

PELUANG USAHA KEBUTUHAN *SPORT FASHION* DAN PERLENGKAPAN OLAHRAGA DENGAN MEMANFAATKAN *DIGITAL MARKETING* PADA KOMUNITAS SENAM NUSANTARA TANGERANG SELATAN

¹Purwanti, ²Agus Sudarsono, ³Melvin Zakri

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
E-mail: dosen02578@unpam.ac.id

ABSTRACT

In our daily lives, we cannot escape the lifestyles prevalent within our surroundings, as we socialize and interact. The rapid advancement of technology continues to influence and reshape the lifestyles of communities today. Over time, needs and desires evolve in response to changing circumstances within society. The South Tangerang Nusantara Gymnastics Community introduces standard and creative gymnastics activities with a focus on aesthetics in every performance and movement. Each member of the community has different reasons for joining this gymnastics community, including a commitment to maintaining health through regular exercise, expanding their social circle, and increasing knowledge about health. There is also a desire to own sportswear, including branded clothing and shoes, which are seen as boosting self-confidence and pride during gymnastics activities and events outside the community. Therefore, business opportunities are readily available to members of the gymnastics community. They can become suppliers to fulfill the needs and desires of their fellow members since they have a better understanding of the specific sport fashion trends required and desired. The objective of this Community Service activity is to fulfill one of the three pillars of higher education. Furthermore, through community service, the presence of the university is expected to make a significant contribution to the development and application of knowledge related to digital marketing for the benefit of society, particularly the South Tangerang Nusantara Gymnastics Community. The methods employed include lectures to convey general knowledge about the importance of digital marketing, demonstrations to provide skills in using smartphone applications for digital marketing, which they can use to initiate and expand their businesses. A question-and-answer session is also utilized to address any remaining questions, and an evaluation of the activity's results is conducted. A total of 36 participants attended, comprising community leaders, members, PKM (Community Service Program) supervisors, and students from Pamulang University. The activity was conducted through discussions, with guest speakers providing guidance, sharing their business experiences, and demonstrating how to utilize electronic devices and the internet, applying marketing strategies and various digital media platforms to expand online market communication networks.

Keywords: *Business Opportunities, Digital Marketing*

ABSTRAK

Dalam kehidupan sehari-hari tentunya kita tidak bisa terlepas dengan gaya hidup yang ada disekitar ruang lingkup kita berada, bergaul dan bersosialisasi. Dengan adanya Kemajuan teknologi yang semakin maju dan berkembang akan berdampak pada perubahan pola hidup masyarakat hingga saat ini. Dari waktu ke waktu kebutuhan dan keinginan selalu mengalami perubahan tergantung pada situasi dan kondisi yang berkembang, pada masyarakat. Komunitas Senam Nusantara Tangerang Selatan menghadirkan kegiatan senam baku dan senam kreasi dengan konsep keindahan di setiap penampilan dan gerakan yang dilakukan. Setiap anggota komunitas mempunyai alasan yang berbeda mengapa tertarik untuk bergabung pada komunitas senam ini, diantaranya ingin berusaha menjaga Kesehatan dengan selalu berolahraga, menambah banyak teman, selain itu juga menambah pengetahuan tentang kesehatan. Adanya keinginan untuk memiliki perlengkapan olahraga mulai dari baju, sepatu yang bermerek dipandang memiliki nilai dari sisi kepercayaan diri dan kebanggaan tersendiri dalam kegiatan senam maupun *event* di luar komunitas. Oleh sebab itu maka peluang usaha justru sangat terbuka bagi anggota dari komunitas senam itu sendiri. Mereka bisa saja menjadi suplayer untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan anggotanya sendiri karena lebih mengetahui detail trend fashion sport apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu tri darma perguruan tinggi.

Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat tersebut keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi besar kepada pengembangan dan penerapan ilmu tentang *digital Marketing* kepada masyarakat, khususnya Komunitas Senam Nusantara Tangerang Selatan. Metode yang digunakan antara lain ceramah digunakan untuk menyampaikan pengetahuan kepada para anggota secara umum mengenai pentingnya pengetahuan tentang *digital marketing*, demonstrasi digunakan untuk memberikan keterampilan menggunakan aplikasi *smartphone* untuk *digital marketing* yang akan mereka gunakan dalam memulai usaha bisnis dan mengembangkannya, tanya jawab digunakan untuk melengkapi hal-hal yang belum terakomodasi oleh kedua metode diatas dan evaluasi hasil kegiatan. Peserta yang hadir sebanyak 36 orang yang terdiri dari pengurus komunitas, anggota dan dosen pelaksana PKM serta mahasiswa Universitas Pamulang. Kegiatan dilaksanakan dengan diskusi, para narasumber memberikan penyuluhan dan sharing pengalaman usaha serta mempraktekkan bagaimana menggunakan perangkat elektronik atau internet dan diaplikasikan dengan strategi pemasaran serta berbagai *platform* media digital untuk memperluas jaringan komunikasi pasar *online*.

Kata Kunci: Peluang Usaha, *Digital marketng*

PENDAHULUAN

Komunitas Senam Nusantara atau bisa juga disingkat namanya menjadi KSN, berkedudukan di Depok dan sekitarnya serta dapat mendirikan cabang-cabangnya di seluruh Indonesia. KSN didirikan pada tahun 2008 di Kota DKI Jakarta dan menyelenggarakan kegiatan untuk jangka waktu yang tidak ditentukan. KSN bersifat non profit, independen, bebas untuk siapa saja, dan siap bekerjasama dengan pihak manapun selama mendatangkan kebaikan dan manfaat bagi anggota serta sesuai dengan visi dan misi KSN. KSN adalah komunitas yang bergerak di bidang olahraga khususnya senam.

Latar belakang terbentuknya komuniats ini atas dasar persamaan persepsi dari setiap anggota pada Komunitas Senam Nusantara (KSN) serta dukungan berbagai pihak yang berharap dapat manjauhkan pengaruh negatif dengan adanya perkembangan budaya dan teknologi melalui penyaluran hobby, bakat dan kegiatan melalui kegiatan senam. Maka dengan adanya persamaan persepsi tersebut bertujuan membangun mental, spiritual dan fisik, meningkatkan kerja sama dan mempererat tali silaturahmi seluruh masyarakat Indonesia. Melalui komunitas senam dapat mewujudkan generasi yang bertanggungjawab, sehat jasmani dan rohani yang bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa guna menumbuhkembangkan kedisiplinan tinggi, jiwa sportif dan sikap setia kawan, suka membantu sesama, serta mendukung produktivitas dan kreativitas kerja. Dengan adanya komunitas senam Nuasantara ini dapat menjadi wadah dalam mengarahkan komunitas pecinta senam secara teratur, untuk dapat berperan serta dalam mengikuti dan/atau menyelenggarakan kegiatan senam yang baik di Indonesia. KSN menjalankan fungsi sebagai:

1. Penggerak: memelopori pengembangan dan pemberdayaan komunitas dan club senam sebagai sarana pembentukan generasi tangguh dan berkarakter.
2. Koordinasi: mengoordinasikan program kerjasama antar-anggota KSN
3. Supervisi: melakukan penilaian, pengawasan, dan pembinaan penyelenggaraan dan pengelolaan komunitas dan club bagi anggota KSN ke arah komunitas dan club yang efektif dan standar.
4. Advokasi: melakukan pembelaan untuk pengembangan olahraga senam yang edukatif di seluruh Indonesia.

5. Pelayanan: melakukan aktivitas melayani, membantu, dan memfasilitasi kebutuhan anggota KSN.
6. Riset Pengembangan: melakukan penelitian dan pengkajian bidang olahraga senam bagi pengembangan dan pemberdayaan komunitas dan club yang menjadi anggota KSN.

Kami memilih Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah karena dilihat dari sisi kebutuhan akan perlengkapan olah raga mulai dari baju, sepatu, topi, rompi, kaos dan lain-lain dari waktu semakin banyak permintaan dan perubahan mengikuti fashion yang sedang diminati pada komunitas KSN Tangerang Selatan, maka kami ingin menyampaikan ilmu tentang Digital Marketing agar anggota dari KSN Tangsel mampu menyediakan kebutuhan anggota mereka sendiri dan dapat memasarkannya juga pada komunitas lain, atau masyarakat umum, yang nantinya keuntungan yang didapatkan bisa untuk memajukan komunitas dari sisi ekonomi. Pihak komunitas tersebut bersedia menyediakan tempat dan sarana untuk terlaksananya Program Pengabdian Kepada Masyarakat di tempat tersebut.

Konsep Digital Marketing atau pemasaran digital sebenarnya sudah sangat terkenal dari beberapa tahun lalu, terutama ketika teknologi semakin menunjukkan kemajuan yang pesat. Lalu, apa itu Digital Marketing ? Digital Marketing adalah semua upaya atau kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik atau internet dan dipadukan dengan berbagai strategi pemasaran serta berbagai platform media digital yang memudahkan konsumen atau pelanggan untuk saling berkomunikasi secara online. Digital Marketing Indonesia juga sudah mulai merambah sangat luas. Para pebisnis dan pengusaha sudah mengepakkan sayap bisnis mereka ke berbagai platform sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Blog, Whatsapp dan lain sebagainya.

Layaknya strategi bisnis yang lain, Digital Marketing juga memiliki tantangan yang harus dihadapi oleh para penggunanya. Salah satu tantangan utamanya adalah ruang lingkup dan skala Digital Marketing itu sendiri. Maksudnya, jika rekan pembaca berminat untuk menerapkan Digital Marketing, maka rekan pembaca harus memikirkan rencana dan teknik Digital Marketing seperti apa yang akan digunakan, menentukan jumlah kegiatan Digital Marketing yang akan dikelola, menentukan konten yang dinamis, menarik, terprogram, dan lain sebagainya.

Meskipun Digital Marketing juga memiliki tantangan yang cukup berat, namun banyak pengusaha dan pebisnis yang sepakat bahwa Digital Marketing sangat penting bagi pertumbuhan bisnis dan perusahaan mereka. Menurut website Smart Insights dot com, ada beberapa kelebihan pemasaran digital atau Digital Marketing yang membuatnya menjadi sangat penting untuk kita terapkan. Berikut ini adalah 10 alasan mengapa Digital Marketing sangat penting untuk kita terapkan:

1. Digital Marketing dapat memberikan arah yang pasti untuk perusahaan.

Alasan pertama mengapa Digital Marketing sangat penting adalah Digital Marketing dapat memberikan arah dan tujuan yang jelas dan pasti bagi orang-orang yang ada di dalamnya. Kebanyakan perusahaan yang berjalan tanpa Digital Marketing, mereka tidak memiliki tujuan strategis yang jelas. Mereka tidak ada bayangan yang tepat tentang tujuan apa saja yang ingin diraih oleh perusahaan melalui pemasaran secara online, terutama dalam perihal untuk mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan penjualan dan

mematenkan hubungan antara produsen dengan konsumen secara lebih dalam di platform online. Tanpa Digital Marketing, kita tidak bisa memanfaatkan transformasi teknologi untuk bisa memberikan arah yang jelas pada pertumbuhan perusahaan.

2. Jika Tidak Memiliki Digital Marketing, maka Kompetitor akan meraih perhatian pelanggan.

Lagi-lagi kami sampaikan bahwa perusahaan yang tidak memiliki Digital Marketing pasti akan sangat merugi. Ketika perusahaan kita tidak mengerahkan sumber daya yang kuat dan kompeten untuk menguasai Digital Marketing, maka kompetitor kita yang akan melakukannya. Penerapan Digital Marketing akan memudahkan para pebisnis dan pengusaha untuk bercengkrama langsung dengan konsumen baru atau para pelanggan setia mereka.

Sebuah bisnis tanpa pelanggan akan menjadi bisnis yang hampa. Jadi, jangan sampai para kompetitor kita mendapatkan perhatian dari target pelanggan kita hanya karena kita tidak menggunakan Digital Marketing atau tidak memaksimalkan penggunaannya yang telah dibangun di awal bisnis. Nah, mulai dari sekarang tetapkan strategi Digital Marketing yang tepat ya!

3. Digital Marketing Membantu Kita dalam Mengenal Target Pelanggan melalui Online.

Jika kita tidak ingin target pasar atau target pelanggan kita diambil alih oleh para kompetitor, maka memaksimalkan penerapan Digital Marketing adalah solusinya. Dengan penerapan Digital Marketing yang maksimal, kita dapat mengetahui tingkat permintaan pelanggan secara online. Secara tidak langsung, kita akan lebih mengenal apa yang disukai dan tidak disukai oleh para target pelanggan kita.

Dalam hal ini, kita bisa menggunakan kata kunci atau keywords yang disarankan oleh aplikasi Google untuk menarik perhatian para calon pelanggan ke situs bisnis kita. Jika salah satu keyword yang kita gunakan telah berhasil membawa mereka mengunjungi situs bisnis kita, maka kita tahu hal tersebut merupakan minat atau ketertarikan yang target pelanggan kita inginkan.

4. Digital Marketing Memberitahu Informasi yang Rinci tentang Pelanggan.

Jika Anda dan rekan-rekan bisnis lainnya merasa belum mengenal pelanggan Anda dengan sangat baik, maka penggunaan Digital Marketing adalah jawabannya. Kita tahu bahwa hampir semua orang setuju media adalah platform modern yang bisa mengukur banyak hal di era modern ini. Contohnya, kita bisa tahu frasa gaul apa yang banyak digunakan oleh karyawan milenial saat ini, produk-produk trendi apa yang banyak dibeli oleh konsumen, dan lain sebagainya. Fungsi Digital Marketing bisa melebihi fungsi Google Analytics atau aplikasi lain sejenisnya. Dalam hal ini Google Analytics hanya bisa membantu kita untuk melihat jumlah kunjungan pelanggan atau calon konsumen ke situs web kita, namun bukan memberikan kita gambaran tentang apa yang disukai mereka terhadap situs web kita dan apa yang mereka inginkan di dunia pasar modern ini. Dengan kata lain, Digital Marketing membantu kita untuk mendapatkan informasi pelanggan secara lebih dalam melebihi Google Analytics.

5. Digital Marketing Membantu Kita untuk Menumbuhkan “Nilai Online” yang Kuat.
Penerapan strategi Digital Marketing yang tepat akan membuat pelanggan lama semakin setia dengan produk kita, dan pelanggan produk lain akan beralih ke produk kita.

6. Digital Marketing dapat Menghemat Anggaran Pengeluaran Perusahaan.
Hadirnya Digital Marketing juga membuat budget perusahaan semakin aman dan tidak boros. Kita tidak perlu lagi mengeluarkan banyak biaya untuk print flyer, iklan-iklan cetak, membuat baliho, dan lain sebagainya (mungkin jumlahnya dapat dikurangi). Dengan begitu, kita bisa beralih pada Digital Marketing yang dapat memaksimalkan pencapaian tujuan bisnis kita, namun dilakukan secara online sehingga lebih hemat biaya.

7. Digital Marketing Membantu Bisnis Anda Terkenal Meskipun Lingkupnya sangat Luas.
Walaupun perusahaan rekan pembaca memiliki budget yang cukup banyak, namun penerapan Digital Marketing tetap lebih efektif daripada strategi pemasaran lainnya. Mengapa demikian? Salah satu kelebihan Digital Marketing yaitu, dapat mempercepat jangkauan pelanggan secara lebih cepat, tepat dan luas. Jika kita melihat geografis Indonesia yang begitu luas dari Sabang sampai Merauke, mungkin kita berpikir bahwa mempromosikan produk dan layanan jasa kita ke seluruh Indonesia adalah hal yang sangat mustahil. Namun, kehadiran Digital Marketing akan mempermudah segalanya. Penerapan strategi Digital Marketing yang efektif dan tepat akan membantu bisnis kita semakin berkembang dan terkenal, meskipun lingkupnya sangat luas.

8. Digital Marketing Membantu Bisnis Kita semakin Dinamis.
Kita hidup di zaman yang penuh dengan perubahan secara cepat. Jika kita tidak mengikuti perubahan yang terjadi atau tidak mau beradaptasi terhadap segala perubahan yang ada, maka kita harus bersiap-siap untuk tertinggal dari para kompetitor. Digital Marketing akan membantu kita untuk membaca segala perubahan yang ada melalui media online, sehingga bisnis kita bisa beradaptasi dengan segala perubahan tersebut.

9. Digital Marketing akan Membangun Kepercayaan Pelanggan terhadap Bisnis Kita.
Bisa dikatakan hampir semua pelanggan yang ingin membeli suatu produk atau memilih layanan jasa, mereka akan mengecek informasi yang tersedia secara online. Mereka akan mengecek melalui situs web, akun Instagram, Facebook, Twitter dan platform sosial lain yang kiranya dapat memberikan informasi serta konten-konten terpercaya. Kabar baiknya, ini akan menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dari para pelanggan terhadap bisnis kita.

10. Digital Marketing dapat Terintegrasi dengan Strategi Pemasaran secara Tradisional.
Meskipun Digital Marketing cocok untuk strategi pemasaran secara modern, namun Digital Marketing juga bisa terintegrasi dengan strategi pemasaran secara tradisional. Maksudnya, kita bukan hanya mengandalkan perkembangan digital untuk mempromosikan produk dan layanan jasa, atau menggunakan media sosial untuk merangkul pelanggan baru yang lebih banyak. Namun, strategi pemasaran secara tradisional tetap bisa digunakan, sehingga strategi pemasaran yang dimiliki perusahaan akan semakin kuat.

METODE PELAKSANAAN

Pada pertemuan dilakukan metode ceramah, demonstrasi, dan pelatihan. Kegiatan yang dilakukan dalam mencapai tujuan pengabdian adalah sebagai berikut:

1. Persiapan mengurus perizinan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian., menghubungi ketua Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan untuk menetapkan jumlah peserta serta jadwal pelaksanaan pengabdian dan tempat atau lokasi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat.
2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian dalam bentuk pelatihan keterampilan digital marketing melalui ceramah, demonstrasi, dan tanya jawab yang akan diselengi dengan ice breaking supaya peserta tidak merasa jenuh.

Bentuk Partisipasi Pihak Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan, adalah Pihak KSN bersedia memberikan fasilitas yang berhubungan dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berupa tempat, sound dan meja kursi guna menunjang agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

Para anggota meluangkan waktunya untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Kami mempresentasikan materi mengenai digital marketing, setelah itu dilanjutkan dengan sharing pengalaman usaha atau bisnis baik yang sudah berjalan maupun yang baru ingin membuka usaha. Kemudian ada juga sesi tanya jawab oleh peserta dengan kami sebagai pemateri. Mereka berbagi pengalaman usaha dan kendala yang dihadapi sehingga dengan pengetahuan mengenai digital marketing ini bisa kami sampaikan sekaligus mempraktekkannya agar mudah dipahami dan bisa diimplementasikan nanti untuk bisa meningkatkan usaha anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) Tangerang Selatan.

Metode yang Digunakan:

1. Ceramah digunakan untuk menyampaikan pengetahuan kepada para anggota secara umum mengenai pentingnya pengetahuan tentang digital marketing.
2. Demonstrasi digunakan untuk memberikan keterampilan menggunakan aplikasi smartphone untuk digital marketing yang akan mereka gunakan dalam memulai usaha bisnis dan mengembangkannya.
3. Tanya jawab digunakan untuk melengkapi hal-hal yang belum terakomodasi oleh kedua metode diatas.
4. Evaluasi hasil kegiatan.

Alasan pentingnya pengetahuan digital marketing pada Komunitas Senam Nusantara Tangsel, dalam memasarkan produknya secara online dikarenakan dapat meningkatkan volume penjualan. Strategi yang digunakan dalam menerapkan digital marketing untuk memasarkan produk adalah dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, status Whatsapp, dan live streaming di Facebook. Namun, dalam penerapannya terdapat kendala seperti koneksi internet yang tidak stabil, keterlambatan pengiriman, serta penipuan transaksi dan manipulasi nomor admin. Sehingga dapat ditemukan bahwa dalam mengimplementasikan digital marketing berpengaruh dalam meningkatkan pemasaran. Berikut merupakan beberapa poin penting mengenai manfaat digital marketing untuk mendukung perkembangan bisnis..

1. Membangun personal dan product branding
Tanpa disadari, dalam membangun sebuah bisnis maka sangat diperlukan faktor kepercayaan dari pelanggan. Semakin pelanggan atau konsumen percaya terhadap produk, maka kredibilitas bisnis juga akan meningkat. Membangun personal dan product branding sangat diperlukan pada praktek pemasaran digital saat ini. Personal branding dapat terbentuk dengan membentuk pribadi atau perilaku yang baik dan profesional dalam dunia pekerjaan. Kemudian, apabila product branding dapat terbentuk jika brand atau merek perusahaan memiliki kredibilitas yang baik, serta mendapat pengakuan di masyarakat. Salah satu cara yang tepat untuk meningkatkan kedua hal tersebut adalah dengan menggunakan pemasaran digital melalui berbagai media yang ada.
2. Menjangkau target pasar yang lebih luas
Ketika setiap bisnis telah terkoneksi dengan jaringan internet, maka secara otomatis bisnis tersebut akan terhubung dengan relasi pengguna internet di seluruh dunia. Jadi, dengan menerapkan online marketing, akan sangat membantu bisnis dalam mempromosikan dan memperkenalkan produk dan jasa secara efektif dan efisien.
3. Lebih efektif dan efisien
Manfaat digital marketing terakhir yaitu tidak memerlukan sumber daya yang besar atau dapat dikatakan minim dari sisi modal. Setiap orang dapat menjalankan bisnis dengan memanfaatkan internet tanpa menggunakan biaya yang besar. Namun, perlu juga untuk menerapkan beberapa metode khusus agar strategi bisnis ini memang tepat sasaran dan sesuai dengan target yaitu dengan melakukanlah riset kompetitor bisnis, serta persaingan produk yang ditawarkan kompetitor dengan produk yang kita miliki, sehingga dapat meminimalisir atau menurunkan tingkat kegagalan bisnis atau usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa situasi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan beberapa permasalahan agar para anggota Komunitas Senam Nusantara (KSN) bisa terselesaikan yaitu melatih para anggota untuk bisa menerapkan strategi pemasaran dalam menjalankan usaha bisnisnya yaitu focus pada digital marketing.

Strategi Pemasaran dalam Menerapkan Digital Marketing

Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh seorang pengusaha dalam menerapkan digital marketing. Menurut Wardhana, strategi digital marketing yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing terdiri dari (Sulaksono dan Zakaria, 2020:45):

1. Ketersediaan informasi produk dan panduan produk
2. Ketersediaan gambar-gambar seperti foto
3. Ketersediaan video yang mampu memvisualisasikan produk
4. Ketersediaan lampiran dokumen terkait informasi
5. Ketersediaan komunikasi daring dengan pengusaha
6. Ketersediaan alat transaksi dan berbagai media pembayaran
7. Ketersediaan bantuan dan layanan konsumen
8. Ketersediaan dukungan opini daring

9. Ketersediaan tampilan testimonial
10. Ketersediaan catatan pengunjung
11. Ketersediaan penawaran khusus
12. Ketersediaan sajian informasi terbaru melalui pesan daring
13. Kemudahan dalam pencarian produk
14. Kemampuan menciptakan kesadaran produk
15. Kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru
16. Kemampuan penguatan citra merek yang diterima konsumen

Dengan demikian cara memasarkan produknya yang paling efektif dan relevan saat ini adalah dengan memanfaatkan digital marketing. Pemanfaatannya berupa memposting produk di media sosial seperti Facebook, Instagram, status Whatsaap, dan live streaming di Facebook. Hal ini sesuai dengan penelitian (Rachmawati, 2018:129) yang menyatakan bahwa digital marketing adalah salah satu strategi yang efektif untuk menarik konsumen dikarenakan manfaat yang diperoleh tidak hanya sebatas tempat untuk mempromosikan produk dan kelengkapan informasi yang diperoleh, tetapi juga memungkinkan untuk penyebarluasan informasi yang lebih interaktif, menciptakan awareness terhadap perusahaan dan produk, serta memperoleh informasi sebagai acuan untuk melakukan riset pasar (Nusantara, 2021:5). Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsaapp, dan lainnya sebagai wadah untuk menjual produk merupakan langkah yang tepat, terbukti sebanyak 43,1% pengguna berbelanja melalui media sosial (Rahadi dan Zanial, 2017:76) Marketing Sep 13, 2022. Faradilla A.

Pengertian Digital Marketing

Digital marketing adalah usaha memasarkan produk atau jasa menggunakan media digital dan internet. Dengan kata lain, digital marketing bisa dilakukan di berbagai platform mulai dari website, email, hingga media sosial. Beberapa contoh praktik digital marketing yang cukup populer di kalangan pebisnis online adalah email marketing, social media marketing, Search Engine Optimization (SEO), affiliate marketing, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Kelebihan Digital Marketing

Digital marketing menjadi strategi pemasaran yang efektif dan banyak digunakan oleh berbagai jenis perusahaan. Sebab, digital marketing menawarkan lebih banyak manfaat dari pemasaran konvensional. Salah satunya adalah mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya rendah. Berikut beberapa manfaat digital marketing:

1. Biaya yang Lebih Hemat
Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, pemasaran digital memiliki anggaran yang lumayan rendah dan mendapatkan jangkauan pasar yang jauh lebih besar tanpa harus membuang banyak waktu untuk melakukan promosi secara langsung.
2. Mudah Menjangkau Target Pasar
Performa praktik pemasaran konvensional cukup sulit untuk dilacak. Contohnya seperti mengiklankan bisnis di TV, menampilkan bisnis di baliho, atau menyebar flyer. Karena, pebisnis sulit untuk memperkirakan siapa saja yang melihat iklannya dan melakukan pembelian setelah melihat iklan tersebut. Sedangkan praktik digital marketing memungkinkan Anda bisa membidik audiens secara spesifik. Mulai dari

wilayah, umur, gender, hingga detail lainnya. Sehingga Anda bisa tahu jelas apakah kampanye digital marketing Anda mampu mencapai target audiens atau belum.

3. Mampu Memperkuat Brand Awareness

Brand awareness adalah rasa familier yang dimiliki pelanggan atas sebuah produk atau jasa. Digital marketing bisa baik untuk brand awareness karena mampu meningkatkan paparan brand ke target audiens-nya.

4. Efektivitas Strategi Lebih Mudah Diukur

Setiap channel marketing biasanya menyediakan alat pengukuran data yang bisa membantu Anda melacak metrik digital marketing. Jadi, Anda dapat mengetahui seberapa jauh konten yang dibuat dapat berdampak pada penjualan produk.

5. Meningkatkan Return of Investment

ROI adalah persen profit yang diterima perusahaan setelah menginvestasikan uang dengan besaran tertentu. Digital marketing akan memudahkan Anda mengukur ROI dengan melakukan performance tracking dari setiap marketing campaign.

Jenis Digital Marketing dan Contohnya

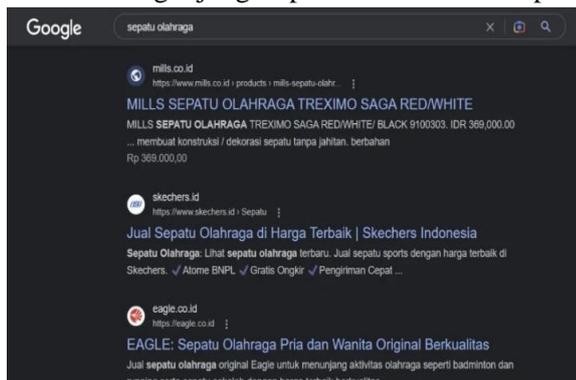
Digital marketing adalah ilmu pemasaran yang luas dengan berbagai teknik dan pendekatan. Ada banyak jenis digital marketing dengan kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Dari teknik SEO, social media marketing, sampai email marketing, setiap teknik pemasaran memiliki strategi dan tools yang berbeda-beda. Nah, dengan memahami perbedaan dari berbagai jenis digital marketing, Anda jadi bisa memilih strategi yang tepat untuk menjangkau target audiens. Ini dia jenis digital marketing yang bisa Anda terapkan:

1. Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah upaya agar website dan isi kontennya menduduki halaman pertama pencarian Google. Tujuannya, agar website lebih mudah ditemukan dan menjangkau banyak visitor. Penting Anda ketahui juga, strategi Search Engine Optimization dibedakan menjadi tiga:

- a. SEO on page. Fokus pada konten website. Misalnya memposting artikel SEO-Friendly;
- b. SEO off page. Upaya mengoptimasi website dari luar. Tujuannya untuk meningkatkan kredibilitas dan relevansi situs;
- c. Technical SEO. Upaya mengoptimasi back-end website sehingga performanya oke. Baik dari struktur web, kecepatan website, dsb.

Contoh digital marketing adalah ketika seseorang ingin membeli sepatu olahraga. Kemungkinan, mereka akan mengunjungi top 3 teratas dari hasil pencarian Google.



2. Search Engine Marketing (SEM)

Singkatnya, SEM adalah taktik mengiklankan website di halaman mesin pencari. Karena berbayar, hasil Search Engine Marketing pun lebih instan daripada SEO. Halaman website Anda akan menduduki halaman pertama Google dengan lebih cepat, serta punya tanda ‘iklan’ pada bagian atasnya. Salah satu teknik yang digunakan dalam SEM ialah riset keyword, yaitu mengidentifikasi kata kunci yang berpotensi dicari oleh orang-orang ketika mencari sebuah produk. Setelah diidentifikasi, keyword-keyword tersebut bisa digunakan untuk membuat ad campaign.

Aspek lain yang juga tak kalah penting dalam SEM yaitu ad targeting. Ad targeting adalah upaya menyeleksi target audiens berdasarkan berbagai kriteria seperti demografi, ketertarikan, dan lain-lain. Jadi, Anda bisa memastikan bahwa iklan muncul di hasil pencarian audiens yang tepat. Dengan begitu, peluang Anda mendapatkan pelanggan akan semakin besar.

3. Content Marketing

Content marketing adalah upaya menghasilkan dan mendistribusikan konten yang menarik perhatian calon konsumen dan bisa mengubah mereka menjadi pelanggan. Jadi bukan konten asal, metode content marketing mengajak Anda merancang konten dengan prinsip: penting, relevan, dan konsisten. Sehingga, konten akan relevan bagi bisnis, menjawab kebutuhan target audiens, serta diproduksi secara konsisten.

Contoh digital marketing ini yaitu jika perusahaan menjual produk tema website, maka digital marketer bisa membuat konten yang berhubungan dengan produk. Misalnya, keunggulan yang ditawarkan, cara membuat website, sampai tips membuat website.

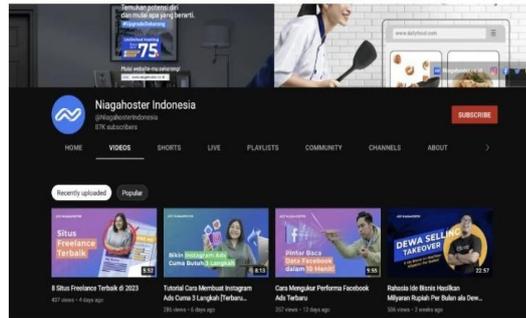
4. Email Marketing

Jika ingin menjalankan taktik pemasaran digital secara personal, email marketing adalah pilihan tepat. Cara kerja email marketing dimulai dari mengumpulkan email list calon konsumen Anda. Setelah proses list building selesai, Anda bisa mengirimkan berbagai info menarik terkait perusahaan Anda ke mereka. Agar metode pemasaran ini makin ampuh, Anda perlu membuat pesan yang personal dan relevan. Caranya adalah dengan menyapa pelanggan dengan nama mereka sendiri, mengingatkan tagihan pembayaran, serta mengirim rekomendasi konten yang sesuai minat calon pelanggan.

5. Video Marketing

Video marketing adalah salah satu strategi pemasaran digital yang paling populer. Format videonya pun berbagai macam, antara lain video demonstrasi, ulasan, tutorial, interview, hingga product update. Platform yang bisa digunakan untuk menerapkan strategi ini juga ada banyak. Dari YouTube, TikTok, Instagram, dan masih banyak lagi.

Video marketing menjadi teknik pemasaran yang efektif untuk menyampaikan pesan. Sebab, video mampu membawa emosi dan menarik perhatian melalui storytelling. Ditambah, video merupakan media yang mudah diakses dan dibagikan ke orang lain. Hal ini membuat jenis digital marketing ini mampu menjangkau audiens yang luas. Nah, contoh digital marketing ini yaitu video-video yang diunggah di YouTube Niagahoster Indonesia.



6. Social Media Marketing

Social media marketing adalah upaya promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan lain-lain. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk dan berkomunikasi dengan calon konsumen. Berikut adalah contoh digital marketing ini yang dilakukan oleh Flip dengan aktif membangun interaksi sesuai dengan brand voice-nya yang casual.



Meski kelihatannya sekadar posting-posting dan reply konten viral, sebenarnya taktik ini perlu perencanaan matang. Apalagi, karakter audiens setiap channel sosial media itu berbeda. Artinya, Anda perlu mendalami social media marketing untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan setiap platform.

7. Pay Per Click (PPC)

Pay Per Click adalah strategi marketing di mana pebisnis hanya perlu membayar setiap iklan yang diklik atau direspons audiens. Lain dengan SEM, penggunaan PPC lebih umum. Bukan hanya untuk mesin pencari saja, PPC juga hadir dalam bentuk iklan apapun yang bisa diklik. Semisal Google Ads, Facebook Ads, ataupun Instagram Ads.

8. Native Advertising

Mungkin, Anda jarang mendengar istilah Native Advertising. Native Advertising adalah konten berbayar yang dipasang di platform tertentu. Uniknya, format kontennya mirip dengan postingan biasa. Sehingga, lebih menarik untuk diklik.

9. Affiliate Marketing

Selanjutnya, yang termasuk jenis digital marketing adalah pemasaran afiliasi. Affiliate marketing adalah strategi perusahaan untuk bermitra dengan pihak lain menggunakan sistem komisi. Artinya, mitra afiliasi akan mendapatkan bayaran jika berhasil menjual produk melalui link tertentu. Singkat kata, affiliate marketing memungkinkan Anda melebarkan sayap bisnis dengan biaya minimal. Sebab, kegiatan promosi ditanggung sendiri oleh mitra afiliasi.

Cara Memulai Digital Marketing

Sampai sini, mungkin Anda bertanya-tanya: Lalu bagaimana cara memulai digital marketing? Simak penjelasannya di bawah ini.

1. Membuat Website

Cara memulai digital marketing adalah dengan membuat website. Manfaat website ada banyak. Anda bisa membuat website toko online, menjadi media untuk press release, memasang iklan, hingga memudahkan calon konsumen menemukan produk Anda jika website berhasil berada di halaman pertama mesin pencari Google.

2. Menjalankan Blog

Blog adalah website yang memuat konten berupa artikel, video, dan foto dan fokusnya ke satu bidang tertentu. Artinya, praktik content marketing di blog memang cukup kuat. Jadi, Anda bisa menggunakan blog untuk meningkatkan engagement, sedangkan website untuk membangun branding dan transaksi.

3. Meluncurkan Landing Page

Landing page adalah halaman website yang menjadi tempat pendaratan visitor yang mengklik ads atau paid search. Kalau Anda ingin mengumpulkan kontak calon pelanggan, maka buatlah lead generation landing pages. Tapi kalau tujuan Anda menggiring pelanggan ke transaksi secara to-the-point, click-through landing pages menjadi pilihan yang tepat.

4. Membuat Media Sosial

Langkah terakhir dalam cara memulai digital marketing adalah membuka akun media sosial. Pilihlah platform media sosial sesuai dengan audiens yang ditargetkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Peserta yang hadir sebanyak 36 orang yang terdiri dari Pengurus komunitas dan para anggota KSN Tangerang Selatan, para dosen dan mahasiswa Universitas Pamulang. Kegiatan dilaksanakan melalui ceramah, diskusi tanya jawab, serta beberapa contoh kasus yang terjadi dalam permasalahan pemasaran online. Selain itu para narasumber memberikan penyuluhan dan pelatihan yang diikuti oleh para peserta. Kegiatan berjalan baik dan lancar, banyaknya peserta yang antusias untuk bertanya, berdiskusi dan praktek langsung menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk melalui online yang menjadikan para nara sumber lebih bersemangat lagi untuk memberikan penyuluhan.

Pembahasan

Penggunaan teknologi digital berupa media sosial telah mempengaruhi semua aspek termasuk aspek promosi tempat wisata yang memang sedang digalakkan oleh pemerintah setempat, tentu tidak terlepas dukungan warga masyarakat sekitar khususnya anggota komunitas. Penggunaan media sosial diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu pembuka semakin dikenal oleh dunia luas dan bisa membuka peluang usaha usaha baru juga seperti kaos, celana training, sepatu sport, topi dan perlengkapan lainnya yang nantinya akan membuka usaha berdagang secara online untuk bekal dimasa yang akan datang.

Dengan adanya media sosial memungkinkan banyak calon pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk melalui internet, dan memungkinkan para pembeli untuk selalu memantau dan mengikuti media sosial atau akun-akun jual beli online atau online shop, baik akun Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, Line atau akun-akun yang lain yang dikelola. Model promosi melalui media sosial sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini. Dengan diadakan pelatihan promosi melalui media sosial peserta penyuluhan nantinya dituntut lebih aktif dalam mengelola akun-akun media sosialnya agar produk yang akan dijual mampu bersaing di pasar online.

Di era digital promosi produk memang tidak cukup hanya dilakukan melalui media tradisional atau pun konvensional. Media konvensional adalah media yang berbayar, misalkan iklan luar ruang, seperti baliho, billboard, brosur, leaflet, iklan di media cetak, radio, dan juga televisi. Media-media tersebut dinilai berbiaya tinggi, tidak interaktif, kurang dapat diperbaharui setiap saat, dan sulit diprediksi 32 efektivitasnya. Selain itu, tidak dapat diketahui secara langsung respons, minat beli masyarakat menurun. Promosi yang biasanya hanya menggunakan media tradisional yaitu melalui mulut ke mulut, poster atau pamflet, kini berubah menjadi promosi melalui media sosial yang bisa dilakukan dimana saja kapan saja dan siapa saja, entah itu di rumah di sekolah di tempat kerja atau bahkan di tempat-tempat privasi sekalipun, dan bisa dilakukan oleh orang tua, muda, semua kalangan orang kota orang desa. Perubahan metode promosi akan semakin berkembang pesat, jika media sosial tersebut dikelola dengan baik, serta menggunakan trik atau cara-cara jitu agar promosi tepat sasaran yaitu menyebarkan dengan cepat dan tepat. Segmen yang tepat tentu tidak akan membuat sia-sia promosi menggunakan media sosial.

KESIMPULAN

Hasil kegiatan PkM pada Komunitas Senam Nusantara Tangerang Selatan di lokasi berjalan dengan lancar. Pelatihan penggunaan media sosial memberikan kemudahan masyarakat dalam melakukan kegiatan berbisnis online dan dikenal oleh masyarakat luas. Peserta antusias sharing pengalaman usaha dan kendala yang dihadapi dan mempraktekkan bagaimana menggunakan perangkat elektronik atau internet dan dipadukan dengan berbagai strategi pemasaran serta berbagai platform media digital yang memudahkan konsumen atau pelanggan untuk saling berkomunikasi secara online.

SARAN

Berdasarkan sharing ilmu dan pengalaman serta kendala yang dihadapi Komunitas Senam Nusantara (KSN) maka kami memberikan saran antara lain:

1. Membuat akun media sosial sebagai media terpisah dari akun pribadi.
2. Post foto menarik tentang produk yang akan dijual secara berkala dan rutin
3. Usahakan setiap posting foto produk memberikan tanda pagar (hashtag) sebagai kata kunci dan tag ke akun-akun yang mempunyai banyak follower.
4. Menjawab segala pertanyaan dari follower untuk menandakan bahwa akun aktif

DAFTAR PUSTAKA

- Alford, Philip dan Stephen John. (2015). Marketing Technology for Adoption by Small Business. *The Service Industries Journal*, 35(11-12) 655-669. Diunduh dari <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02642069.2015.1062884?needAccess=true>
- Anandhita, Vidyantina Heppy. (2013). Studi Pemilihan Layanan Jasa Pengiriman Oleh Pelaku Bisnis Online Sebagai Sarana Distribusi Produk Menggunakan Strategi Marketing Mix di DKI Jakarta. *Jurnal Penelitian Pos & Informatika*, 3(1) 1-18. Diunduh dari <https://jurnal-ppi.kominfo.go.id/index.php/jppi/article/view/030101>
- Aris, Risdiana. (2020). Analisis Strategi Digital Marketing Produk Industri Kreatif di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 20(1) 9-19. Diunduh dari <http://ejournal.uinsuka.ac.id/pusat/aplikasia/article/view/2359/1757>
- Ariyanto, A., Sudarsono, A., Ivantan, I., Akbar, M. F., & Munarsih, M. (2020). Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Curug Angkrek melalui Media Sosial di Kp. Cimuncang, Desa Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), 95-99.
- Batu, Reminta Lumban, Tiar Lina Situngkir, dkk. (2020.) Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2) 144-152. Diunduh dari <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/ekbis/article/view/1992>
<https://www.studilmu.com/blogs/details/10-alasan-mengapa-digital-marketing-sangat-penting>
https://www.google.com/search?q=digital+marketing+menurut+para+ahli&rlz=1C1CHWL_id_ID1022&oq=digital+marketing+menurut&aqs=chrome.0.0i512j69i57j0i512l8.14471j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
<https://www.niagahoster.co.id/blog/digital-marketing-adalah/>
<https://pasla.jambiprov.go.id/digital-marketing-defenisi-jenis-dan-strategi/>