

Vol. 3 • No. 2 • Juli 2023

Page (Hal.) : 1085 – 1090

ISSN (online) : 2746 - 4482

ISSN (print) : 2746 - 2250

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : [humanisproceedings@gmail.com](mailto:humanisproceedings@gmail.com)



Special Issue :

Webinar Nasional  
**HUMANIS 2023**

Website. :

<http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>

## Pelatihan Pemasaran Digital Sebagai Inovasi Pemasaran Usaha Ibu Rumah Tangga

**Etin Rohaetin**

*Dirgantara Marsekal Suryadarma, Indonesia  
etinrohaetin1974@gmail.com*

### Abstrak

Penggunaan internet marketing di tujuakan untuk memperlancar marketing dan dirasakan menjadi sebuah kebutuhan pelaku usaha, begitu juga dengan ibu rumah tangga. Internet marketing atau banyak yang menyebutkan digital marketing merupakan suatu sarana atau media yang sering digunakan oleh pelaku usaha, karena dengan menggunakan sarana tersebut, konsumen dapat mengikuti dan melihat produk yang di pasarkan (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Strategi pemasaran dengan media online merupakan hal yang penting terutama di masa pandemic covid yang ikut serta membawa dampak perubahan dalam pengelolaan usaha maupun marketing (Fahriyah & Yoseph, 2020). Para ibu rumah tangga pun bisa berjaya sebagai tulang punggung keluarga selama wabah. Infografik di atas tadi memang sungguh memilukan, tapi bukan untuk disesali. Yang jelas kita bisa bergerak untuk melewati situasi penuh tantangan ini. Menurut Ir. Agustina Erni, M.Sc., yang menjabat sebagai Deputy Bidang Kesetaraan Gender Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA), sebagian perempuan selama pandemi ternyata berperan sebagai tulang punggung keluarga. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Forijati dkk (2022) dengan melatih ibu rumah tangga dengan pemasaran digital bahwa persentase setelah pelatihan lebih tinggi daripada sebelum pelatihan dengan beberapa media seperti Facebook dan Whatsapp serta melatih unggah foto produk. Menurut Agustina Erni dalam webinar Kemen PPPA dalam halaman situs Liputan 6 menyebutkan ada 10 peluang usaha online yang menjanjikan. Sepuluh peluang usaha dapat yaitu Camilan Rumahan, Sayur Matang, Cleaning Service, Produk Lokal yang Khas, Lowongan Online, Blogging, Penulis, Konsultan, Guru Private dan Afiliasi Pemasar

**Kata Kunci** : Ibu Rumah Tangga, Pelatihan, Pemasaran Digital

### Abstract

The use of internet marketing is aimed at facilitating marketing and is felt to be a necessity for business actors, as well as housewives. Internet marketing or many who mention digital marketing is a tool or media that is often used by business people, because by using this facility, consumers can follow and see the products being marketed (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Marketing strategies with online media are important, especially during the Covid pandemic which has had an impact on changes in business management and marketing (Fahriyah & Yoseph, 2020). Housewives can also thrive as the backbone of the family during the epidemic. The infographic above is really heartbreaking, but not to be regretted. What is clear is that we can move through this challenging situation. According to Ir. Agustina Erni, M.Sc., who serves as Deputy for Gender Equality at the Ministry of Women's Empowerment and Child Protection (Kemen PPPA), some women during the pandemic turned out to be the backbone of the family. The results of research conducted by Forijati et al (2022) by training housewives with digital marketing show that the percentage after training is higher than before training with several media such as Facebook and Whatsapp and training in

uploading product photos. According to Agustina Erni in the Ministry of PPPA webinar on the Liputan 6 website page, there are 10 promising online business opportunities. Ten business opportunities can be namely Home Snacks, Cooked Vegetables, Cleaning Services, Typical Local Products, Online Vacancies, Blogging, Writers, Consultants, Private Teachers and Affiliate Marketers

**Keywords:** Digital Marketing, Housewife, Training

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID yang telah selesai di Indonesia telah mengubah semua kebiasaan dari aktifitas ibu rumah tangga terutama jika ada kondisi suami terkena PHK. Ibu rumah tangga berusaha untuk melakukan inovasi dengan membuka usaha dan memasarkan produk nya. Pemasaran konvensional dan online dilakukan namun belum optimal. Pemanfaatan pemasaran melalui internet bertujuan untuk memperlancar pemasaran dan dapat memenuhi untuk kebutuhan ibu-ibu rumah tangga. Pemasaran online merupakan suatu media yang digunakan oleh pelaku usaha dengan tujuan efisiensi pemasaran karena konsumen dapat melihat produk langsung (Febriyanto dan Arisandi, 2018). Pemberdayaan ibu rumah tangga untuk penguatan ekonomi telah dilakukan karena ibu rumah tangga dengan kemampuannya merasa bahwa mereka juga ikut bertanggungjawab dalam penguatan ekonomi rumah tangga (Pradiana, 2017).

Pemasaran digital hasil dari kombinasi dari faktor psikologis, humanis, antropologi dan teknologi yang menjadi kolaborasi baru dengan kapasitas yang besar, interaktif dan multimedia. Hasil dari kolaborasi diperlukan dengan harapan untuk mendukung pelayanan dari pelaku usaha dengan keterlibatan dari konsumen. Konsumen dapat melihat seluruh informasi produk yang dipasarkan seperti foto produk, harga, spesifikasi, testimoni dari pembeli sebelumnya. Pelaku usaha juga dapat monitor dan mengatur seluruh produk yang dipasarkan, testimoni dari pembeli dan pertanyaan dari calon pembeli dengan tidak terpengaruh oleh waktu dan tempat. Strategi pemasaran dengan metode online adalah inovasi metode pemasaran yang sangat efektif di masa pandemi COVID 19 dengan perubahan pengelolaan usaha dan pemasarannya (Fahriyah dan Yoseph, 2020).

Salah satu media jual beli yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan online adalah marketplace. Marketplace merupakan wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Deni Apriadia, 2017). Penjual tidak perlu bersusah payah membuat aplikasi, cukup dengan pendaftaran untuk memulai berjualan, karena semua proses sudah ditanggung tim marketplace (Wahyuni et al., 2018). Marketplace juga menyediakan pengelolaan pembayaran, katalog penjualan, stok produk dan informasi mengenai pembeli dan penjual yang telah terverifikasi (Imam & Nugraha, 2018). Marketplace dinilai lebih luas jangkauannya dan memungkinkan penjual dan pembeli dapat bertransaksi secara online melalui perantara internet dengan aman. Marketplace merupakan sebuah bisnis e-commerce dimana pelaku bisnis atau pemasar melakukan penjualan melalui sebuah website atau aplikasi, sehingga pembeli dapat memilih barang-barang yang dibutuhkannya dari penjual.

Dikutip dari <https://www.beecloud.id/kelebihan-dan-kekurangan-dalam-bisnis-marketplace/> kelebihan lain dari marketplace adalah penjual tidak perlu takut kehilangan konsumen. Pada kuartal III tahun 2019, platform penjualan online di Indonesia telah dikunjungi 66 juta pelanggan, hal ini menunjukkan minat jual beli online di Indonesia sangat besar. Selain itu marketplace dinilai transaksi yang paling aman, karena marketplace menyediakan rekening bersama, dimana pembeli mentransfer uang ke rekening bersama, lalu uang tersebut akan ditransfer ke rekening penjual jika barang yang dibayar sudah diterima oleh pembeli. Oleh karenanya, marketplace dinilai lebih aman untuk para penjual dimana akan meminimalisir adanya penipuan oleh pembeli yang tidak bertanggung jawab.

## KAJIAN LITERATUR

Penggunaan internet marketing di tuju untuk memperlancar marketing dan dirasakan menjadi sebuah kebutuhan pelaku usaha, begitu juga dengan ibu rumah tangga. Internet marketing atau banyak yang menyebutkan digital marketing merupakan suatu sarana atau media yang sering digunakan oleh pelaku usaha, karena dengan menggunakan

sarana tersebut, konsumen dapat mengikuti dan melihat produk yang di pasarkan (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Strategi pemasaran dengan media online merupakan hal yang penting terutama di masa pandemic covid yang ikut serta membawa dampak perubahan dalam pengelolaan usaha maupun marketing (Fahriyah & Yoseph, 2020). Berbicara tentang perkembangan digital marketing yang mempunyai trend meningkat baik untuk usaha mikro kecil menengah maupun usaha besar, memberikan dampak yang luas yaitu dengan hadirnya berbagai macam platform dan makin banyaknya user yang akan mengoptimalkan penggunaan digital dalam berbisnis. Tujuan utama dari digital marketing intinya adalah efisien dan efektifitas dalam memasarkan produk dan menyampaikan informasi dengan cepat dan update dan dapat menjangkau konsumen secara cepat, tepat dan juga luas.

Berbicara tentang perkembangan digital marketing yang mempunyai trend meningkat baik untuk usaha mikro kecil menengah maupun usaha besar, memberikan dampak yang luas yaitu dengan hadirnya berbagai macam platform dan makin banyaknya pengguna yang akan mengoptimalkan penggunaan digital dalam berbisnis. Tujuan utama dari digital marketing intinya adalah efisien dan efektifitas dalam memasarkan produk dan menyampaikan informasi dengan cepat dan update dan dapat menjangkau konsumen secara cepat, tepat dan juga luas.

## METODOLOGI PENELITIAN

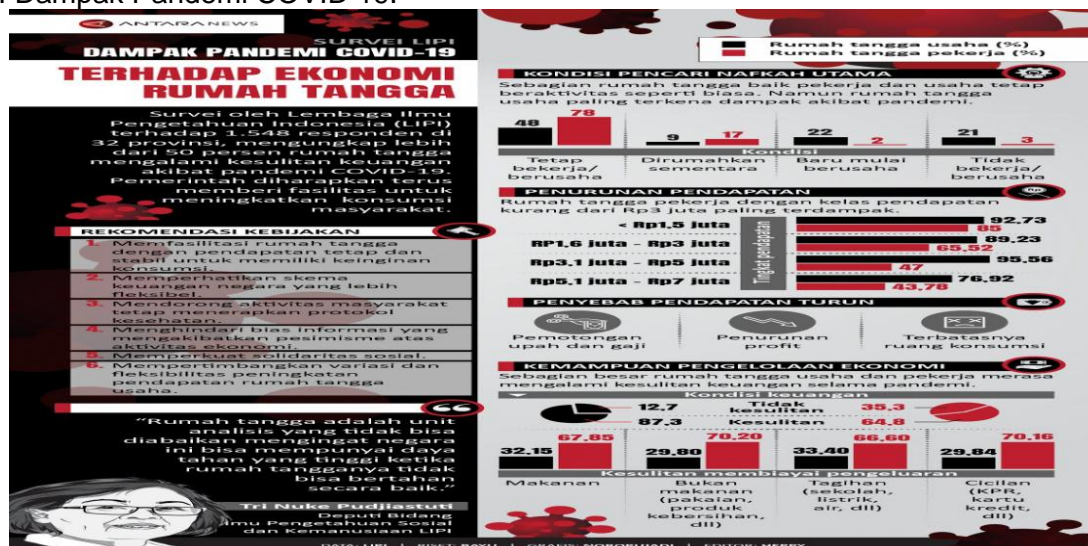
Metode penelitian yang digunakan adalah metode desk study dengan menggunakan literatur dari jurnal dan buku yang meneliti tentang pemasaran digital yang sebelumnya telah dilakukan. Seluruh gabungan literatur akan diolah dan disajikan sebagai informasi baru pada hasil dan pembahasan pada penelitian sekarang ini.

Data sekunder yang berada di beberapa situs website dan membahas tentang efektifitas penggunaan pemasaran digital untuk usaha ibu rumah tangga setelah masa pandemic COVID 19.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak wabah korona terhadap kehidupan kita memang luar biasa. Bukan hanya aktivitas fisik sosial yang dibatasi, tetapi sektor ekonomi juga terpuak cukup parah. Berdasarkan survei yang diadakan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) terhadap 1.548 responden di 32 provinsi, terungkap bahwa ternyata lebih dari 50 persen rumah tangga mengalami kesulitan keuangan akibat pandemi COVID-19. Pemerintah diharapkan terus memberi fasilitas untuk meningkatkan konsumsi masyarakat.

Gambar 1 menjelaskan tentang infografis dari ANTARANEWS tentang Survei LIPI Dampak Pandemi COVID 19.

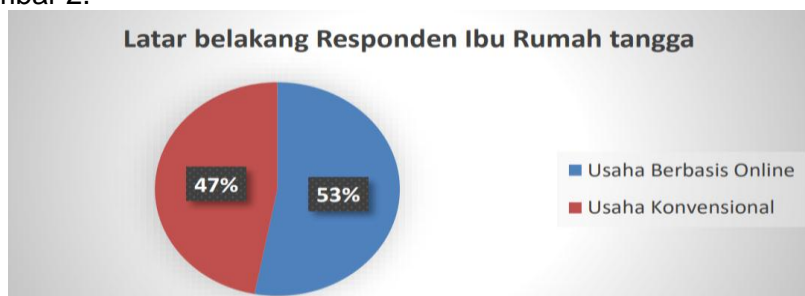


Sumber : Research Data 2022

Gambar 1. Survei LIPI Dampak Pandemi COVID 19

Para ibu rumah tangga pun bisa berjaya sebagai tulang punggung keluarga selama wabah. Infografik di atas tadi memang sungguh memilukan, tapi bukan untuk disesali. Yang jelas kita bisa bergerak untuk melewati situasi penuh tantangan ini. Menurut Ir. Agustina Erni, M.Sc., yang menjabat sebagai Deputi Bidang Kesetaraan Gender Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA), sebagian perempuan selama pandemi ternyata berperan sebagai tulang punggung keluarga. Betapa tidak, karena para suami yang di-PHK akhirnya turun tangan untuk membantu istrinya yang sebelumnya berdagang kecil-kecilan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Forijati dkk (2022) yang melakukan penelitian di Kota Kediri dengan objek penelitian 30 orang dengan profesi ibu rumah tangga bahwa sekitar 53% dari 30 orang ibu rumah tangga telah memiliki usaha sebagai penopang ekonomi keluarga dimana 0,12% telah menggunakan internet untuk memasarkan produknya. Latar belakang penelitian yang dilakukan Forijati dkk (2022) dari sisi tipe usaha dapat dilihat gambar 2.



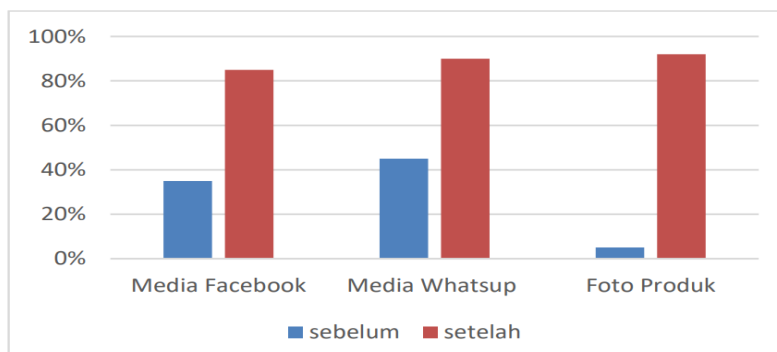
Sumber: Forijati dkk (2022)

**Gambar 2. Latar Belakang Responden Ibu Rumah Tangga**

Berdasarkan Soerojo (2019) menyebutkan bahwa inovasi dan kreativitas ibu rumah tangga dalam menangkap peluang usaha dan berusaha untuk memasarkan produk yang dihasilkan merupakan faktor penentu keberhasilan bila akan dilaksanakan pelatihan digital marketing. Peran aktif dari IRT menopang perekonomian keluarga menjadi hal yang penting karena memasarkan produk yang dihasilkan melalui media online menghasilkan profit (Santoso dkk, 2020).

Menurut Sumiarti (2008), istri berperan sebagai mitra bagi suami untuk membantu suami menambah penghasilan tanpa harus mengabaikan tugas sebagai seorang istri yang ikut berkiprah membantu keluarga keluar dari masalah keluarga. Selain ikut berperan menambah pendapatan keluarga, hal positif lain yang diperoleh jika ibu rumah tangga bekerja adalah tingkat stress yang dialami menjadi menurun dan meningkatnya keharmonisan pernikahan (Izumi, M. dan Gullon-Rivera, 2018).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Forijati dkk (2022) dengan melatih ibu rumah tangga dengan pemasaran digital bahwa persentase setelah pelatihan lebih tinggi daripada sebelum pelatihan dengan beberapa media seperti Facebook dan Whatsapp serta melatih unggah foto produk. Grafik 2 membahas hasil pemahaman dan pengetahuan tentang digital marketing yang dilakukan oleh Forijati dkk (2022).



Sumber: Forijati dkk (2022)

**Grafik 2. Hasil Pemahaman dan Pengetahuan Tentang Digital Marketing**

Beberapa sesi pelatihan yang diberikan kepada ibu rumah tangga dapat berupa sebagai berikut

1. Sesi pelatihan dengan menggunakan media yaitu bagaimana memfoto produk sehingga dapat lebih menarik dan menjual yang nantinya akan di upload di online shop maupun marketplace. Peserta membawa produk masing masing untuk di praktekan di hp yang mereka bawa. Dari berbagai produk, peserta merasa bahwa dengan menggunakan media berupa Photo Studio Box Portable Lampu LED foto produk kotak lipat, foto produk yang dihasilkan menjadi lebih menarik dan juga tidak memerlukan photographer handal untuk memfoto produk mereka. Pada pelatihan tersebut juga di ajarkan bagaimana membuat photo studio box portable dengan menggunakan kardus.
2. Pemaparan materi tentang bisnis online marketing melalui marketplace dan praktek dengan memasukan foto produk hasil dari pelatihan kedalam facebook marketplace dan membuat facebook fanpage.

Menurut Agustina Erni dalam webinar Kemen PPPA dalam halaman situs Liputan 6 menyebutkan ada 10 peluang usaha online yang menjanjikan. Sepuluh peluang usaha dapat dilihat pada Tabel 1.

**Table 1. Sepuluh Peluang Usaha Online Yang Menjanjikan**

No.	Jenis Usaha
1	Camilan Rumahan
2	Sayur Matang
3	Cleaning Service
4	Produk Lokal Yang Khas
5	Lowongan Online
6	Bloging
7	Penulis
8	Konsultan
9	Guru Privat
10	Afiliasi Pemasar (Affiliate Marketing)

Sumber: research data, 2022

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan internet marketing di tujukan untuk memperlancar marketing dan dirasakan menjadi sebuah kebutuhan pelaku usaha, begitu juga dengan ibu rumah tangga. Internet marketing atau banyak yang menyebutkan digital marketing merupakan suatu sarana atau media yang sering digunakan oleh pelaku usaha, karena dengan menggunakan sarana tersebut, konsumen dapat mengikuti dan melihat produk yang di pasarkan (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Strategi pemasaran dengan media online merupakan hal yang penting terutama di masa pandemic covid yang ikut serta membawa dampak perubahan dalam pengelolaan usaha maupun marketing (Fahriyah & Yoseph, 2020).

Berdasarkan survei yang diadakan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) terhadap 1.548 responden di 32 provinsi, terungkap bahwa ternyata lebih dari 50 persen rumah tangga mengalami kesulitan keuangan akibat pandemi yang tak kunjung berakhir ini. Meskipun survei itu dirilis Agustus 2020, tetapi datanya masih relevan seiring perkembangan wabah terkini.

Para ibu rumah tangga pun bisa berjaya sebagai tulang punggung keluarga selama wabah. Infografik di atas tadi memang sungguh memilukan, tapi bukan untuk disesali. Yang jelas kita bisa bergerak untuk melewati situasi penuh tantangan ini. Menurut Ir. Agustina Erni, M.Sc., yang menjabat sebagai Deputi Bidang Kesetaraan Gender Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA), sebagian perempuan selama pandemi ternyata berperan sebagai tulang punggung keluarga.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Forijati dkk (2022) dengan melatih ibu rumah tangga dengan pemasaran digital bahwa persentase setelah pelatihan lebih tinggi daripada sebelum pelatihan dengan beberapa media seperti Facebook dan Whatsapp serta melatih unggah foto produk.

Menurut Agustina Erni dalam webinar Kemen PPPA dalam halaman situs Liputan 6 menyebutkan ada 10 peluang usaha online yang menjanjikan. Sepuluh peluang usaha dapat yaitu

1. Camilan Rumahan
2. Sayur Matang
3. Cleaning Service
4. Produk Lokal yang Khas
5. Lowongan Online
6. Blogging
7. Penulis
8. Konsultan
9. Guru Private
10. Afiliasi Pemasar

## DAFTAR PUSTAKA

- Forijati, Rr., Sugiono, S., Anas, M., Muchson, M., Subagyo, S., & Winarsih, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Ibu Rumah Tangga Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Pojok Kota Kediri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 573–580. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.17040>
- Hidayati, U., Aw, S., Wisataone, V., Fathinah, N. S., & Fathinah, P. D. (2022). Pelatihan pemasaran digital melalui marketplace bagi ibu rumah tangga. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 38. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.53105>
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203–208. <https://doi.org/10.1108/JHRM-11-2016-0027>
- 'Kotler, P., & 'Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition* (L. Albelli & S. Jackson, Eds.; 17th ed.). Pearson.
- Septiningrum, L. D., Sadiyah, K., Hasan, J. M., Gustiasari, D. R., & Darsita, I. (2020). PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENGHASILAN IBU RUMAH TANGGA (IRT) MAJLIS TAKLIM AI AULADIYAH. *DEDIKASI PKM*, 1(3), 1. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i3.7401>
- Yeni, S. S. M. S. Drs. M., & Yanti, S. T. , M. T. , I. D. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL BAGI IBU RUMAH TANGGA DALAM BERBISNIS ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Bisnis Digital (BIDIG)*, 1(1), 80–88. <https://doi.org/10.37598/bidig.v1i1.1096>