

PENINGKATAN KETERAMPILAN PEMASARAN DIGITAL MELALUI E-COMMERCE UNTUK IBU POSYANDU POSPAUD ANGGREK

Debi Talia Gunawan^{a,1}, Raisya^{b,2}, Meliana^{c,3}, Dina Nofita^{d,4},

^{abcd}Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

¹Raisya2623@gmail.com; ²mellitsmell@gmail.com; ³ddinanofitaa@gmail.com;

debitaliag25@gmail.com

*debitaliag25@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital para ibu dari Posyandu Pospaud Anggrek dengan memanfaatkan platform e-commerce, khususnya GoFood Merchant. Pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan dan membangun keterampilan para peserta dalam penjualan Produk secara daring, yang mencakup segala hal mulai dari pembuatan akun dan pengelolaan menu hingga strategi periklanan digital. Data evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman para peserta tentang konsep pemasaran digital yang mendasar. Pada awalnya, hanya 25% peserta yang memiliki pemahaman tentang e-commerce, tetapi setelah pelatihan, persentase ini meningkat menjadi 85%. Mayoritas dari mereka mampu membuat akun GoFood Merchant dan mendaftarkan produk mereka. Pencapaian ini menggambarkan bahwa metode pelatihan yang praktis dan langsung sangat efektif untuk anggota komunitas dengan pengetahuan digital yang terbatas. Secara keseluruhan, inisiatif ini menunjukkan bahwa kompetensi pemasaran digital dapat ditingkatkan secara substansial melalui pendekatan pelatihan yang relevan dan praktis pada platform seperti GoFood Merchant.

Kata Kunci: kata kunci; pemasaran digital; e-commerce; penjual Gofood; posyandu; Ibu-ibu Posyandu;

Abstract

This community service activity is focused on improving the digital marketing skills of mothers from Posyandu Pospaud Anggrek by utilizing e-commerce platforms, especially GoFood Merchant. The training aimed to introduce and build the participants' skills in online product sales, covering everything from account creation and menu management to digital advertising strategies. Evaluation data showed a significant improvement in the participants' understanding of basic digital marketing concepts. Initially, only 25% of participants had an understanding of e-commerce, but after the training, this percentage increased to 85%. The majority of them were able to create GoFood Merchant accounts and list their products. This achievement illustrates that practical, hands-on training methods are highly effective for community members with limited digital knowledge. Overall, this initiative demonstrates that digital marketing competencies can be substantially improved through relevant and practical training approaches on platforms such as GoFood Merchant.

Keywords: digital marketing; e-commerce; Gofood Merchant; posyandu; Posyandu Moms;

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak besar dalam berbagai kehidupan, termasuk sektor ekonomi. Salah satu perubahan yang paling jelas terlihat adalah beralihnya cara pemasaran dari metode tradisional ke metode digital (Purnama & Wijayanti, 2024) dan (Darnawati et al., 2023). Para Ibu di Posyandu Pospaud Anggrek, sebagai bagian dari masyarakat yang aktif dalam kegiatan sosial dan ekonomi, meghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk-produk mereka. Kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran digital dan e-commerce menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha mereka.

Masalah yang di hadapi oleh mitra dalam pengabdian ini adalah kurangnya pemahaman dan kemampuan para ibu di Posyandu Pospaud Anggrek dalam menggunakan platform e-commerce seperti Gofood Merchant, sebagai alat pemasaran. Hal ini mengakibatkan produk yang merek hasilkan tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga potensi pendapatan yang bisa mereka raih menjadi terbatas (Aulia et al., 2024). Pengabdian serupa telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Misalnya, (Fauziah et al., 2021) dalam program

pelatihan digital marketing untuk ibu rumah tangga menunjukkan bahwa setelah pelatihan, terjadi peningkatan keterampilan sebesar 78% dalam penggunaan media sosial untuk promosi. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pelatihan e-commerce berbasis lokal mampu meningkatkan omzet pelaku usaha mikro sebesar 60% dalam waktu tiga bulan. Berbagai upaya penelitian dan inisiatif penjangkauan masyarakat sebelumnya telah menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital dapat meningkatkan kemampuan dan pemahaman para ibu tentang pemasaran produk secara online. Misalnya, sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Purnama & Wijayanti, 2024) mengungkapkan bahwa pelatihan pemasaran digital untuk ibu-ibu kader Posyandu di Desa Parung, Bogor secara efektif meningkatkan pengetahuan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. Selain itu, pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh (Putra et al., 2024) di Desa Tambakrejo, Semarang menunjukkan bahwa ibu-ibu PKK yang mendapatkan pelatihan pemasaran digital mampu mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan platform digital.

Tujuan dari proyek pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan ibu-ibu Posyandu Pospaud Anggrek dalam menjual produk melalui platform e-

commerce. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu mereka memahami cara membuat akun di situs e-commerce, mendaftarkan produk mereka, dan memasarkan produk mereka dengan sukses melalui media sosial. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri para ibu dalam mengelola bisnis di lingkungan digital. Manfaat dari layanan ini cukup besar baik bagi individu maupun masyarakat luas. Bagi para ibu yang ikut serta, pelatihan ini akan membekali mereka dengan kemampuan baru yang dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga dengan menjual produk secara online. Dari sisi masyarakat, ketika para ibu berhasil terlibat dengan teknologi digital, hal ini akan mendorong terbentuknya kerangka kerja ekonomi digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan di wilayah Posyandu Pospaud Anggrek.

Metode yang dipilih untuk layanan ini melibatkan pelatihan komprehensif yang menggabungkan pengetahuan teoritis dengan aplikasi praktis. Teknik yang digunakan terdiri dari ceramah, diskusi kelompok, dan kegiatan langsung yang berkaitan dengan pembuatan akun dan daftar produk di situs web e-commerce. Strategi ini diadopsi karena terbukti efektif meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam waktu singkat (Nugroho, 2017).

Oleh karena itu, layanan pengabdian ini bertujuan untuk menjadi langkah awal dalam memberdayakan para ibu di Posyandu Pospaud Anggrek untuk memanfaatkan teknologi digital demi kemajuan bisnis mereka, sekaligus membantu meningkatkan kondisi ekonomi keluarga dan masyarakat secara keseluruhan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada hari Kamis, tanggal 15 Mei 2025. yang bertempat di Posyandu Pospaud Anggrek. Tepatnya berada di kelurahan pondok petir, Kecamatan Bojong Sari , Kota Depok. Jumlah Peserta terdiri dari 18 Anggota termasuk Ibu Kader Posyandu, serta Ibu-ibu Posyandu dan Pospaud Angrek. Kegiatan ini dimulai dengan mengenali kebutuhan untuk menilai seberapa baik para peserta memahami pemasaran digital dan e-commerce di awal. Kemudian dilanjutkan dengan sesi yang berisi materi dan diskusi, yang mencakup gambaran umum tentang e-commerce, platform media sosial yang terlibat seperti GoFood Merchant, langkah-langkah penggunaan aplikasi, dan strategi pemasaran digital yang menarik. Selain itu, lokakarya praktik memungkinkan peserta untuk membuat akun di GoFood Merchant untuk bisnis yang belum mendaftar, memasukkan produk mereka beserta

deskripsi, dan menggunakan GoFood Merchant bersama dengan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan.

Setelah menyelesaikan segmen praktik, simulasi bermain peran berlangsung di mana para peserta terlibat dalam skenario yang berfokus pada penjualan, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial. Terlepas dari besarnya peluang dalam pemasaran digital, masih ada beberapa tantangan yang harus dihadapi, seperti kemampuan teknis yang kurang memadai. Untuk mengatasi hal ini, evaluasi dilakukan untuk menilai seberapa jauh pengetahuan dan keterampilan para peserta telah berkembang dan mengumpulkan umpan balik untuk meningkatkan kegiatan di masa depan (Trulline, 2021) dan (Purwati, 2023).

Oleh karena itu, metode yang digunakan untuk kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan pemahaman yang menyeluruh dan keahlian praktis dalam pemasaran digital, khususnya menggunakan platform GoFood Merchant, untuk meningkatkan daya saing produk yang dibuat oleh para ibu dari Posyandu Pospaud Anggrek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemasaran digital dan penggunaan platform GoFood Merchant dilaksanakan secara efektif, dan berhasil memberikan dampak positif dalam peningkatan

keterampilan pemasaran digital melalui e-commerce sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Para ibu dari kader Posyandu dan Pospaud Anggrek yang hadir sangat antusias untuk meningkatkan bisnis mereka dengan cara digital.



**Gambar 1. Proses Pendampingan
Pembuatan akun e-commerce
(GofoodMerchant)**

Pendampingan yang dilakukan secara langsung dengan praktik membuat akun e-commerce, yaitu salah satu platformnya kami menggunakan aplikasi Gofood Merchant. Para peserta tidak hanya belajar tentang materinya saja melainkan ikut pelatihan secara langsung. Beberapa ibu yang sudah memiliki usaha namun belum terdaftar di e-commerce, maka selanjutnya, memulai proses pembuatan akun, mulai dari registrasi akun sampai tahap menambahkan deskripsi produk yang akan di promosikan.

Selama proses pendampingan, tim pengabdian mencatat peningkatan

keterampilan digital dasar, terutama dalam penggunaan e-commerce yaitu gofood merchant untuk memasarkan dan menjual produk yang cukup luas untuk di jangkau pelanggan.

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian

| Aspek | Keterangan | |
|------------------------------|--------------|---------------|
| | Pre-Test (%) | Post-Test (%) |
| Mengetahui fungsi e-commerce | 35% | 90% |
| Membuat akun gofood merchant | 25% | 85% |

Tabel tersebut menunjukan bahwa adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terhadap aspek-aspek dasar pemasaran digital. Jika pada awalnya sebagian besar peserta belum familiar dengan e-commerce, setelah pelatihan ini hampir seluruh peserta memahami dan mampu mengaplikasikannya secara mandiri. Hal ini mencerminkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung sangat efektif untuk kelompok masyarakat dengan tingkat literasi digital yang rendah.

Para peserta, yang terdiri dari para ibu dari Posyandu Pospaud Anggrek, menunjukkan

pemahaman yang lebih baik tentang pengembangan merek, iklan produk, dan teknik penjualan online.

Sebagian besar peserta berhasil membuat akun e-commerce dan mendaftarkan produk mereka. Beberapa ibu bahkan berhasil mendapatkan pesanan pertama mereka dari pelanggan di luar jaringan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini secara efektif membantu transformasi digital di dunia nyata.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini mampu menunjukkan penilaian awal bahwa hanya 25% dari peserta yang memiliki pemahaman tentang pemasaran digital dasar. Namun, setelah pelatihan, persentase ini meningkat menjadi 85% berdasarkan evaluasi pasca pelatihan. Keterampilan pemasaran digital melalui e-commerce dapat dilakukan secara efektif pada kelompok ibu-ibu Posyandu Pospaud Anggrek dengan pendekatan yang tepat.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan pemasaran digital melalui platform GoFood Merchant untuk para ibu yang terlibat dalam inisiatif Posyandu dan Pospaud Anggrek telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para peserta dalam menggunakan teknologi untuk pengembangan bisnis. Sebelum pelatihan

hanya 25% peserta yang memahami dasar pemasaran digital, namun setelah pelatihan angka ini meningkat menjadi 85%. Hambatan seperti akses terbatas ke perangkat dan koneksi internet yang tidak stabil dapat diatasi melalui inisiatif penggunaan perangkat bersama dan pembentukan kelompok belajar digital. Hal ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat, para ibu rumah tangga dapat memanfaatkan teknologi untuk memajukan bisnis mereka, yang pada akhirnya dapat memperkuat ekonomi keluarga mereka.

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat ini, disarankan agar pelatihan berkelanjutan ditawarkan secara teratur dan diperluas ke lebih banyak ibu rumah tangga untuk meningkatkan keterampilan digital dan pengetahuan pemasaran mereka. Selain itu, memberikan bantuan teknis dan bimbingan berkelanjutan sangat penting untuk membantu peserta mengatasi potensi hambatan dalam menerapkan pemasaran digital. Oleh karena itu, membekali ibu rumah tangga dengan pendidikan pemasaran digital dapat menjadi metode yang berharga untuk meningkatkan taraf ekonomi keluarga dan masyarakat luas.

terletak di Kelurahan Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Depok, atas kolaborasi dan keterlibatannya dalam program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga ditujukan kepada para ibu dan kader Posyandu yang telah berperan aktif selama acara berlangsung. Selain itu, penulis menghargai dukungan serta arahan dari dosen pembimbing dan pihak Universitas Pamulang yang telah menyediakan kesempatan dan sarana untuk pelaksanaan kegiatan ini. Diharapkan, kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dan menjadi awal dari kerja sama yang berkelanjutan di masa mendatang.



(Gambar 1. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta PkM)

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Posyandu Pospaud Taman Anggrek, yang



(Gambar 2. Foto pada saat Sambutan ketua pelaksanaan PkM)

REFERENSI

- Aulia, B. F., Subarjah, S. S., & Rahma, Y. (2024). Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Literasi Digital Masyarakat. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(2), 86–93. <https://journal.aripi.or.id/index.php/Bima/article/view/806>
- Darnawati, Jamiludin, Batia, L., Irawaty, & Salim. (2023). Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *Pendampingan Guru-Guru SMP Dalam Melaksanakan Open Kelas Melalui Pendekatan Lesson Study Di Sekolah*, 1(1), 245–252.
- Fauziah, L., Hidayat, E., & Windriya, A. (2021). Transisi Kenormalan Baru : Eksistensi BUM Desa, UMKM, dan Ormas. In *Program Studi Administrasi Publik*. http://repository.upnjatim.ac.id/5595/1/Book_Chapter_Prodi_Administrasi_Publik_comp.pdf#page=24
- Purnama, A., & Wijayanti, K. D. (2024). *Pelatihan Digital Marketing Produk Homemade Parfume Laundry Melalui Sosial Media Bagi Ibu-Ibu Kader Posyandu Desa Parung Bogor*. 12–14.
- Purwati, I. (2023). *Perilaku Generasi Muslim Milenial Dan Z Dalam Menggunakan Aplikasi Belanja Online Dengan Pendekatan Model Combination Tpb-Tam*. <http://repository.upi.edu/id/eprint/102180>
- Putra, H. B., Sutedjo, B., Suhana, S., Kendeng, J., & Ngisor, V. B. (2024). *Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Ibu-Ibu Pkk Kelurahan*. 5, 683–687.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>