerah Silungkang dan memberikan pemahaman serta pelatihan dan praktek secara langsung tentang cara membuat konten produk, menambahkan dan menghapus produk pada aplikasi penjualan berbasis web dan kegiatan-kegiatan lain yang mendukung Digital Marketing. Dengan membekali pelatihan ini, diharapkan para pengurus juga staff Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang dapat memanfaatkan dan memaksimalkan potensi pemasaran secara digital untuk usaha yang sedang dijalankan.

II. METODE PELAKSANAAN

Kurangnya pemanfaatan perkembangan teknologi informasi yang ditemui di lingkungan Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang menimbulkan beberapa permasalahan diantaranya yaitu belum adanya penjualan produk yang dilakukan secara online, hal ini dikarenakan keterbatasan informasi dan pemahaman

dari pihak Yayasan Persatuan Keluarga silungkang mengenai Digital Marketing.

Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) memberikan ilmu pengetahuan dalam bentuk sosialisasi dan praktek langsung mengenai bagaimana cara terjun ke dalam pasar digital, cara pengambilan gambar yang baik untuk dijadikan konten menarik yang tidak kalah bersaing pada pasar digital.

Setelah mengamati dan menjumpai langsung kendala yang ada maka tim survei mendiskusikan kepada seluruh anggota kelompok Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) untuk mengadakan kegiatan sosialisasi. Kemudian ketua kelompok memberikan usulan kepada pihak Yayasan untuk diadakannya kegiatan sosialisasi mengenai digital marketing sebagai bentuk pelatihan kepada pihak Yayasan.

Sosialisasi ini memberikan informasi dan praktek langsung dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan Yayasan dalam pemasaran produknya setelah masuk ke dalam dunia pemasaran digital atau Digital Marketing.

1. Khalayak Sasaran

Kegiatan ini kami tujukan kepada staf dan pegawai pada Yayasan Perkumpulan Persatuan Keluarga Silungkang, baik itu dari bagian penyewaan gedung yakni Silungkang Venue dan toko oleh-oleh yaitu La TACONA.

2. Tempat dan Waktu

Tempat : Jl. Gotong Royong, Ciledug Raya
No. Kav. 13, RT.004 / RW.009,
Larangan Indah, Kec. Larangan,
Kota Tangerang, Banten 15154

Waktu Acara : 24 September, Jam 09:00 - 13:00.

3. Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui tahapan-tahapan pelaksanaan sebagai berikut:

a. Tahapan Persiapan

Survei dan wawancara dilakukan oleh tim survei untuk mendapatkan kebutuhan dan permasalahan yang ada pada Yayasan Perkumpulan Persatuan Keluarga Silungkang baik di bidang bisnis penyewaan gedung dan penjualan produknya. Dan menentukan jenis kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang ada pada penjualan produk maka dilaksanakanlah kegiatan bagaimana memasarkan produk secara digital, yakni dengan cara membuat Website, akun sosial media, dan toko online pada platform E-Commerce sebagai bentuk pemasaran produk secara digital.

b. Tahapan Pelaksanaan
 Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada saat jam buka Yayasan PKS, yakni pada hari jumat, 24 september 2021 mulai pukul 09.00 sampai selesai secara tatap muka yang dihadiri oleh dosen pembimbing PKM, Wakil ketua Yayasan, dan staf pegawai Yayasan yang bertempat di Jl. Gotong Royong Jl. Ciledug Raya No. Kav. 13, RT.004/RW.009, Larangan Indah, Kec. Larangan, Kota Tangerang, Banten 15154.



Gambar 2. 1 Mahasiswa Unpam Gelar Sosialisasi Digital Marketing Pada Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang - Kompasiana.Com, n.d.

Kegiatan ini dibagi menjadi 3 Team yaitu team untuk melakukan presentasi, foto produk dan editing foto produk. Kegiatan presentasi dijelaskan tentang kelebihan dan tantangannya pada digital marketing, dan cara implementasinya yang meliputi pembuatan Website, membuat konten di sosial media, dan mengupload produk ke Website dan Toko E-Commerce. Dan kami melakukan kegiatan foto produk pada toko La TACONA yang nantinya akan digunakan untuk display produk di Website, Sosial Media, dan Toko E-Commerce.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Secara garis besar kegiatan sosialisasi digital marketing yang dilakukan berlangsung dengan baik, melihat dari antusias audiens dalam mempraktekan semua materi yang telah disampaikan. Kegiatan sosialisasi ini juga berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat bersama ketua yayasan, dalam pelaksanaannya semua peserta yang mengikuti pelatihan mematahui protokol kesehatan seperti menggunakan masker, mencuci tangan dan narasumber yang menyampaikan materi tentang Digital Marketing

juga mematuhi protokol kesehatan, pada saat penyampaian materi tetap menggunakan masker. Adapun materi yang disampaikan kepada pengurus dan anggota Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang sebagai berikut:

- 1) Cara memanfaatkan advertising pada social media;
- 2) Cara membuat konten produk lebih menarik;
- 3) Cara memfoto dan mengedit menggunakan aplikasi slurry;
- 4) Cara mengupload foto produk ke platform E-commerce.

Tabel 3. 1 Rekap Data Hasil Kuesioner Pemahaman Materi

NO	Respon Audience	Point Pertanyaan			
		1	2	3	4
1	Iya	30	50	40	50
2	Tidak	10	0	0	0
3	Ragu-Ragu	10	0	10	0
Jumlah		50	50	50	50

Dari hasil data kuesioner yang diberikan kepada audiens berikut grafik yang dapat digambarkan:



Gambar 3. 1 Grafik Persentase Tingkat Pemahaman

Grafik diatas menunjukkan bahwa hampir semua audiens atau peserta sosialisasi yang mengikuti pelatihan dapat memahami semua materi yang disampaikan. Point 1 persentase pemahaman audiens tentang pemanfaatan advertising media sosial sebanyak 60%. Point 2 persentase pemahaman audiens tentang membuat konten produk lebih menarik sebanyak 100%. Point 3 persentase pemahaman audiens dalam menggunakan aplikasi slurry untuk memfoto dan mengedit produk sebanyak 80%. Point 4 persentase pemahaman audiens cara mengupload foto produk ke platform E-commerce sebanyak 100%.

Setelah memahami tentang materi yang disampaikan peserta langsung mempraktekan dengan dibimbing langsung oleh narasumber. Dengan demikian diharapkan dapat menjangkau target pasar yang lebih luas sehingga penjualan akan meningkat.

B. Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat atau PKM yang dilaksanakan di Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang berjalan dengan baik hingga keseluruhan susunan acara selesai. Dimulai dari tahap persiapan membuat materi sosialisasi digital marketing, menyiapkan rundown acara dan mempersiapkan peralatan yang akan digunakan saat sosialisasi semuanya berjalan lancar.

Materi sosialisasi yang disampaikan berisikan penjelasan tentang definisi dari digital marketing, manfaat penggunaan digital marketing untuk bisnis, perbedaan antara periklanan melalui media cetak dibanding dengan periklanan secara online, cara membuat konten iklan yang orisinal di media sosial, sampai menggunakan aplikasi selury untuk membantu pengeditan gambar dari produk sebelum masuk ke sesi foto produk.

Kegiatan Sosialisasi ini dilaksanakan di Ruang VIP Gedung Pertemuan Keluarga Silungkang. Penggunaan ruangan ini sudah disepakati oleh tim survei dari kelompok PKM dengan pihak pengelola gedung. Pada hari pelaksanaan seluruh anggota datang 1 jam lebih awal ke lokasi sosialisasi untuk melakukan persiapan, seperti pemeriksaan proyektor untuk presentasi, menata kursi sesuai dengan jumlah audiens. memasang spanduk, memeriksa kamera yang akan digunakan saat foto produk untuk memastikan kamera dapat berfungsi dengan baik dan memeriksa ulang rundown kegiatan. Semua hal tersebut berjalan dengan baik.

Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing pada Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang ini dilaksanakan pada hari jum'at tanggal 24 September 2021 dimulai dari jam 09:00 sampai dengan jam 14:00. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan pengenalan anggota kelompok PKM yang dilakukan oleh ketua kelompok PKM. Setelah itu kegiatan sosialisasi dilakukan dengan mempresentasikan materi mengenai digital marketing secara umum hingga mengerucut ke arah pemanfaatan media sosial dan e-commerce, kemudian acara dilanjutkan dengan sosialisasi bagaimana menggunakan aplikasi selury untuk mengedit konten iklan dan praktik langsung mengambil gambar produk menggunakan kamera dan kamera ponsel.

Kegiatan ini ditutup dengan makan siang bersama dan pengisian kuesioner oleh para peserta kegiatan. Adapun pertanyaan kuesioner terdiri dari:

- 1) Pemahaman untuk memanfaatkan advertising pada social media;
- 2) Pemahaman tentang cara membuat konten produk lebih menarik;
- 3) Pemahaman mengambil foto dan mengedit menggunakan aplikasi selury;
- 4) Pemahaman tentang cara mengupload foto produk ke platform E-commerce.

Hasil dari evaluasi sosialisasi ini, digambarkan pada grafik 1, lebih dari 80% peserta sosialisasi memberikan respon yang positif terhadap kegiatan sosialisasi ini. Hal ini dapat diartikan bahwa kegiatan sosialisasi digital marketing yang dilakukan pada Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang memberikan manfaat dan respon positif terhadap para peserta. Tujuan Akhir dari tercapainya pelatihan ini adalah untuk membantu para peserta untuk lebih memanfaatkan perkembangan teknologi khususnya di bidang digital marketing bagi Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang.

Hasil pengabdian terdiri dari hasil secara kuantitatif maupun kualitatif dari kegiatan yang dilaksanakan. Jika ada tabel/bagan/gambar berisi paparan hasil yang sudah bermakna dan mudah dipahami maknanya secara cepat. Tabel/bagan/gambar tidak berisi data mentah yang masih dapat atau harus diolah.

Tabel dan Gambar. Semua tabel dan gambar yang dituliskan dalam naskah harus disesuaikan dengan urutan 1 kolom atau ukuran penuh satu kertas, agar memudahkan reviewer untuk mencermati makna gambar.

Pembahasan mengenai hasil pengabdian, dikaitkan dengan hasil penelitian-penelitian/pengabdian sebelumnya, dianalisis secara kritis dan dikaitkan dengan literatur terkini yang relevan.

IV. SIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang sudah dilalui, berbagai hal menarik diperoleh dari pelaksanaan kegiatan tersebut. Metode/ cara implementasi pemasaran menggunakan sosial media terbukti dapat meningkatkan pengembangan produk mitra bisnis baik dari sisi pendapatan/omset maupun dari sisi biaya. Kegiatan PKM ini telah memberikan kontribusi kepada pelaku bisnis/ mitra bisnis dengan memberikan solusi berupa pelatihan guna meningkatkan pengetahuan dalam penggunaan sosial media sebagai infrastruktur pemasaran produknya.

Adapun kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan adalah:

- 1) Anggota Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang melakukan pemasaran menggunakan aplikasi penjualan online pada Smartphone yang dimilikinya.
- 2) Anggota Yayasan Persatuan Keluarga Silungkang melakukan inovasi pada kemasan produknya dengan menambahkan keterangan bahan baku dan tanggal kadaluarsa produk pada kemasan produknya.
- 3) Dengan menggunakan aplikasi penjualan online yang ada di situs penjualan dan sosial media, terbukti mengurangi biaya tenaga pemasaran, memperluas pasar sasaran dan jaringan pasar.
- 4) Disamping itu pula dari aplikasi penjualan online/ E-commerce mitra bisnis dapat melihat di kolom komentar pelanggan mitra bisnis, sehingga hal-hal yang baik tentang produk dari mitra bisnis dapat dipertahankan/ mungkin ditingkatkan sedangkan hal-hal yang kurang disukai oleh pelanggan segera dapat dicairkan perbaikannya

DAFTAR PUSTAKA

- Falah, A. L., & Benda, P. (n.d.). JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang
PELATIHAN MEMBUAT WEBSITE MASJID DINAMIS DENGAN MENGGUNAKAN PLATFORM BLOGGER KEPADA REMAJA MASJID JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Univ. 20–23.
- Irfanudin, A. M., Manik, C. D., & Faisal, F. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, m 2(1), 19. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v2i1.3655>
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung - Bogor. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 3(1), 22. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i1.6275>
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 1(2), 250 <https://doi.org/10.3249/j.pdl.v1i2.2425>