Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Digital Marketing upaya peningkatan eknomi dilingkungan kelompok ibu pkk kelurahan bambu apus

Veta Lidya Delimah Pasaribu, Tangguh Wijohandoko, Bambang Purnomo Yanuarso,Muliahadi Tumanggor

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email :
Veta01889@unpam.ac.id ,dosen02348@unpam.ac.id, dosen02142@unpam.ac.id , muliahaditumanggor17@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran merupakan elemen penting menjalankan sebuah bisnis. Banyak pelaku bisnis yang meluangkan waktunya untuk memikirkan metode pemasaran apa yang tepat agar barang yang dijualnya laku di pasaran, karena sukses tidaknya bisnis bergantung pada metode/ cara pemasaran apa dan bagaimana yang dilakukan oleh pelaku usaha khususnya para pelaku UMKM. Masalah utama yang dihadapi Kelompok PKK ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secaraonline, khususnya e-commerce. Minimnya pengetahuan Kelompok PKK (Kelompok PKK) mengenai digital marketing menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelakuKelompok PKK 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 solusiyang 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 Kelompok PKK agar menjadi keluarga sejahtera. Target luaran program ini adalah artikel ilmiahyang dipublikasikan melalui jurnal berISSN, dan peningkatan keberdayaan Kelompok PKK (Kelompok PKK) serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang pemasaran melalui media online dan offline.

Kata kunci : Pengenalan Digital Marketing, Pemasaran, Meningkatkan Penghasilan Kelompok PKK,PKK

ABSTRACT

Marketing is an important element of running a business. Many business people take the time to think about what marketing methods are appropriate so that the goods they sell sell on the market, because the success or failure of a business depends on what marketing

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif
P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

methods/methods and how are carried out by business people, especially MSMEs. The main problem faced by housewives is a lack of knowledge in marketing both conventionally (offline) and online, especially e-commerce. Housewives' lack of knowledge regarding digital marketing inspired the community service team to provide outreach and provide training regarding the use of information and communication technology. If housewives (housewives) understand the importance of digital marketing for business opportunities, it is hoped that they will be motivated to use digital marketing as a means of communication and business opportunity for their business, and can practice it directly by utilizing social media. Based on the partner's main problem, namely the lack of marketing management information, the solution offered to partners is to provide material related to digital marketing, offline marketing to increase income. The methods used are lectures, questions and answers, and simulations. The target to be achieved in this community service activity is the implementation of the introduction of digital marketing in an effort to increase the income of housewives (Kelompok PKK) to create a prosperous family. The output targets of this program are scientific articles published in ISSN journals, and increasing the empowerment of housewives (Kelompok PKK) and the ability to take advantage of marketing opportunities through online and offline media.

.

Keywords: Introduction to Digital Marketing, Marketing, Increasing PKK Groups

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, sehingga mau tidak mau masyarakat di Kelurahan bambu apus harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut, bila tidak akan tertinggal.

Penggunaan sosial media adalah alat pemasaran yang paling ampuh karena semua orang dari berbagai latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya.

Dengan sosial mediaKelompok PKK sebagai pelaku usahadapat 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.

Namun, para usahadi Kelurahan bambu apus kurang memiliki wawasan terkait konsep digital marketing, dimana lingkup digital marketing tidak hanya pada kajian promosi dan pemasaran saja, tetapi juga mencakup pada penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan produk.

Selain itu, para Kelompok PKK sebagai pelaku usahajuga belum mengetahui produk teknologi informasi yang dapat digunakan untuk pemasaran produknya. Padahal, saat ini banyak produk teknologi yang dapat digunakan dalam pemasaran produk, dimana tidak hanya terbatas pada pemanfaatan media sosial saja.

Tujuan utama digital marketing adalah sebagai pemasaran penjualan produk dan jasa, salah satunya yaitu sebagai berikut:

1. Target Pemasaran Yang Tepat Tujuan utama dari “Digital Marketing” adalah pemasaran yang memanfaatkan alat atau media digital untuk menjangkau target konsumen secara cepat, tepat dan luas. Selain itu juga bisa lebih

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif
P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

efektif dan efisien dalam penggunaan dana iklan untuk kepentingan usaha atau bisnis.

2. Analysis Digital Setelah menentukan target, yaitu menganalisa untuk menerapkan sistem digital marketing yang paling efektif dan efisien. Ada beberapa macam alat sebagai halaman analisa untuk mengukur sebuah iklan, prilaku user, dan termasuk penggunaan anggaran iklan, sehingga benar-benar sesuai target pemasaran. Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Para Kelompok PKK (Kelompok PKK) di Kelurahan bambu apus dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital serta penambahan pendapatan keluarga. Para Kelompok PKK perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada agar dapat tercipta UMKM di daerah tersebut. Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Stelzner, 2012). 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 Kelompok PKK (Kelompok PKK) mengenai digital marketing menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh beberapa dosen dari fakultas ekonomi dan bisnis Prodi manajemen, Universitas Pamulang. Kegiatan ini merupakan bentuk keterlibatan perguruan tinggi dalam melaksanakan Tridharma perguruan tinggi dan memberikan pemahaman dan sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai strategi-strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengoptimalkan profit yang diinginkan, sehingga terbentuk lah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Kelompok PKK (Kelompok PKK) di Kelurahan bambu apus.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi Ibu-Kelompok PKK adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif
P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

mengo ptimalisasi reels pada Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan bambu apus ?
2. Apakah pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram pada Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan bambu apus dapat membuka peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan ?

TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permsalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalisasi reels pada Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan bambu apus..
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalisasi reels pada Ibu-ibu ruamh tangga di Kelurahan bambu apus dapat membuka peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Hendriadi, Sari dan Padilah (2019), digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet, agar dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat.

Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain Facebook, Instagram, Shopee dan media lainnya. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas.

Selain itu, digital marketing bersifat real time, sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.

Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk, karena sekarang ini masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline.

METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa tahap dalam metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Tahap pertama yaitu mengidentifikasi masalah guna merancang dan merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk materi penyuluhan dan pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tahap kedua yaitu survei lapangan langsung ke Kelurahan bambu apus. Survei dilakukan dengan wawancara dengan pihak Kelurahan bambu apus oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat guna mengetahui permasalahan dan hambatan yang ada dalam lingkungan Kelurahan bambu apus terkait hal-hal apa saja yang tepat diberikan kepada pihak terkait. Tim pelaksana berdiskusi mengenai tema dan materi yang akan disampaikan, bahan dan alat yang diperlukan, serta persiapan teknis lainnya yang dibutuhkan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Permasalahan yang ditemukan pada Kelurahan bambu apus adalah kurangnya pengetahuan Ibu-Kelompok

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif
P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

PKK terkait digital marketing melalui aplikasi instagramdalam mengoptimalisasi *reels*.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan bambu apus, pada hari Rabu, 24 April 2024 pada jam 08.00 sampai pukul 10.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada Ibu-Kelompok PKK. Penyampaian materi menggunakan metode presentasi dengan media Microsoft Power Point dan praktek penggunaan aplikasi instagram. Peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 10 orang.

Pihak Kelurahan bambu apus menyediakan ruang kegiatan berupa ruang pertemuan yang memadai dan nyaman. Hal yang perlu diperhatikan yaitu cara mengatur bangku peserta agar kondusif dan sesuai dengan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Untuk menunjang lancarnya pelaksanaan kegiatan ini, diperlukanbeberapa alat bantu/media pembelajaran tertentu, yaitu :

1. LCD (Liquid Crystal Display)
2. Proyektor
3. Laptop
4. Spidol
5. White board

Tahap terakhir dalam Kegiatan PengabdianKepada masyarakat ini yaitu tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan ini. Pada tahap ini dilakukan diskusi atau tanya jawab tentang apa saja yang masih menjadi hambatan pada Ibu-Kelompok PKK sebagai audiens.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membuat Ibu-Kelompok PKK menyadari pentingnya digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalisasi reels.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki tujuan bagi Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan bambu apus untuk meningkatkan pengetahuan terkait digital marketing melalui aplikasi instagram sehingga memberikan motivasi besar untuk meraih peluang bisnis. Hal ini nantinya dapat menjadi pegangan saat Ibu-Kelompok PKK ingin membantu para suaminya dalam menambah pendapatan rumah tangga.

Pembahasan

Untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini digunakan beberapa metode pelatihan yaitu sebagai berikut :

Metode Presentasi→ Metode yang digunakan dalam pelatihan ini yaitu pelatihan dengan memberikan gambaran materi dengan presentasi melalui media proyektor dengan tema "**PELATIHAN Peran Digital Marketing Dalam Era Globalisasi Dilingkungan Kelompok Ibu PKK Kelurahan bambu apus**"

"

a. Metode Diskusi dan Tanya Jawab → Setelah sesi pemberian materi selesai, maka dilanjutkan dengan sesi diskusi dengan tanya jawab. Hasil yang didapatkan adalah masih banyak Ibu-ibu yang masih awam dengan konsep digital marketing, masih lemahnya kemampuan komunikasi, dan juga masih kurangnya kemampuan analitis.
b. Metode Simulasi →Metode simulasi digunakan agar peserta dapat mempraktekkan langsung dari pembahasan materi yang telah didapat. Sehingga apabila peserta mengalami kendala, tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan langsung membantu. Metode ini menjadi tolak ukur untuk memantau apakah peserta sudah memahami dari materi yang telah disampaikan oleh pemateri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh Dosen Program Studi

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif
P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan positif dari instansi terkait yaitu Kelurahan bambu apus. Kami selaku tim pelaksana berharap dengan adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat dalam bidang pemasaran.

Dalam laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan Ibu-Kelompok PKK mengenai hal-hal yang mencakup digital marketing masih belum maksimal. Sehingga tidak banyak Ibu-Kelompok PKK yang mengetahui mengenai program kerja atau kegiatan yang dilaksanakan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan tentang digital marketing. Hal ini dapat berakibat pada kurangnya Ibu-Kelompok PKK untuk *survive* dan berinovasi saat memulai bisnis online.

Akhirnya, kami mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dan kami memohon maaf apabila dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini banyak ditemukan kekurangan dan kesalahan.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilakukan, maka kami dari team Mahasiswa Universitas Pamulang memberikan saran yaitu sebagai berikut:

Perlunya pembelajaran digital marketing melalui aplikasi instagram untuk Ibu-ibu ruah tangga di Kelurahan bambu apus secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Fadillah, Sulistiyani, Ela Hulasoh. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Intensi BerwirausahaSiswaSMKSasmitaJayaPamulang.TangerangSelatan.JurnalPengabdianKepada Masyarakat Abdi Laksana, Vol 4. (2), 604-615

Khotimatus Sadiyah, Liana Dwi S, dkk. PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKANPENGHASILANIBURUMAHTANGGA(Kelompok PKK)MAJLISTAKLIMAlAULADIYAH.Jurnal PKM Dedikasi Vol 1 No.3 (1-8), September 2020.

Istiqomah.(2021).PengaruhPengetahuanDigitalMarketingTerhadapMinatBerwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. Socia Akademika, 7(1), 10–16.

Munarsih. (n.d.). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA UNTUKBERWIRAUSAHAPADASMK MUHAMMADIYAHPARUNG-BOGOR.JurnalPengabdianDharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri, 3(1), 22–27.

Ningsih, R. (2017). Peranan pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi berwirausaha bagi mahasiswa.JurnalPerananPendidikanKewirausahaanDalamMeningkatkanMotivasiBerwirausahaBagi Mahasiswa, 2(3), 60.

Prawita, D., & Dwi Cahya, A. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Observasi Umkm Dan DigitalMarketingTerhadapIntensiMahasiswaBerwirausahaDiMasaAdaptasiKebiasaanBaruPandemi Covid-191. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 7(2), 569–580.

Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021).

Sosialisasi Kewirausahaan Untuk MeningkatkanMinatdanMotivasiSiswa

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Mathla' ulAnwar.JurnalPengabdianMasyarakat Indonesia,1(4), 157–163.

DOKUMENTASI KEGIATAN

Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.254-260
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com