

**Pemanfaatan Digital Marketing Menggunakan Website dan Media Sosial
untuk Meningkatkan Pemasaran Produk
(Remaja Muslim Kelurahan Wuryorejo Kabupaten Wonogiri)****Herliyani Hasanah*¹, Sufia Widi K.², Muh. Ali Mashar³, Farid Darmaji⁴**

^{1,2,3,4,5} Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Bhayangkara No. 55, Tipes, Surakarta
Email: ¹herliyani_hasanah@udb.ac.id

Abstrak

Digital marketing merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Para wirausaha muda ini diharapkan dapat menjadi agent of change dalam memasarkan produk usahanya.

Remaja muslim di Kelurahan Wuryorejo, Kabupaten Wonogiri sebagian besar adalah siswa SMA dan ada beberapa yang baru di bangku kuliah. Saat ini mereka sudah memulai untuk berwirausaha. Namun hanya beberapa yang memanfaatkan digital marketing, dan itu sebatas mengupload produk tanpa ada teknik digital marketing untuk meningkatkan omset hasil penjualan.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan mengenalkan cara pemasaran dengan menggunakan internet (digital marketing) kepada remaja muslim di Kelurahan Wuryorejo sebagai mitra. Adapun digital marketing yang akan dikenalkan dan dilatih dalam kegiatan PKM ini adalah pemasaran dengan menggunakan website serta memanfaatkan jejaring sosial. Website yang dibuat dalam pelatihan ini adalah website yang dibangun dengan online yaitu memanfaatkan Blog serta website yang dibangun secara offline. Pelatihan ini dilakukan secara berkala dan disertai praktek langsung agar para peserta lebih mudah mengerti dan mengingatnya. Metode yang digunakan pada pelatihan terdiri dari tiga tahap yaitu pemberian tutorial, monitoring dan evaluasi. Pelatihan ini diikuti dengan jumlah peserta 13 orang.

Kata kunci—*digital marketing, website, blog, online, offline*

Abstract

Digital marketing is a promotional activity and market search through digital media online by using various means of social networking examples. Digital marketing consists of interactive and integrated marketing that facilitates between producers, facilitates markets,

and potential consumers. These young entrepreneurs are expected to be agents of change in marketing their business products.

Muslim youth in Wuryorejo Sub-district, Wonogiri District are mostly high school students and there are some who are new to college. At present they have started to become entrepreneurs. Only a few use digital marketing, and that is limited to uploading products without digital techniques to increase sales turnover.

This Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) activity will introduce marketing methods using the internet (digital marketing) to Muslim youth in Wuryorejo Village as partners. As digital marketing that will be introduced and drilled in PKM activities is marketing using a website and using social networking. The web site created in this training is a web site built online that provides Blogs and web sites built offline. The training is conducted periodically and discusses hands-on practice so that participants more easily understand and remember it. The method used in the training consisted of three sessions namely tutorial, monitoring and evaluation. This training was followed by 13 participants.

Keywords— digital marketing, website, blog, online, offline

I. PENDAHULUAN

Dunia digital merupakan bagian yang paling penting bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang dapat digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, perkembangan kepemilikan *smartphone* yang menyediakan kemudahan dalam mengakses internet, peningkatan kualitas dalam hal akses data, serta diluncurkannya layanan 4G. Menurut data Facebook, bahwa 74% pengguna internet di Indonesia sudah menggunakan perangkat *mobile* [1]. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berdampak terhadap seputar pemasaran. Teknik pemasaran di dunia beralih dari era konvensional (*offline*) menjadi era *digital (online)*. Strategi *digital marketing* lebih berpeluang besar serta prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan untuk mendapat segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Digital marketing merupakan sebuah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang

lain di seluruh penjuru dunia. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Januari 2017, sebanyak 48% pengguna internet di Indonesia melakukan pencarian barang atau jasa secara *online*, 46% pengguna mengunjungi toko *online*, 34% pengguna melakukan transaksi *online* via komputer atau *laptop*, dan 33% pengguna melakukan transaksi *online* melalui perangkat *mobile* seperti *smartphone* [2]. Hal ini menyiratkan bahwa potensi belanja *online* sudah cukup berkembang di Indonesia yang harus diimbangi dengan pemasaran secara

digital pula oleh pelaku usaha atau *entrepreneur*.

Perkembangan *entrepreneur* di Indonesia saat ini masih sangat rendah jika dibandingkan dengan Negara – Negara lain di Asia. Jumlah *entrepreneur* yang ada di Indonesia adalah 1,56% dari jumlah penduduk yang ada. Sedangkan menurut Mc Clelland, suatu Negara bisa menjadi makmur apabila terdapat sedikitnya 2% dari jumlah penduduk yang ada [3].

Permasalahan yang saat ini masih dimiliki oleh Indonesia adalah meningkatnya jumlah pengangguran setiap tahun. Indonesia di tingkat Asia Tenggara memiliki tingkat pengangguran yang besar dan berada pada urutan Ketiga dari sepuluh Negara setelah Brunei Darussalam dan Filipina. Berdasarkan data dari BPS, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia sebesar 5,28 % [4] Tingginya angka pengangguran tersebut menghancurkan perguruan tinggi untuk dapat membuat para lulusan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bukan mencari pekerjaan.

Dengan kondisi tersebut peluang besar bagi generasi muda untuk menjadi *entrepreneur* yang memanfaatkan dunia digital. Para wirausaha muda ini diharapkan dapat menjadi *agent of change* dalam memasarkan produk usahanya. Produk tidak hanya dipasarkan secara konvensional, tetapi juga harus dapat dipasarkan secara global menggunakan internet.

Remaja muslim di Kelurahan Wuryorejo, Kabupaten Wonogiri sebagian besar adalah siswa SMA dan ada beberapa yang baru di bangku kuliah. Saat ini mereka sudah memulai untuk berwirausaha. Namun hanya beberapa yang memanfaatkan digital marketing, dan itu sebatas mengupload produk tanpa ada teknik digital marketing untuk meningkatkan omset hasil penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan mencoba mengenalkan cara pemasaran dengan menggunakan internet (*digital marketing*) kepada remaja muslim di Kelurahan Wuryorejo, Kabupaten Wonogiri.

Adapun *digital marketing* yang akan dikenalkan dan dilatih dalam kegiatan PKM ini adalah pemasaran dengan menggunakan website serta memanfaatkan jejaring sosial. Supaya website dapat menjangkau pengunjung yang banyak, maka diperlukan teknik SEO (*search engine optimization*). SEO adalah teknik supaya blog dapat berada pada posisi atas saat dilakukan pencarian menggunakan mesin pencari seperti Google.

Target luaran dalam kegiatan ini adalah kemampuan peserta akan pemanfaatan teknologi informasi meningkat menjadi, kemampuan peserta dalam proses pembuatan blog meningkat dan kemampuan peserta dalam proses pembuatan website secara offline mengalami peningkatan sebesar . Capaian luaran yang diharapkan diantaranya: a. ilmu pengetahuan dengan melakukan publikasi ilmiah di jurnal; media massa(cetak/elektronik) sehingga semakin banyak ilmuwan yang berkenan untuk mengaplikasikan ilmunya kepada usaha kecil menengah sehingga pondasi ekonomi negara ini menjadi lebih kuat; b. pemahaman dan keterampilan masyarakat.

II. METODE

Pelaksanaan pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 8 November 2019 - 8 Desember 2019. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan, pada tahap ini tim pengabdian melakukan penyusunan materi, jadwal serta persiapan peralatan. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan menggunakan alat bantu multimedia berupa laptop, LCD dan modul.
2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan ini menggunakan 3 (tiga) metode, yaitu: (1) Pemaparan secara langsung, tim pengabdian menjelaskan tentang *website ecommerce* meliputi website dengan memanfaatkan blog serta website yang dibangun secara *offline* dan pemanfaatan sosial media untuk digital marketing; (2) Monitoring, setiap peserta melakukan praktek berupa penggunaan *website e-*

commerce.; (3) Evaluasi, Tim Pengabdian mengadakan test sebagai bentuk evaluasi untuk mengetahui tingkat kemajuan yang telah dicapai.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 8 November 2019 - 8 Desember 2019 dan diikuti sebanyak 13 remaja sebagai peserta. Kegiatan pengabdian ini menggunakan (tiga) metode, yaitu:

1. Pemaparan secara langsung

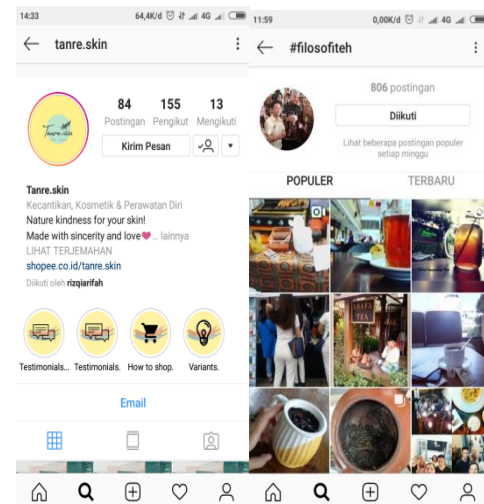
Tim Pengabdian mendahului kegiatan pelatihan dengan pemaparan materi secara langsung. Pemaparan ini materi sudah dibagikan 2 hari sebelum pelaksanaan secara langsung kepada peserta dalam bentuk *softfile* dengan mengakses *Google Drive*. Pemateri secara detail menerangkan materi kepada peserta dengan harapan peserta dapat memahami materi pelatihan. Materi tersebut meliputi dasar bahasa pemrograman, cara membuat website dengan blogger dan cara kerja website. Setelah pemaparan materi, selanjutnya peserta diajak praktek secara langsung untuk membuat website. Pembuatan website ini meliputi website yang dibuat secara *online* yaitu Blog serta website yang dibuat secara *offline*. Selain praktek pembuatan website secara langsung juga dipaparkan terkait pemanfaatan social media untuk digital marketing meliputi *WhatsApp*, *Instagram* dan *Facebook*.

2. Monitoring

Pada setiap peserta kegiatan ini yaitu para remaja melakukan praktek berupa pembuatan *website e-commerce*. Proses ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh para remaja dapat memanfaatkan *software* komputer yang telah dikenal untuk membuat website dalam hal penjualan yang dapat dimanfaatkan dalam era digital. Dengan melakukan pelatihan, pendampingan dan memberikan masukan-masukan untuk

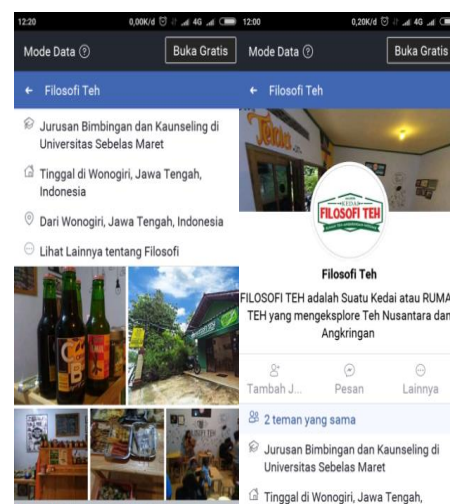
pengembangan usaha pasca pada program ini. Berikut hasil contoh tampilan teknik menjual lewat sosial media, tampilan website dengan Blogger serta tampilan website dengan Codeigniter, hasil pembuatan dari para peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

a. Teknik menjual lewat sosial media



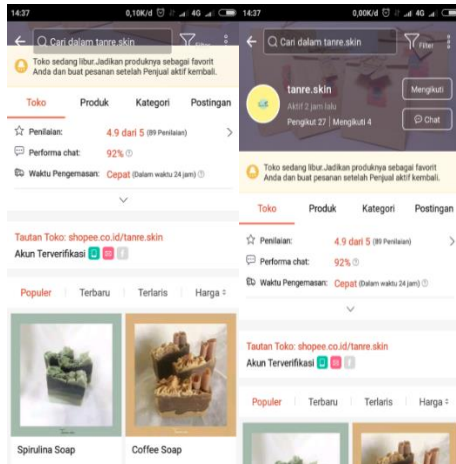
Gambar 1

Contoh Akun Instagram Salah Satu Produk



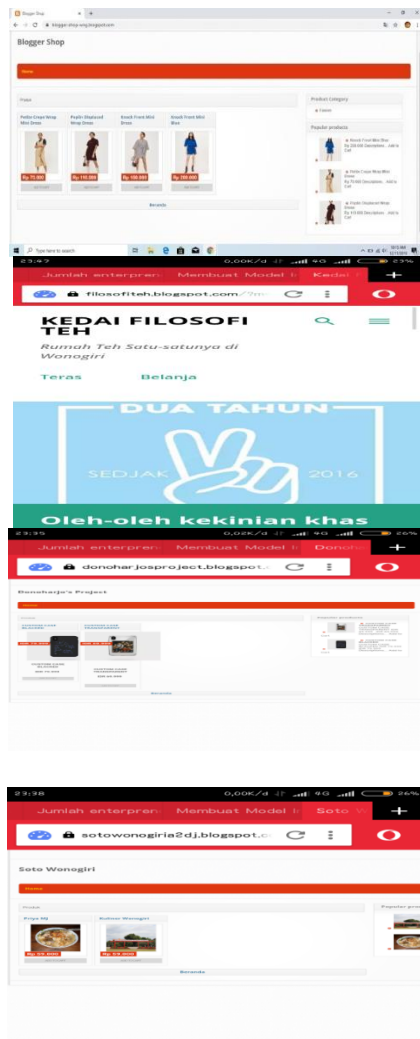
Gambar 2

Contoh Akun Facebook Salah Satu Produk



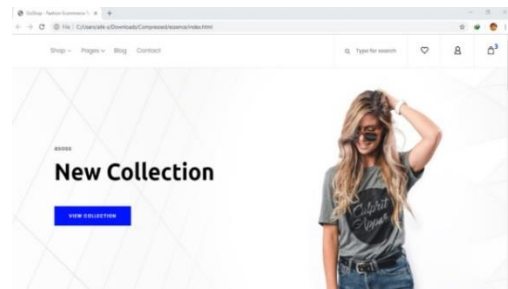
Gambar 3
Contoh Akun Shopee Salah Satu Produk

b. Tampilan website dengan Blogger



Gambar 4
Tampilan website dengan Blogger buatan peserta

c. Tampilan website dengan Codeigniter



Gambar 5
Tampilan website dengan Codeigniter buatan peserta

3. Evaluasi

Tim Pengabdian mengadakan test yang digunakan sebagai bentuk evaluasi untuk mengetahui tingkat kemajuan yang telah dicapai. Test yang dilakukan sebanyak 2 kali, yaitu *Pre-Test* dan *Post Test*. Pertanyaan yang diberikan dalam *Pre-Test* dan *Post Test* sama dan sebanyak 8 pertanyaan. Model jawaban adalah pilihan ganda, dengan memilih satu jawaban yang paling tepat. Pertanyaan tersebut meliputi pengetahuan teknologi informasi, pemanfaatan layanan Google, pemanfaatan sosial media dan seputar pemanfaatan website. Nilai peserta didapatkan dari jumlah jawaban benar dibagi jumlah dikalikan 100 (Dewi, 2017). Berdasarkan hasil pelatihan terdapat peningkatan pemahaman peserta. Nilai rata – rata peserta sebelum pelatihan adalah 61,53 %. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa peserta pelatihan telah memahami hal – hal dasar yang n=bersifat umum terkait dengan materi pelatihan. Nilai rata – rata setelah pelatihan adalah 90, 38 %, yang mengindikasikan bahwa peserta memahami teori dan praktek terkait materi pelatihan. Secara lengkap, nilai peserta pelatihan adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Nilai Peserta Pelatihan

Peserta	Pre-Test	Post Test	Kenaikan (%)
1	75	100	25
2	62.5	87.5	25
3	62.5	87.5	25
4	75	100	25
5	50	75	25
6	62.5	87.5	25
7	62.5	87.5	25
8	62.5	87.5	25
9	75	100	25
10	50	87.5	37.5
11	37.5	87.5	50
12	62.5	87.5	25
13	62.5	100	37.5
Rata - Rata	61.53846	90.38462	28.84615

4. KESIMPULAN

Berdasarkan refleksi hasil kegiatan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dengan pemberian materi dan pelatihan praktek yang digunakan tim pengabdian kepada masyarakat khususnya para remaja muslim Masjid Al Furqoon Kelurahan Wuryorejo Kabupaten Wonogiri dengan menggunakan *web e-commerce* menyediakan layanan jual beli barang sehingga dapat menciptakan peluang bisnis untuk para peserta dalam hal memasarkan produknya.
- b. Kegiatan PKM ini memotivasi peserta pelatihan dalam mengoptimalkan dari website yang sudah dibuat untuk memperluas pasar akan produk yang ada di kawasannya.

Peserta pelatihan termotivasi untuk lebih memanfaatkan website terkait digitalisasi dalam pemasaran.

5. SARAN

Pada pelatihan web e-commerce lebih lanjut dapat ditambahkan menu untuk laporan keuangan, sehingga bisa memperjelas alur pendapatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Duta Bangsa yang telah memberi dukungan financial terhadap penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Utomo, R. M. (2016, October 20). <http://m.metrotvnews.com/teknologi/new-s-teknologi/>. Retrieved February 17, 2017, from metrotvnews.com: <http://m.metrotvnews.com/teknologi/news-teknologi/GNGyEMrk-pemanfaatan-digital-marketing-di-indonesia-masih-minim>
- [2] <https://www.slideshare.net/wearesocials/g/digital-in-2017> southeast-asia
- [3] Aditya Dion Mahesa & Edi Rahardja. (2012) *Analisis Faktor – Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*. 1(1), 130 – 137).
- [4] Berita Resmi Statistik. *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesi Agustus 2019*. No. 91/11/Th.XXII, 05 November 2019. Badan Pusat Statistik