

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI DIGITAL MARKETING DAN PENGENALAN *E-COMMERCE* PADA PKK DESA KARANGDOWO KEDUNGWUNI

Rizka Ariyanti, M.Iqbal Notoatmojo, Siska Dewi, Anni Safitri, Kusuma
Wijaya, Fangela Myas Sari

Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan
Jln. Raya Karangdowo No.09 Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan
Email : rizkaariyanti81@gmail.com

ABSTRAK: Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan ibu PKK desa Karangdowo, kecamatan Kedungwuni. Masalah utama yang dihadapi pada ibu PKK di desa Karangdowo kecamatan Kedungwuni adalah kurangnya pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan melakukan promosi secara *digital*. Hal tersebut membuat tim PKK desa Karangdowo mengundang dari Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan sebagai narasumber. Hal tersebut menjadi dasar dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Tema dari pengabdian yaitu pemberdayaan perempuan melalui *digital marketing* dan pengenalan *e-commerce* pada PKK desa Karangdowo, kecamatan Kedungwuni. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini yaitu untuk mengedukasi ibu PKK dalam hal pemasaran melalui *digital marketing* dan pengenalan *e-commerce*. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah observasi lapangan, menyusun rencana kegiatan, membuat materi kegiatan, implementasi kegiatan serta monitoring dan evaluasi. Dengan pengabdian ini dapat membuka wawasan ibu PKK desa Karangdowo, kecamatan Kedungwuni agar dapat mengembangkan diri melalui pelatihan digital marketing yang nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian di masa mendatang.

Kata kunci : *Marketing, Digital Marketing, Peningkatan Ekonomi.*

ABSTRACT: *This community service activity aims to overcome the problems of PKK mothers in Karangdowo village, Kedungwuni sub-district. The main problem faced by PKK women in Karangdowo village, Kedungwuni sub-district, is a lack of knowledge about how to market products and carry out digital promotions. This prompted the Karangdowo village PKK team to invite members from the Pekalongan Nahdlatul Ulama Institute of Technology and Science as resource persons. This is the basis for implementing community service. The theme of her dedication is empowering women through digital marketing and introducing e-commerce to PKK Karangdowo Village, Kedungwuni District. The purpose of this community service is to educate PKK mothers in terms of marketing through digital marketing and the introduction of e-commerce. The methods used in community service activities are field observations, preparing activity plans, making activity materials, implementing activities as well as monitoring and evaluation. With this dedication, it can open the insights of PKK Karangdowo mothers, Kedungwuni sub-district so that they can develop themselves through digital marketing training which can later improve economic welfare in the future. Keywords: Marketing, Digital Marketing, Economic Improvement.*

Keywords: *Marketing, Digital Marketing, Economic Improvement.*

PENDAHULUAN

Desa Karangdowo merupakan salah satu dari 19 (Sembilan belas) desa yang ada di kecamatan Kedungwuni, kabupaten Pekalongan, provinsi Jawa Tengah. Desa Karangdowo terdiri dari 4 dusun yaitu, dusun Sopaten, Gentongan, Dukuh dan Kemoren. Tim PKK desa Karangdowo, kecamatan Kedungwuni menghubungi kampus Institut teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan (ITSNU) untuk menjadi narasumber dalam kegiatan rutin yang dilakukan PKK desa Karangdowo. Berdasarkan hal tersebut membuat tim dari prodi akuntansi melakukan observasi ke lapangan untuk melihat permasalahan mitra yang nantinya akan digunakan sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Setelah melakukan observasi awal ditemukan adanya permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan melakukan promosi secara *digital*. Di desa Karangdowo sebagian masyarakat berprofesi sebagai pengusaha konveksi. Sehingga ibu PKK desa Karangdowo bisa diarahkan untuk memanfaatkan peluang dengan menjual produk hasil konveksi yang ada di sekitar secara *onlineshop*. Produk dari hasil konveksi masyarakat sekitar adalah ada yang berupa kemeja, hem, hijab dan lain sebagainya.

Untuk memanfaatkan peluang dengan membuka usaha secara online diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar produk yang dijual bisa diterima oleh para konsumen. Pemasaran termasuk salah satu hal yang sangat penting yang wajib dilakukan dari suatu produk/jasa yang diciptakan. Seiring dengan perkembangan dari teknologi metode komunikasi pemasaran yang dahulu dilakukan secara tradisional dan konvensional, saat ini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018). Jika dahulu untuk media pemasaran dilakukan secara

langsung sehingga harus bertemu antara penjual dan pembeli. Sekarang bisa melalui secara online. Termasuk dalam hal promosi, dengan adanya sistem secara online untuk media promosi pun semakin lebih cepat ke sasaran produk. Jika dulu hanya menggunakan media promosi seperti surat kabar, majalah, radio, ataupun televisi, kini pemasaran sudah dilakukan dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah *digital marketing*. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, 2017). Dengan memanfaatkan media digital marketing sebagai usaha dalam pemasaran produk yang dihasilkan sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dipasarkan. Salah satu manfaat dari *digital marketing* yaitu dapat menghemat biaya promosi. Strategi promosi menggunakan media internet jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi. Mengingat media yang digunakan dalam pemasaran digital memungkinkan terjadinya percakapan melalui dunia maya, maka batasan ruang dan waktu akan menjadi lebih kecil dan keakraban antara penjual dan pelanggan pun bisa semakin mudah terjalin.

Strategi pemasaran digital dapat memuat unsur-unsur kemudahan dalam pencarian produk yang diinginkan, tersedianya promo produk tertentu, adanya *skill* untuk mengidentifikasi pembeli dan bagaimana membuat pembeli tertarik terhadap produk yang ditawarkan, adanya kelengkapan informasi tentang produk, kemudahan dalam mengenal dan menghafal merk dagang, adanya sarana komunikasi secara pribadi, adanya bantuan layanan kepada konsumen, ilustrasi produk berupa foto, dan garansi pengembalian barang (Wardhana, 2018). Strategi pemasaran

digital dapat dilakukan dengan mudah dan praktis hanya dengan memanfaatkan smartpone. Aplikasi berbasis Android dapat secara mudah diakses oleh pengguna untuk memasarkan produk secara online. Aplikasi Android juga menyediakan *e-commerce* yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Contoh *e-commerce* di Indonesia diantaranya Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia, dan Bukalapak (Tradiani, 2017). Layanan *e-commerce* ini dapat dibantu dengan adanya sosial media sebagai alat bantu komunikasi antara penjual maupun pembeli.

Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan edukasi kepada ibu PKK desa Karangdowo mengenai pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan melakukan promosi secara *digital*. Manfaat dengan adanya pengabdian ini yaitu dapat membuka wawasan ibu PKK desa Karangdowo, kecamatan Kedungwuni agar dapat mengembangkan diri melalui pelatihan digital marketing yang nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian di masa yang akan datang.

METODE

Berdasarkan permasalahan pada ibu PKK desa Karangdowo, kecamatan Kedungwuni yaitu kurangnya pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan melakukan promosi secara *digital*. Sehingga solusi dari kegiatan pengabdian ini yaitu memberikan edukasi kepada ibu PKK desa Karangdowo mengenai pengetahuan tentang cara memasarkan produk dan melakukan promosi secara *digital* agar ibu PKK memiliki keterampilan memasarkan produk tidak hanya menggunakan media sosial saja tetapi juga dapat memasarkan produk melalui *e-commerce*.

Metode Pelaksanaan

Terdapat beberapa langkah dalam mengatasi permasalahan yang

dihadapi oleh para pelaku UMKM, antara lain sebagai berikut:

- a. Observasi lapangan
Pada tahap ini melakukan survei tempat dan melakukan koordinasi dengan tim mitra. Kemudian mengidentifikasi masalah untuk merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan dan materi pelatihan dalam kegiatan pengabdian ini.
- b. Menyusun rencana kegiatan
Pada tahap ini melakukan penjadwalan kegiatan
- c. Membuat materi kegiatan
Mempersiapkan bahan materi yang akan disampaikan pada saat pelaksanaan
- d. Implementasi kegiatan pengabdian
Memaparkan materi dan memberikan pelatihan tentang *digital marketing*
- e. Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi
Setelah kegiatan pengabdian terlaksana maka dilakukan monitoring dan evaluasi program.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara langsung yaitu bertempat di balai desa Karangdowo pada hari/tanggal Jumat/ 22 Juli 2022 dengan peserta seluruh tim PKK desa Karangdowo dan melibatkan 2 orang mahasiswa sehingga total peserta yaitu berjumlah 35 orang. Pengabdian ini dilakukan dengan cara sosialisasi dan demonstrasi dengan menggunakan media aplikasi *e-commerce* yang tersedia dilanjutkan sesi diskusi dan tanya jawab.

PEMBAHASAN

- a. Observasi lapangan
Tim pengabdian dari prodi akuntansi Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama (ITSNU) Pekalongan pada hari jum'at, tanggal 1 Juli 2022 melakukan observasi dengan cara wawancara dengan ketua tim PKK yaitu ibu Dewi Maryam bertempat di kantor kepala desa Karangdowo. Pada tahap ini

ditemukan permasalahan bahwa sebagian besar dari PKK desa Karangdowo adalah ibu rumah tangga. Agar nantinya dapat membantu perekonomian keluarga, para ibu PKK berharap adanya pengisian materi tentang pemasaran digital. Harapannya nanti memperoleh bekal untuk memanfaatkan peluang usaha, mengingat di sekitar desa sebagian masyarakat ada yang menjalankan usaha konveksi. Dengan melihat produk yang dihasilkan berupa kemeja, hem, hijab, daster dan lain sebagainya. Produk-produk tersebut dapat dimanfaatkan untuk dijual secara online.

b. Menyusun rencana kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dijadwalkan mengikuti jadwal pertemuan rutin bulanan pada PKK desa Karangdowo, yaitu di hari jum'at di minggu ke-3. Sehingga nanti kegiatan akan dilaksanakan pada hari jum'at tanggal 22 Juli 2022 pukul 08.00 sd selesai bertempat di balai desa Karangdowo dengan total peserta 33 orang.

c. Membuat materi kegiatan

Pada tahap ini tim prodi akuntansi membuat materi kegiatan mengenai pemasaran secara digital dan strategi promosinya. Untuk media aplikasi yang nanti akan di sosialisasi dan demonstrasi yaitu berupa aplikasi shopee, bukalapak dan tokopedia. Yang mana ke-3 *e-commerce* tersebut sudah sering terdengar dan digunakan oleh ibu PKK desa Karangdowo sebagai salah satu aplikasi untuk belanja online tetapi belum dimanfaatkan untuk berjualan online.

d. Implementasi kegiatan

Kegiatan pelaksanaan berjalan dengan sangat baik dan lancar. ibu PKK Karangdowo terlihat antusias dan mengikuti materi yang disampaikan oleh narasumber mengenai pemasaran melalui online

dan promosi produk menggunakan *digital marketing*. Beberapa *e-commerce* yang diperkenalkan selama masa pelatihan yaitu Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia. Para ibu PKK sebelumnya sudah membuat akun aplikasi yang akan digunakan pada kegiatan pengabdian ini dan ibu PKK pelatihan langsung mempraktekkan pada smartphone masing-masing sesuai instruksi dari narasumber. Deskripsi masing-masing online shop yang digunakan ibu PKK pelatihan sebagai berikut (Maulinda dkk, 2019). (1). Shopee. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang digunakan dalam pengabdian ini. Ibu PKK mengisi profil usaha dan foto produk yang sebelumnya sudah mendaftarkan akun shopee terlebih dahulu. Secara antusias Ibu PKK juga menyiapkan strategi untuk mengikuti Program *Flash Sale* dan mengelola penanggung jawab pembayaran sistem *Cash on Delivery* (COD) pada akun masing-masing peserta. (2). Bukalapak. Pada akun bukalapak meminta ibu PKK mengisi profil usaha dan foto produk. Ibu PKK dengan antusias mengisi profil tersebut dengan foto yang sudah disiapkan oleh masing-masing peserta. Seluruh peserta pelatihan juga aktif dalam mengisi deskripsi produk dan memberikan ide promo yang bisa calon pembeli dapatkan dengan mengikuti aturan pada Bukalapak. (3). Tokopedia. Mitra pelatihan mengupload foto produk dan mengisi profil usaha pada akun Bukalapak yang dimiliki. Peserta juga mencoba mengatur akun agar dapat memberikan promo dan bonus pembelian untuk konsumen. Nantinya peserta dapat membuka rekening yang berbeda untuk pembayaran melalui online. Hal ini mengikuti aturan dari *e-commerce* yang diikuti.



Gambar 1. Dosen melakukan sosialisasi

Selain pemasaran menggunakan *e-commerce*, peserta juga diarahkan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Media sosial ini digunakan untuk menampilkan promo

dan pengenalan produk yang terupdate. Untuk transaksi jual beli produk tetap dilakukan menggunakan *e-commerce* dengan cara memberikan informasi link akun *e-commerce* yang telah dibuat.



Gambar 2. Peserta Pengabdian kepada Masyarakat

e. Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi
Setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai dilakukan para ibu PKK selaku peserta dari kegiatan

pengabdian kepada masyarakat diberikan kuisisioner untuk evaluasi kegiatan. Didapatkan hasil bahwa 81% ibu PKK memilih sangat setuju dan 19% setuju yang artinya bahwa

kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim prodi akuntansi memiliki manfaat untuk ibu PKK desa Karangdowo. Selain itu dari LPPM ITSNU Pekalongan juga melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi secara rutin dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh para dosen.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang bertema “Pemberdayaan Perempuan melalui *Digital Marketing* dan pengenalan *e-commerce* pada pkk desa Karangdowo kecamatan Kedungwuni” ini berjalan dengan lancar. Dengan adanya pelatihan ini para Ibu PKK menjadi mengerti tentang salah satu memanfaatkan peluang usaha dengan cara membuat *online shop* yang tersedia seperti shopee, bukalapak dan tokopedia untuk melakukan jual beli online. Promosi juga bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp. Dengan bekal pelatihan tersebut nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kelancaran “Pemberdayaan Perempuan melalui Digital Marketing dan Pengenalan *E-commerce* Pada Ibu-Ibu PKK Desa Karangdowo Kedungwuni” ini tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu kami sampaikan ucapan terimakasih pada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam Kegiatan ini, terutama kepada:

- 1.Rektor ITSNU dan LPPM serta seluruh pimpinan terkait.
- 2.Tim PKK desa Karangdowo kecamatan Kedungwuni
3. Peserta PKK
4. Tim pelaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1). Hal 147–157.
- Maulinda Widiawat, Ayu, Anggi Aprilia Pratiwi, & Galang Bimandra. pelatihan digital marketing strategy untuk mencapai kemandirian masyarakat 2019. Vol. 3, No. 1, Hal. 147-157.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) 1(1). 1–17.
- T. Pradiani, V. Penjualan, and S. Malang, “Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil,” vol. 11, pp. 46–53, 2017.
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015. ISBN : 978-602-17225-4-1.