

Pelatihan Digital Marketing Ibu Rumah Tangga Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Pojok Kota Kediri

Rr. Forijati^{1*}, Sugiono², M. Anas³, Mochamad Muchson⁴, Subagyo⁵, Tri Winarsih⁶

forijati@unpkediri.ac.id^{1*}, sugiono@unpkediri.ac.id², anas@unpkediri.ac.id³,

mucshon@unpkediri.ac.id⁴, subagyo@unpkediri.ac.id⁵, triwina.eskada@gmail.com⁶

^{1,2,3,4,5}Magister Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana

^{1,2,3,4,5}Universitas Nusantara PGRI Kediri

Received: 23 12 2021. Revised: 01 06 2022. Accepted: 20 06 2022.

Abstract : One of the roles of housewives in strengthening the economy is to open a business so that their household needs are fulfilled. However, business management that has been carried out so far is in a simple way, so efforts are needed on how to market their products so that they can survive in trade competition. The purpose of this service is to provide digital marketing training for housewives with training methods and accompanied by product photography training. Then the results that can be taken show that the potential of housewives actually has an influence on the household economy so that it is maintained. Digital marketing training for housewives in the Corner Village of Kediri is expected to help housewives who have businesses in optimizing technology and media to facilitate business in helping the economy, especially during the COVID-19 pandemic.

Keywords : Housewives, Digital marketing, Training.

Abstrak : Peran ibu rumah tangga dalam penguatan ekonomi salah satunya adalah dengan membuka usaha agar tercukupinya kebutuhan rumah tangganya. Akan tetapi pengelolaan usaha yang selama ini dilakukan adalah dengan cara yang sederhana, sehingga diperlukan upaya bagaimana cara memasarkan produknya sehingga dapat bertahan dalam persaingan dagang. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pelatihan digital marketing untuk ibu rumah tangga dengan metode pelatihan dan disertai dengan pelatihan memfoto produk. Kemudian hasil yang dapat diambil menunjukkan bahwa potensi ibu rumah tangga sebenarnya mempunyai pengaruh terhadap perekonomian rumah tangga agar tetap terjaga. Pelatihan digital marketing pada ibu rumah tangga di Kelurahan Pojok Kota Kediri diharapkan dapat membantu ibu rumah tangga yang mempunyai usaha dalam mengoptimalkan teknologi serta media untuk memperlancar usaha dalam membantu perekonomian terutama di masa pandemic covid 19.

Kata kunci : Ibu rumah tangga, Digital marketing, Pelatihan.

ANALISIS SITUASI

Pemberdayaan ibu rumah tangga dalam penguatan ekonomi sudah banyak dilakukan karena ibu rumah tangga dengan kemampuannya merasa bahwa mereka juga ikut bertanggungjawab dalam penguatan ekonomi rumah tangganya (Pradiani, 2017). Dalam masa

pandemic covid 19 yang berlangsung hampir 2 tahun, dimana banyak hambatan dan permasalahan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga, terutama apabila suami terkena PHK, mereka berupaya untuk melakukan terobosan-terobosan dengan membuka usaha dan memasarkan produknya. Pemasaran produk banyak dilakukan secara langsung maupun online, tetapi hal tersebut belum maksimal. 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)

Dengan pemasaran secara online, calon pembeli dapat seluruh informasi tentang produk misal jenis produk, harga, spesifikasi maupun rewiu dari pembeli lainnya. Demikian juga penjual dapat memantau dan menyediakan produk sesuai dengan rewiu dari pembeli maupun calon pembeli, tanpa batas waktu. 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 mengoptimalkanl 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.

Berdasarkan kenyataan di atas maka akan dilaksanakan pengabdian pada masyarakat berupa suatu pelatihan pemasaran online atau digital marketing untuk Ibu Rumah tangga yang ada di kelurahan Pojok kecamatan Mojoroto Kota Kediri. Pada pelatihan ini, diberikan strategi jitu atau trik dalam memasarkan produk untuk ibu rumah tangga. Alat digital marketing yang paling umum digunakan oleh pengguna adalah dengan menggunakan smartphone (Susanto, 2017) Penggunaan smartphone sangat membantu ibu rumah tangga dalam pemasaran produknya secara online.

SOLUSI DAN TARGET

Tujuan dari pengabdian pada masyarakat ini adalah membantu ibu rumah tangga dalam penguatan ekonomi rumah tangga dan sebagai alternatif mendapatkan pendapatan tambahan

dengan memanfaatkan alat yaitu smartphone untuk memasarkan produknya secara online. Dalam kegiatan ini diharapkan ibu rumah tangga sebagai peserta pelatihan memiliki pengetahuan dan ketrampilan bagaimana memasarkan produknya secara online (Abadi, 2015) Selanjutnya diharapkan peserta pelatihan yaitu ibu rumah tangga yang berada di desa Pojok dapat memperoleh manfaat setelah mengikuti pelatihan, sehingga produk yang biasanya dijual secara offline atau dari mulut ke mulut dapat di tingkatkan menjadi penjualan online sehingga diharapkan kemandirian ibu rumah tangga dalam memperkuat ekonomi keluarga (Shin, 2018). Pengabdian pada masyarakat tentang digital marketing ini dilaksanakan di Kelurahan Pojok Kecamatan Mojojoto Kota Kediri dengan target ibu rumah tangga yang memiliki usaha mikro.

METODE PELAKSANAAN

Metode dalam Pengabdian pada masyarakat ini menggunakan 2 (dua) metode yaitu : 1) metode ceramah, yaitu dengan pemaparan materi yang disampaikan oleh pengabdian yaitu dosen dan mahasiswa Magister Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pemaparan secara langsung di sertai juga dengan sarana pendukung, yaitu handout pelatihan digital marketing beserta dengan contoh penggunaan smartphone dalam marketing online, sehingga memudahkan peserta pelatihan yaitu ibu rumah tangga di desa Pojok Kecamatan Mojojoto Kota Kediri dalam memahami digital marketing. Metode selanjutnya yaitu 2) metode praktek yaitu dengan mempraktekan foto produk dan bagaimana penggunaan *facebook marketplace*. Tahapan-Tahapan pelaksanaan PkM ini adalah persiapan, sosialisasi, pelatihan dan demonstrasi, serta evaluasi.

Tahap persiapan diawali dengan kegiatan observasi yaitu perizinan pada tempat pemberdayaan yaitu dengan sasaran obyek pengabdian adalah ibu rumah tangga yang mempunyai usaha di Kelurahan Pojok Kota Kediri. Pada kegiatan ini menyebarkan angket untuk mengetahui pemahaman ibu rumah tangga akan digital marketing. Angket dengan menggunakan skala likert yaitu memilih pilihan Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Ragu-ragu (N); Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS) dan sekaligus pengambilan data pretest dengan instrument sebagai berikut : a) pengetahuan teknologi internet b) keberhasilan usaha c) motivasi dalam meningkatkan hasil penjualan melalui digital marketing. d) Pengetahuan tentang foto produk.

Tahap Sosialisasi dilakukan pemaparan materi tentang penggunaan teknologi internet untuk memasarkan produk yaitu dengan menggunakan digital marketing, diskusi dan tanya jawab. Dilanjutkan dengan tahap pelatihan dan demonstrasi. Pada tahapan ini dengan

memberikan pemaparan mengenai digital marketing, manfaat dan cara penggunaannya. Tahap pelatihan dan demonstrasi ini melibatkan peserta secara aktif yaitu dengan memakai produknya untuk sampel dalam memasukan ke platform digital marketing.

Yang terakhir adalah tahap Evaluasi. Dalam tahapan ini, menganalisis ketercapaian keberhasilan kegiatan yaitu dengan post test untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman dan peningkatan pengetahuan maupun ketrampilan dalam digital marketing. Tahap persiapan, sosialisai, pelatihan dan demonstrasi sampai dengan tahap evaluasi dalam PkM ini dilaksanakan selama bulan Oktober sampai dengan November 2021. Rinciannya adalah di bulan Oktober 2021 pelatihan digital marketing sekaligus pengambilan data awal yaitu tentang berapa orang ibu rumah tangga di lingkungan kelurahan pojok khususnya di RW 7 yang mempunyai usaha dan dalam menjalankan usahanya dengan memakai sarana online yaitu online shop ataupun marketplace, dan pengetahuan tentang digital marketing.

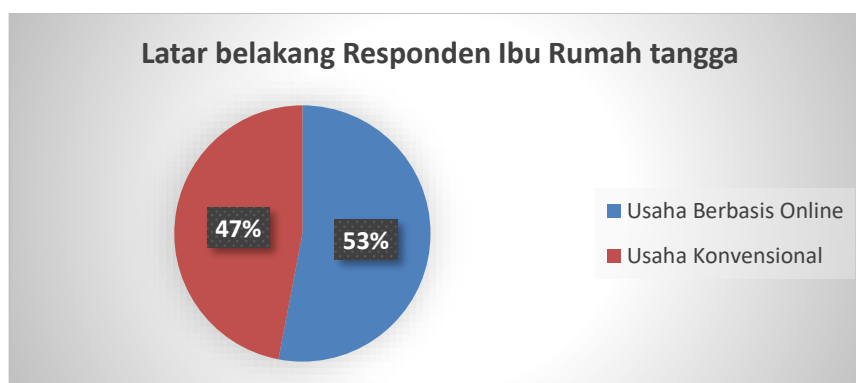
Adapun Teknik penyelesaian masalah sebagai berikut: a) Pengambilan data di awal dan digunakan analisis prosentase untuk memprosentasekan pengetahuan dan ketrampilan ibu rumah tangga akan digital marketing. b) pelaksanaan pelatihan yaitu dengan pengenalan internet sebagai sarana dalam pemasaran online dan sebagai sarana berkomunikasi dengan calon pembeli dan pengenalan marketplace, c) pelatihan tentang foto produk dan bagaimana mempublikasikan produk yang di hasilkan dengan berlatih memfoto produk dengan alat *Photo Studio Box Portable lampu LED*. d) Pemberian materi tentang strategi pemasaran online dan pengenalan online shop e) Pelatihan marketing dengan facebook marketplace dan pembuatan fanpage facebook yang mempermudah dalam pemasaran produk f) Pelatihan marketing dengan menggunakan whatsapp g) memberikan edukasi untuk kelanjutan dari pelatihan digital marketing yaitu bagaimana meningkatkan efektivitas penjualan dengan melalui promosi online beserta trik trik dalam marketing online h) Pemberian materi tentang tips dan trik dalam berwirausaha dalam masa pandemic covid 19.

HASIL DAN LUARAN

Keadaan wilayah suatu daerah akan sangat mempengaruhi karakter masyarakat setempat, hal inilah yang dinamakan dengan karakteristik masyarakat di suatu wilayah. Berikut ini faktor-faktor yang berpengaruh pada kondisi masyarakat Kelurahan Pojok Kecamatan Mojojoto Kota Kediri yaitu posisi dari wilayah: sebelah utara adalah Kel. Sukorame, di sebelah Timur adalah Kelurahan Lirboyo, sebelah Selatan adalah Kecamatan Semen dan sebelah barat adalah Gunung Klotok, Adapun potensi ekonomi adalah : perdagangan, perikanan,

peternakan, pertanian dan perkebunan. Jumlah penduduk di Desa Pojok berjumlah 11.649 jiwa yang terdiri dari laki laki berjumlah 5.769 orang dan perempuan berjumlah 5.880 orang.

Peserta Pelatihan adalah Ibu Rumah Tangga sejumlah 30 orang yang akan di beri pelatihan digital marketing. Pada pelaksanaan pemberdayaan digital marketing ibu rumah tangga melalui pengambilan data dan pemberian *pretest* untuk mengetahui pengetahuan tentang digital marketing, didapatkan bahwa dari 30 responden, 53% yang sudah memiliki usaha yang menopang perekonomian keluarga. Dan dari ibu rumah tangga yang mempunyai usaha tersebut hanya 0,12% yang sudah berbasis online dan menggunakan marketplace untuk memasarkan produknya. Peserta Pelatihan merupakan ibu rumah tangga yang dalam kesehariannya mempunyai berbagai profesi, baik sebagai ibu rumah tangga, penjahit, pengusaha sambel pecel, pengusaha jilbab, reseller kosmetik dengan menggunakan pemasaran konvensional dan whatsapp status, pengusaha brambang goreng, salon kecantikan, menjual berbagai kebutuhan pokok, menjual kebutuhan seperti kursi, lemari dan lain lain. Dari data yang terkumpul di dapatkan sebagai berikut:



Gambar 2. Latar Belakang Responden Ibu Rumah Tangga peserta Pelatihan Digital Marketing

Peran aktif dari ibu rumah tangga untuk membantu perekonomian keluarga merupakan hal yang penting karena mereka secara aktif mencari peluang usaha dan juga aktif untuk memasarkan produk yang dihasilkannya, salah satunya dengan menggunakan pemasaran online yaitu digital marketing melalui smartphone yang dimilikinya (Santoso et al., 2020) Dengan inovasi dan kreativitas ibu rumah tangga dalam menangkap peluang usaha dan berusaha untuk memasarkan produk yang dihasilkan merupakan factor penentu keberhasilan bila akan dilaksanakan pelatihan digital marketing. (Soerojo, 2019).

Dari hasil analisis yaitu angket yang disebarakan sebelum (Pre) pelaksanaan pelatihan digital marketing, responden menjawab bahwa peserta pelatihan banyak yang belum mempunyai akses (akun) untuk login di marketplace maupun bila mereka melakukan penjualan online. Dan dari hasil observasi juga wawancara terbatas, diperoleh data bahwa sangat

diperlukan pelatihan untuk berjualan secara online, terutama dalam masa pandemic covid, penjualan online di berbagai marketplace sangat di minati oleh UMKM begitu juga dengan ibu rumah tangga yang mempunyai usaha sampingan dan membantu perekonomian rumah tangga.



Gambar 3. Praktek memfoto produk dengan Portable mini photo studio box lampu LED

Pada 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 praktekkan 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

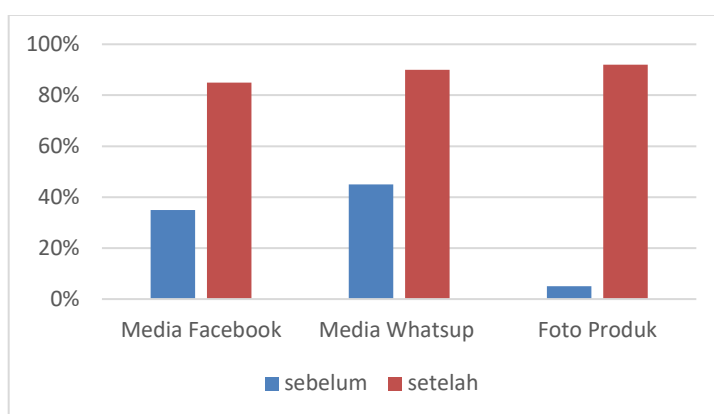


Gambar 4. Motivasi pengembangan usaha dan materi tips dan trik berwirausaha

Pada sesi selanjutnya adalah pemaparan materi tentang bisnis *online* marketing melalui *marketplace* dan praktek dengan memasukan foto produk hasil dari pelatihan kedalam *facebook marketplace* dan membuat *facebook fanpage*. Di sela sela praktek bagaimana membuat *facebook marketplace* juga dijelaskan manfaat dari digital marketing antara lain : Digital marketing mempunyai kelebihan sehingga ibu rumah tanggapun bisa menggunakannya dengan smartphone yang selama ini sering di pakai. Penggunaan digital marketing mempunyai

beberapa kelebihan antara lain 1) murah efektif, 2) kecepatan dalam menyebarkan informasi, 3) memudahkan untuk evaluasi pemasaran atau produk yang terjual. Di akhir sesi pelatihan, materi yang disajikan juga materi tentang bagaimana menjadi seorang pengusaha atau wirausaha yang sukses juga bertanggungjawab pada perekonomian keluarga terutama dimasa pandemi covid 19 yang tidak tau kapan akan berakhir yang terjadi diseluruh dunia juga di Indonesia.

Pelatihan digital marketing untuk ibu rumah tangga dan foto produk. Pada tahap awal adalah pengambilan data dan setelah data terkumpul, melaksanakan pelatihan bagaimana memasarkan produk. Pengetahuan dan pemahaman tentang media online sangat di perlukan sehingga mempunyai kebermanfaatan media online yang digunakan oleh ibu rumah tangga dalam memasarkan produknya. Walaupun pada tahapan ini membutuhkan kerja keras untuk memahami fitur-fitur dalam media social. Akan tetapi karena motivasi dan minat yang kuat dari ibu rumah tangga dengan berbisnis online akan mendorong untuk aktif dalam mengikuti pelatihan. Adapun hasil dari kegiatan ini dapat diperlihatkan dalam grafik di bawah ini



Gambar 5. Hasil pemahaman dan pengetahuan tentang digital marketing

SIMPULAN

Pelatihan digital marketing untuk ibu rumah tangga yang dilaksanakan di desa Pojok Kecamatan Mojojoto Kota Kediri ini adalah sebagai berikut: 1) hasil pengabdian pada masyarakat berupa pelatihan digital marketing sangat di minati oleh ibu rumah tangga pelaku usaha baik yang sudah mempunyai usaha akan tetapi masih dengan cara konvensional maupun ibu rumah tangga yang akan merintis usahanya. 2) Pengetahuan dan ketrampilan ibu rumah tangga akan *facebook marketplace*, *facebook fanpage* dan *whatsapp* marketing meningkat dari hasil olah data setelah pelaksanaan pengabdian pada masyarakat. 3) Penggunaan digital marketing sangat bermanfaat bagi ibu rumah tangga, mereka sangat antusias dalam mengikuti

segala pelatihan dan memberikan kontribusi berupa ide ide dan sharing pengetahuan dan ketrampilan yang dimilikinya.

DAFTAR RUJUKAN

- Abadi. (2015). *Sell Like a Wolf: Million Dollar Sales Techniques*. Elex Media Komputindo.
- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020). Keunggulan Kompetitif Spesial sebagai Strategi Keberlanjutan UKM di Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 104–119.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. In *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 1, Issue 2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *JIBEKA*, 11(2), 46–53.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>.
- Santoso, B. I., Agustini, P. M., & Kurnia, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing untuk Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 2(2), 35–42.
<https://doi.org/10.36782/ijsr.v2i2.24>
- Shin. (2018). *The Sales Codes: Kitab untuk Para Sales*. Alfa Cemerlang Edindo.
- Soerojo, D. R. (2019). *A. Sales Breakthrough: Buku Wajib Orang Sales*. Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, G. (2017). *The Power of Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.