

PEMANFAATAN *SMARTPHONE* UNTUK DIGITAL MARKETING BAGI PKK KELURAHAN CIPINANG BESAR SELATAN

Arviana Wulandari ¹, Endang Retnoningsih ^{2*}, Syahbaniar Rofiah ³, Didik Setiyadi ⁴,
Jaenudin ⁵, Luluh Abdilah Kurniawan ⁶

arviana@ibm.ac.id ¹, endangretno@ibm.ac.id ^{2*}, Syahbaniar@ibm.ac.id ³, ddk.setiyadi20@gmail.com ⁴,
aзаenuddin@gmail.com ⁵, luluhabdilah@gmail.com ⁶

Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi; Kampus A : Kav. 17 No. 16, Jl. Sersan Aswan, Margahayu, Kota Bekasi,
Jawa Barat ^{1,2,3,5}

Universitas Indonesia Mandiri, Jl. Jendral Sudirman KM 31 Kranji Medan Satria, Kota Bekasi, Jawa Barat,
Indonesia ⁴

Universitas Panca Sakti, Jl. Raya Hankam No. 54, Jatirahayu, Kota Bekasi, Jawa Barat, Indonesia ⁶

ABSTRACT

Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) is a forum for the public to obtain information and develop knowledge and skills in any case. Empowerment will be right on target by obtaining information that can be accessed quickly with a Smartphone as a means of gaining knowledge. With reference to the Pokja II and III work programs, namely improving education and skills in the family through training, utilizing appropriate technology and developing the creativity of Small and Micro Enterprises (UKM). The Smartphone utilization training carried out was the introduction of digital marketing using a Smartphone, the introduction of the Canva application to support the display design of digital marketing products, and the introduction of the use of social media and e-commerce for digital marketing for PKK mothers in the Cipinang Besar Selatan Sub-District. improve skills in digital marketing as a provision to open UKM.

Keyword: *Digital Marketing, Social Media, PKK, Smartphone*

ABSTRAK

Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan wadah bagi masyarakat mendapatkan informasi dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam hal apapun. Pemberdayaan akan tepat sasaran dengan memperoleh informasi yang dapat diakses secara cepat dengan *Smartphone* sebagai sarana memperoleh pengetahuan. Dengan mengacu pada program kerja Pokja II dan III PKK yaitu meningkatkan pendidikan dan ketrampilan dalam keluarga melalui pelatihan, pemanfaatan teknologi tepat guna dan mengembangkan kreatifitas Usaha Kecil Mikro (UKM). Pelatihan pemanfaatan *Smartphone* yang dilakukan yaitu pengenalan digital marketing menggunakan *Smartphone*, pengenalan aplikasi canva untuk mendukung desain tampilan produk digital marketing, dan pengenalan penggunaan media sosial serta ecommerce untuk digital marketing bagi Ibu-Ibu PKK dilingkungan Kelurahan Cipinang Besar Selatan akan meningkatkan pengetahuan literasi penggunaan smarphone dan meningkatkan keterampilan dalam digital marketing sebagai bekal untuk membuka UKM.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Media Sosial, PKK, Smartphone*

PENDAHULUAN

Tingginya pengguna teknologi *smartphone* meningkatkan ketergantungan masyarakat karena berperan aktif dalam setiap aktivitas yang dilakukan masyarakat (Kirana et al., 2019). *Smartphone* saat ini pun mulai berkembang dengan pesat sebagai bagian teknologi untuk berinteraksi melalui media sosial. Perkembangan *smartphone* membawa perubahan besar karena muncul banyak aplikasi-aplikasi yang bisa diinstal sehingga memunculkan media sosial baru dan juga berbagai media *ecommerce*. Pada *ecommerce* dapat menentukan nilai kualitas produk atau jasa keseluruhan yang berpengaruh untuk konsumen menentukan pembelian produk yang memudahkan penjual dan pembeli (Wibowo & Haryokusumo, 2020)

Selain itu dari sisi bisnis media sosial merupakan media yang bisa digunakan untuk ajang promosi, mengenalkan produk baru dengan tujuan mencari pelanggan baru, maupun mempertahankan loyalitas pelanggan, mempelajari keilmuan digital marketing juga akan memberikan peluang dalam pengembangan media sosial (Akmaludin et al., 2021; Prajarini, 2020).

Pemanfaatan media sosial untuk digital marketing sangat membantu pada saat pandemi yang telah berlangsung sejak Maret 2020 hingga saat ini, dalam keadaan pandemi mengubah kehidupan berbagai sektor termasuk ekonomi, banyak perusahaan dan UKM yang mengalami kerugian dan menghadapi ancaman terhadap pendapatan karena kesulitan menjalankan usahanya, 36,7% UMKM tidak ada penjualan, 26,6% penjualannya selama pandemi sehingga dibutuhkan strategi promosi yang tepat bagi pelaku

usaha (Dani Anggoro et al., 2020; Hadi & Zakiah, 2021; Lestari & Saifuddin, 2020). Keterkaitan yang sangat erat antara marketing dengan kehidupan manusia dapat dilihat dari segala sesuatu yang dibutuhkan berhubungan dengan dunia marketing (Halim et al., 2020). Digital marketing merupakan teknik pemasaran menggunakan media digital yang mempermudah dan memperluas jangkauan, bermanfaat bagi konsumen dalam memilih dan mendapatkan informasi produk, digital marketing bagi penjual memudahkan memantau dan menyediakan kebutuhan keinginan konsumen yang mampu menjangkau seluruh masyarakat (Nurpratama & Anwar, 2020; Purwana et al., 2017; Rachmadi, 2020). Kegiatan marketing di era digital tidak lagi hanya berfokus pada suatu proses kegiatan menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen, pemasaran yang hanya mengandalkan toko dirumah, tidak dapat bersaing dengan jual beli *online* karena banyak informasi yang tidak diketahui oleh masyarakat (Farell et al., 2019), akan tetapi kegiatan trend digital marketing di era industri 4.0 ini memiliki jangkauan yang lebih luas dan mencakup kepuasan para konsumen atau pelanggan yang dapat menjadi peluang bagi UKM untuk menyambut era industri 4.0. (Irfani et al., 2020; Witanto & Solihin, 2016)(Sholihin, 2019).

Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) mewadahi bidang pemberdayaan kesejahteraan keluarga ditingkat rukun warga (RW) dan rukun tetangga (RT) (Permendagri, 2020). PKK wadah bagi masyarakat mendapatkan

informasi dan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam hal apapun. Program kerja PKK yang berhubungan dengan keterampilan berada pada program keenam yaitu Pendidikan dan Keterampilan selanjutnya diterapkan sebagai program kerja dalam Kelompok Kerja (Pokja).

Berdasarkan analisis situasi dan kegiatan PKK telah mempunyai program kerja Pokja II dan III yaitu 1) Meningkatkan pendidikan dan ketrampilan dalam keluarga melalui penyuluhan, dan pelatihan; 2) Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna (TTG); 3) Mengembangkan kreatifitas Usaha Kecil Mikro (UKM) dalam bentuk berbagai produk. Peran masyarakat dalam meningkatkan ekonomi di Indonesia yaitu dengan memberdayakan Usaha Mikro

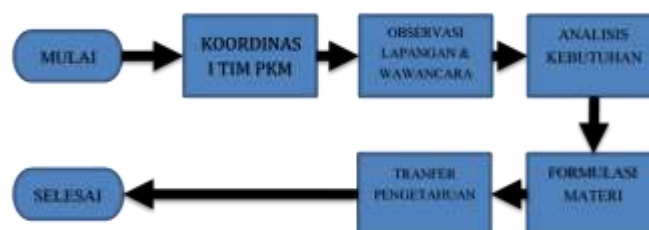
Kecil Menengah (UMKM) menggunakan teknologi sebagai media mengembangkan pasarnya agar di akses secara global (Febriyantoro & Arisandi, 2018) dan PKK untuk memaksimalkan kompetensi yang ada dengan usaha yang dimiliki. Usaha kecil dapat menjadi besar jika dikelola dengan baik dan terarah.

Dengan adanya program kerja Pokja tersebut kegiatan pelatihan dapat ikut andil dalam mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dari para Ibu PKK dengan memberikan pelatihan pemanfaatan *smartphone* untuk digital marketing bagi para Ibu PKK Kelurahan Cipinang Besar Selatan sebagai literasi dalam penggunaan *smartphone* dan sebagai bekal dalam membuka UKM.

METODE PELAKSANAAN

Kelurahan Cipinang Besar Selatan terletak di kecamatan Jatinegara, Jakarta Timur. Kelurahan ini memiliki penduduk sebesar 42.821 jiwa dan luas 162,59 Ha. Kelurahan Cipinang Besar Selatan menampung Ibu PKK pada rukun tetangga (RT) masing-masing, dari RT 001 sampai dengan RT 013. Berdasarkan permasalahan dibutuhkan peningkatan dalam hal pengetahuan dan kompetensi bagi Ibu-Ibu PKK, maka disusun kerangka pemecahan masalah sebelum pelaksanaan kegiatan

sebagaimana gambar 1. Dimulai dengan Tim pengabdian datang ke lapangan melakukan observasi dan koordinasi untuk pembagian tim pada saat pelaksanaan kegiatan pelatihan, kemudian mengunjungi Kelurahan Cipinang Besar Selatan untuk koordinasi dalam hal pelaksanaan kegiatan pelatihan, setelah itu menganalisis kebutuhan peserta apa yang dibutuhkan dalam pelatihan, kemudian membuat modul pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta, setelah itu pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Kerangka pemecahan masalah

Tujuan pelatihan pemanfaatan *Smartphone* untuk digital marketing bagi Ibu PKK dilingkungan Kelurahan Cipinang Besar Selatan yaitu 1) Meningkatkan kompetensi kreatifitas Ibu PKK, 2) Merancang desain produk usaha yang dimiliki, 3) Meningkatkan pemahaman literasi digital marketing melalui *Smartphone*, 4) Memanfaatkan media sosial khususnya instagram untuk digital

marketing. Pelatihan pemanfaatan *Smartphone* untuk digital marketing bagi Ibu PKK dilingkungan Kelurahan Cipinang Besar Selatan memberikan manfaat dalam meningkatkan pemanfaatan smarphone untuk kreatifitas dan pengetahuan serta membangun usaha dalam hal digital marketing sehingga dapat berperan aktif dalam meningkatkan ekonomi di Indonesia dengan produk usaha yang dimiliki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan *Smartphone* untuk digital marketing bagi Ibu PKK dilingkungan Kelurahan Cipinang Besar Selatan dilaksanakan pada 25 Januari 2020, dimulai pukul 08:00 pagi hingga selesai selama lima jam.

Pelaksanaan Pelatihan

Bagi peserta pelatihan untuk dapat mengikuti kelancaran kegiatan dengan ketentuan berikut: 1) Setiap peserta wajib membawa *smartphone* yang terkoneksi internet untuk membuka aplikasi desain grafis online Canva untuk merancang tampilan produk, 2) Setiap peserta wajib

membawa smarphone yang telah terinstal Instagram dan Shopee untuk praktek digital marketing, 3) Narasumber memberikan pemaparan tentang literasi digital marketing, 4) Narasumber mengajarkan cara mendaftar akun canva untuk merancang dan mengedit tampilan produk, 5) Narasumber mengajarkan cara mendaftar akun Instagram dan Shopee untuk penjualan dari produk usaha yang dimiliki. Adapun alur pelaksanaan kegiatan pelatihan sebagaimana gambar 2.



Gambar 2. Alur pelaksanaan pelatihan

Pelatihan pemanfaatan *smartphone* untuk digital marketing bagi para Ibu PKK Kelurahan Cipinang Besar Selatan dibagi menjadi 3 (tiga) sesi materi yaitu materi pertama pemanfaatan *smartphone* untuk digital marketing, materi kedua penggunaan

Canva aplikasi desain grafis *online* untuk merancang tampilan produk digital marketing, dan materi ketiga pengenalan penggunaan media sosial *Instagram* dan *ecommerce* Shopee sebagai media digital marketing. Hasil kegiatan pelatihan berhasil

memberikan pengetahuan berikut: 1) Meningkatkan pengetahuan dalam hal literasi digital marketing menggunakan *Smartphone*, 2) Meningkatkan keterampilan dalam merancang produk usaha yang dimiliki dengan aplikasi Canva,

3) Sebagai bekal bagi Ibu PKK dalam membuka usaha baru sehingga dapat memaksimalkan digital marketing untuk meningkatkan penghasilan usaha, 4) Memaksimalkan media sosial khususnya Instagram untuk digital marketing.



Gambar 3. Pelaksanaan kegiatan pelatihan

Capaian Hasil Pemahaman Peserta Terhadap Pelatihan

Kegiatan pemanfaatan *Smartphone* untuk digital marketing bagi para Ibu PKK Kelurahan Cipinang Besar Selatan diadakan sesuai dengan kebutuhan dari para Ibu PKK untuk mendukung program kerja PKK. Setelah selesai kegiatan peserta sejumlah 41 orang yang merupakan

perwakilan setiap RT di kelurahan Cipinang Besar Selatan, memberikan umpan balik terkait penyampaian materi dan juga kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta, juga kepuasan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan. Hasil umpan balik sebagaimana terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Umpan balik kegiatan pelatihan

Pertanyaan umpan balik pertama terkait materi yang disampaikan oleh narasumber, sebagian besar peserta memberikan penilaian baik sekali 71% dari

29 peserta, penilaian baik 24% dari 10 peserta, dan cukup 5% dari 2 peserta. Pertanyaan kedua terkait pemateri dan teknik penyampaian, sebagian besar peserta

memberikan penilaian baik sekali 66% dari 27 peserta, penilaian baik 32% dari 13 peserta, dan cukup 2% dari 1 peserta. Umpan balik terkait materi dan juga penyampaian terlihat bahwa para nara sumber menyampaikan materi dengan baik sekali.

Pertanyaan umpan balik ketiga keterkaitan materi yang disajikan dengan kebutuhan peserta pelatihan, sebagian besar peserta memberikan penilaian baik sekali 54% dari 22 peserta, penilaian baik 46% dari 19 peserta. Pertanyaan keempat keterkaitan antara materi dengan aplikasi yang dapat diserap peserta pelatihan, sebagian besar peserta memberikan penilaian baik sekali 56% dari 23 peserta, penilaian baik 39% dari 16 peserta, dan cukup 2% dari 1 peserta. Umpan balik keterkaitan materi dengan kebutuhan serta aplikasi yang digunakan dalam pelatihan dan penyerapan oleh peserta terlihat bahwa para Ibu PKK memberikan umpan balik baik sekali yang artinya pelatihan sesuai dengan kebutuhan yaitu memberikan pengetahuan dan peningkatan ketrampilan bagi para Ibu PKK di kelurahan Cipinang Besar Selatan sebagai peran sertanya dalam mendukung program kerja Pokja II dan III PKK sebagai bagian dari upaya meningkatkan ekonomi di Indonesia.

Pertanyaan umpan balik kelima terkait waktu yang dipergunakan dalam pemberian materi pelatihan, sebagian besar peserta memberikan penilaian baik sekali

44% dari 18 peserta, penilaian baik 20% dari 8 peserta, cukup 7% dari 3 peserta, Kurang Baik 12% dari 5 peserta dan Kurang 17% dari 7 peserta. Pertanyaan keenam terkait minat peserta pelatihan terhadap kegiatan, sebagian besar peserta memberikan penilaian baik sekali 63% dari 26 peserta, penilaian baik 32% dari 13 peserta, dan cukup 5% dari 2 peserta. Umpan balik terkait waktu dan minat kegiatan pelatihan terlihat bahwa para Ibu PKK memberikan umpan balik masih terdapat keinginan agar ditambahkan waktu pelatihan, yang mana hal ini berkaitan juga dengan umpan balik minat terhadap pelatihan lebih dari separuh peserta memberikan nilai baik sekali 63%.

Berdasarkan keseluruhan umpan balik tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan pelatihan pemanfaatan *smartphone* untuk digital marketing di Kelurahan Cipinang Besar Selatan secara keseluruhan para Ibu PKK memberikan respon positif yaitu dengan hasil 59% baik sekali dan 41% baik, sedangkan kekurangan atau masukan untuk kegiatan pelatihan dapat dilihat dari hasil 4% cukup, 2% kurang baik dan 3% kurang yaitu dari adanya peserta yang belum mengenal dengan aplikasi Canva sebagai desain, aplikasi instagram dan penggunaan *ecommerce* shopee sebagai media digital marketing, serta waktu yang diharapkan lebih lama untuk pemberian pelatihan, sebagaimana pada gambar 5.



Gambar 5. Umpan balik kegiatan pelatihan secara keseluruhan

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa meningkatnya pengetahuan dalam hal digital marketing bagi Ibu PKK dilingkungan Kelurahan Cipinang Besar Selatan hal ini terlihat dari umpan balik yang diberikan peserta memberikan respon positif dari segi materi, kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta dan juga dari minat peserta terhadap pelatihan dengan nilai baik sekali sebanyak 71%,

66%, 54% sebagaimana pada pembahasan. Sedangkan meningkatnya ketrampilan peserta dalam hal penggunaan *smartphone* untuk digital marketing dapat dilihat dari segi penggunaan aplikasi Canva, Instagram dan Shopee sebagai pengenalan digital marketing dalam pelatihan, umpan balik 56% peserta dapat menyerap materi penggunaan aplikasi menggunakan *smartphone* untuk digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

Akmaludin, A., Cahyadi, C., & ... (2021). Pelatihan Pembuatan Design Digital Marketing bagi UMKM untuk Meningkatkan Wawasan dan Pendapatan Masyarakat Desa Cikarageman, Setu, Bekasi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 372–380.
<http://www.ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/797>

Dani Anggoro, Humisar Hasugian, & Nofiyani. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(3), 384–391.
<https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.345>

- Farell, G., Thamrin, & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Jurnal Competitive*, 16(1), 32–41.
- Halim, F., Sherly, S., & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Media Sains Indonesia.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Kirana, D. H., Rafiah, K. K., & Sari, R. P. (2019). Pelatihan Mobile Apps Digital Marketing Untuk UMKM Di Jatinangor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 25(2), 98. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v25i2.13123>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Nurpratama, M., & Anwar, S. (2020). Penerapan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Karangmalang Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu. *Jurnal Investasi*, 6(2), 87–102.
- Permendagri. (2020). *PERMENDAGRI_36_TAHUN_2020.pdf*.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Deepublish.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. TIGA Ebook.
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia.

Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020).
Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang
Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-
commerce, Sosial Media Instagram
dan Digital Marketing terhadap
keputusan Instant Online Buying
Konsumen Generasi Millennial.
*Capital: Jurnal Ekonomi Dan
Manajemen*, 3(2), 86.
[https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6
077](https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6077)

Witanto, R., & Solihin, H. H. (2016).
Perancangan Sistem Informasi
Penerimaan Siswa Baru Berbasis Web
(Studi Kasus : Smp Plus Babussalam
Bandung). *Jurnal Teknologi
Informasi Dan Komunikasi*, 1(1), 54–
63.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1234/
jtik.v6i2.107](https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jtik.v6i2.107)