

## **Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Manusia Kepada Ibu Rumah Tangga Kelurahan Gunung Parang Kota Sukabumi**

**Pusporini Palupi Jamaludin<sup>1\*</sup>, Paringsih<sup>2</sup>, Nindya Alik<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Universitas Pamulang

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Email : [dosen01399@unpam.ac.id](mailto:dosen01399@unpam.ac.id)<sup>1\*</sup>

### **Abstrak**

*Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan oleh dosen dan juga mahasiswa Universitas Pamulang. Melihat peran pentingnya kaum perempuan khususnya Ibu Rumah Tangga (IRT) maka perlu adanya upaya untuk memberikan “edukasi tentang teknologi digital marketing” di Kelurahan Gunung Parang Kota Sukabumi agar peran dan tugas kaum perempuan semakin kuat, mandiri dan sejahtera, sehingga dapat membantu perekonomian keluarga. Teknologi digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran kepada target pasar melalui media internet. Dengan menggunakan media internet, jangkauan pasar menjadi luas. Dalam Pengabdian kepada masyarakat diharapkan keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi kepada pengembangan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Oleh karena itu, potensi dalam memanfaatkan digital marketing mengharuskan masyarakat Gampong Sukajadi Kebun Ireng untuk melek teknologi maka tim pengabdian kepada masyarakat berkeinginan untuk melakukan sosialisasi penggunaan teknologi digital marketing. Dengan adanya pemanfaatan teknologi digital marketing diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan serta menginspirasi para pelaku usaha terutama ibu rumah tangga dalam memanfaatkan teknologi internet dan media sosial sebagai alat untuk menjalankan kegiatan usahanya agar dapat memperluas pangsa pasar dan menumbuhkan jiwa wirausaha ibu rumah tangga sehingga dapat melakukan kegiatan bisnisnya lebih baik lagi. Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah Dengan melakukan pendampingan dalam pembekalan ilmu pengetahuan dan keterampilan tentang teknologi internet dan teknologi digital marketing sehingga ibu rumah tangga Kelurahan Gunung Parang Kota Sukabumi semakin kuat, mandiri dan sejahtera.*

**Keywords:** *Daya saing, Digital marketing, Ibu rumah tangga, Sumber daya manusia, Sosialisasi*

### **PENDAHULUAN**

Sekarang banyak pebisnis yang melakukan strategi Digital Marketing untuk bisa bertahan di masa pandemi Covid-19 ini. Digital Marketing merupakan pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh internet atau perangkat elektronik, seperti Social Media, website. Pelatihan digital marketing sekarang semakin sering dilakukan. Adanya training ini bisa dikatakan sebagai hal yang sangat normal. Itu karena, digital marketing akan sangat mempermudah seseorang dalam menjalankan bisnis. Namun masalahnya, beberapa orang merasa malas ketika dihadapkan dengan pelatihan semacam ini. Biasanya rasa malas tersebut muncul karena hal ini dirasa sebagai sesuatu yang tidak begitu bermanfaat. Perlu diketahui, pemahaman bahwa pelatihan digital marketing adalah hal yang tidak bermanfaat merupakan kesalahan besar. Itu karena, manfaat dari pelatihan ini sangat besar.

Menurut data Badan Pusat Statistik (2018) pengangguran di Indonesia pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 40 ribu orang. Penurunan ini terjadi karena terdapat banyaknya penambahan sektor lapangan pekerjaan. Dengan menjadi seorang wirausaha maka dapat menjadi solusi untuk mengurangi pengangguran di Indonesia, karena dapat membuat lapangan pekerjaan baru. Jika di Indonesia wirausaha semakin banyak dan meningkat maka masalah pengangguran sedikit demi sedikit akan berkurang.

Satu diantaranya yang kini menonjol adalah hambatan yang terkait dengan kurangnya pengetahuan ibu-ibu rumah tangga terhadap digital marketing dengan memanfaatkan media internet untuk memasarkan produk olahan minuman yang diproduksi dari rumah tangga. Agar proses penciptaan ketahanan ekonomi keluarga tersebut dapat berlangsung dengan baik, maka ibu-ibu rumah tangga memerlukan pengetahuan dan tools pendukung untuk digunakan dalam mempromosikan produk Tools digital marketing.

## METODE KEGIATAN

Penyuluhan dilakukan di rumah warga Gunung Parang Kota Sukabumi. Dosen dan Mahasiswa Universitas Pamulang yang melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengajukan surat permohonan PKM ke Universitas Pamulang (UNPAM). Setelah mendapat persetujuan dari pihak kampus UNPAM,

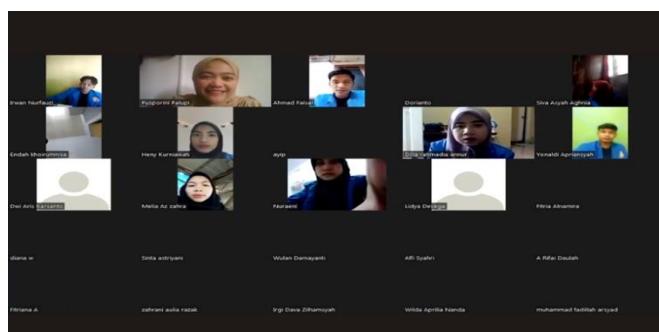
Penetapan sasaran ini adalah para ibu rumah tangga yang bersedia mengikuti sosialisasi dalam pemanfaatan digital marketing Pelaksanaan PKM di rumah warga rencana akan dilakukan Maret 2023 yang akan dilaksanakan secara Blended yaitu daring dan luring dengan menggunakan aplikasi Zoom. Setelah kegiatan pengabdian kegiatan masyarakat selesai dilakukan, tahap selanjutnya akan dilakukan pembuatan laporan akhir dan presentasi sebagai laporan tugas akhir kegiatan PKM dilaksanakan.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Waktu (dalam tahun 2023)			
		Februari	Maret	April	Mei
1	Perjalinan				
2	Observasi Awal				
3	Pelatihan Anggota Tim				
4	Sosialisasi Program				
5	Pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan bagi KSM				
6	Evaluasi Pelatihan bagi KSM				
7	Pengolahan Data				
8	Analisis Data				
9	Perumusan Hasil & Kesimpulan				
10	Evaluasi Program				
11	Publikasi				
12	Pelaporan				

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan sosialisasi tentang penggunaan teknologi digital marketing dilaksanakan, Tim pengabdi terlebih dahulu melakukan survei di Kelurahan Gunung Parang Sukabumi. Hasil analisis diperoleh bahwa respon saat ditawarkan kegiatan tersebut disambut secara positif, kemudian dalam pelaksanaan kegiatan yang dilakukan via zoom meeting. Kegiatan sosialisasi diawali dengan sambutan oleh Ketua Tim Pengabdi. Ketua Tim Pengabdi menyampaikan tujuan dan harapan serta adanya dukungan dari para peserta untuk berkomitmen dalam menjalankan kegiatan sosialisasi ini sampai selesai. Selain itu, Ketua Tim Pengabdi juga berharap adanya masukan dan saran dari peserta tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya.



Gambar 1 : Peserta PKM via zoom



Gambar 2 : Materi PKM

Berdasarkan analisis potensi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bahwa ibu-ibu rumah tangga Gunung Parang Sukabumi belum pernah mendapatkan sosialisasi tentang penggunaan teknologi digital marketing. Pada saat kegiatan dilakukan, ibu-ibu rumah tangga Gunug Parang Sukabumi menganggap bahwa penggunaan teknologi digital marketing cukup sulit.

Evaluasi keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini dilihat dari motivasi masyarakat dalam memanfaatkan penggunaan teknologi digital marketing agar dapat memberdayakan para ibu rumah tangga Gunung Parang yang berwirausaha guna mendukung kegiatan perekonomian keluarga.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan “Pemberdayaan Perempuan Mandiri dengan Teknologi Digital Marketing di Kelurahan Gunung Parang Sukabumi berjalan dengan baik dan lancar. Hal ini ditunjukkan dari antusiasme dan semangat peserta dalam mengikuti sosialisasi. Perangkat gampong dan para ibu rumah tangga sangat aktif dan ikut terlibat selama kegiatan sosialisasi ini berlangsung. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan pemahaman pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai penggunaan teknologi internet dan teknologi digital marketing. Target Luaran yang telah tercapai dari kegiatan pengabdian ini adalah memberdayakan sekelompok masyarakat sasaran agar menjadi masyarakat yang mandiri.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih atas semua partisipasi dalam pelaksanaan PKM ini dapat berjalan dengan lancar dalam memberikan kesempatan dalam melakukan tri dharma yaitu PKM ini, untuk membantu para ibu rumah tangga mengenai penggunaan teknologi internet dan teknologi digital marketing.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abadi, B. (2015). *Sell Like a Wolf: Million Dollar Sales Techniques*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Aditya wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdI Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (pp. 327–337). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Agus, Hermawan. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Amalina, Nur Sibila. (2019). Digital Marketing STEKOM.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Agustus 2018: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,34 Persen. (Online), (<https://geti.id/peluang-bisnis-ibu-rumah-tangga-menggunakan-digital-marketing/>).
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Priharto Sugi. (2022). Pengertian Pemasaran, Fungsi, Dan Jenis Pemasaran Dalam Bisnis, (Online), (<https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis/>).
- Purwana E.S., D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Susanto, GM. (2017). *The Power of Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tresnawati, dan Prasetyo. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *Profesi Humas*, Volume 3, 103.
- Veleva, S. S., & Tsvetanova, A. I. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 940(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/940/1/0120>.