

DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PKK

Ria Zulkha Ermayda*, Hanjar Ikrima Nanda, Dwi Narullia

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

email: ria.zulkha.fe@um.ac.id

Abstract

Most of the activities undertaken by the PKK group in Sutojayan Village have been directed to productive and valuable selling activities, such as making handicraft bags made from rope ties, making brooches, and various types of chips. Some of these products were able to be produced by the PKK group within a certain period. Based on the situation analysis, special methods or strategies are needed in marketing these products, because so far marketing has only been carried out in the local scope or only limited to word of mouth. This activity aims to increase knowledge related to product marketing strategies to PKK group through digital marketing training. The method used in the implementation of activities is direct training as well as practice in the online application used, namely Facebook and Instagram. As a result of this activity, PKK group members can create an online account specifically for marketing products produced through Facebook and Instagram accounts. Through digital marketing strategies, some of the products produced by the PKK group can be widely recognized so that they can raise the name of the Sutojayan Village.

Keywords: Digital Marketing, local product, marketing training

Abstrak

Kegiatan yang dilakukan Kelompok PKK Desa Sutojayan sebagian besar telah diarahkan kepada aktivitas yang produktif dan bernilai jual, seperti pembuatan kerajinan tas dari tali kur, membuat bros, dan berbagai jenis keripik. Beberapa produk tersebut mampu dihasilkan oleh kelompok PKK dalam kurun waktu tertentu. Berdasarkan analisis situasi, dibutuhkan cara atau strategi khusus dalam melakukan pemasaran produk-produk tersebut, karena selama ini pemasaran masih dilakukan dalam lingkup lokal atau hanya sebatas dari mulut ke mulut. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan terkait strategi pemasaran produk kepada kelompok PKK melalui pelatihan digital marketing. Metode pelaksanaan kegiatan ini yakni pelatihan secara langsung sekaligus praktik pada aplikasi online yang digunakan, yakni facebook dan instagram. Hasil dari kegiatannya ini adalah anggota kelompok PKK dapat membuat akun online yang khusus untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan melalui akun facebook dan instagram. Melalui strategi digital marketing, beberapa produk yang dihasilkan oleh Kelompok PKK Desa Sutojayan dapat dikenal secara meluas sehingga mampu mengangkat nama Desa Sutojayan.

Kata Kunci : Digital Marketing, produk lokal, pelatihan pemasaran

PENDAHULUAN

Gerakan pembangunan masyarakat yang dibentuk pemerintahan dalam lingkup kecil dapat berawal dari keluarga. Keluarga adalah komunitas terkecil yang mampu membentuk masyarakat sejahtera dan sebagai motor penggerak. PKK adalah gerakan pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah dan wanita sebagai motor penggerak. Khususnya kaum wanita bertujuan mewujudkan keluarga bahagia

sejahtera, maju dan mandiri. Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dituntut untuk menyesuaikan diri dan sekaligus melakukan adaptasi terhadap tata nilai yang berkembang (Al'amin, 2017). Kiprah kegiatan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) tidak diragukan lagi dalam memberdayakan masyarakat. Sarinto (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya program pemberdayaan

ekonomi masyarakat dari lembaga PKK, masyarakat terbantu dengan pengetahuannya meningkat, kemampuan dan keterampilannya meningkat dan dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat

Kegiatan yang dilakukan Kelompok PKK Desa Sutojayan sebagian besar telah diarahkan kepada aktivitas yang produktif dan bernilai jual. Aktivitas dalam tiap pertemuan yang dilakukan sebulan sekali, benar-benar sangat dimanfaatkan oleh kelompok PKK Desa Sutojayan untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Desa maupun tim penggerak mampu mengajak anggota untuk lebih produktif menghasilkan suatu barang. Salah satu pelatihan yang telah diberikan adalah pembuatan tas dari talikur, membuat bros, membuat berbagai macam jenis keripik, dan mengolah jahe hingga menjadi serbuk minuman sari jahe.

Secara umum, produk yang dihasilkan seperti tas dari talikur dan olahan bermacam keripik dapat bersaing dengan produk sejenis. Permasalahan yang kemudian muncul adalah pemasaran produk yang dihasilkan masih tradisional, yakni hanya mengandalkan kekuatan banyaknya orang yang dikenal. Kekuatan word of mouth tersebut sebenarnya efektif untuk mendukung keputusan konsumen dalam membeli produk (Pratiwi, 2017; Puspita, Yulianto, & Sunarti, 2016). Produk yang dihasilkan oleh anggota kelompok PKK dapat terjual namun masih sebatas lingkup kecil, yang artinya belum dikenal oleh khalayak umum, sebagai contoh adalah produk dengan nama EDA KERIPIK MALANG. Menurut pemilik usaha, jika tidak menggunakan media online, produk yang ditawarkan tidak dapat terjual dengan lebih cepat, karena pembeli masih sebatas lingkup kecil. sehingga diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik untuk memperkenalkan dan menjual produk dari kelompok PKK Desa Sutojayan.

Digital marketing merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk. Penggunaan teknologi modern, yang sesuai dengan era masyarakat saat ini, terbukti telah mampu meningkatkan daya jual produk. Hasil penelitian dari Pradiani (2018) menunjukkan bahwa setelah mengenal adanya sosial media ibu-ibu PKK ini sudah mulai menerima banyak pesanan, sehingga volume penjualan semakin meningkat pesat dibandingkan penjualan dengan cara lama. Digital marketing yang dapat dimanfaatkan antara lain WA (Whatsapp), IG (Instagram), FB (facebook), maupun media sosial lain. Media sosial tersebut sebenarnya telah dikenal oleh anggota kelompok PKK oleh karena itu diharapkan memudahkan dalam memasarkan produk yang dihasilkan kelompok PKK Desa Sutojayan dengan cara memposting ataupun mengupload gambar dan foto dari produk.

METODE PENGABDIAN

Metode pemecahan permasalahan yang dilakukan pada kegiatan ini terdapat beberapa tahapan, antara lain :

1. Analisis Situasi
Sebelum melakukan pelatihan, dibutuhkan analisis situasi yang bertujuan untuk memetakan dan menelaah kebutuhan dari mitra, dalam hal ini adalah kelompok PKK Desa Sutojayan. Analisis situasi dilakukan melalui diskusi oleh tim pelaksana dan ketua kelompok PKK yakni Ibu Siti fatimah.
2. Pelatihan
Pelatihan dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan antara tim ahli dan mitra. Pelatihan dilakukan selama 2 kali pertemuan dengan materi yang berbeda. Pada tahap ini, mitra dapat langsung praktik menerapkan materi yang disampaikan.
3. Pendampingan
Pendampingan diperlukan untuk memantau perkembangan aktivitas pemasaran pada akun aplikasi yang

telah dibuat pada saat pelatihan. Peserta dapat berinteraksi secara langsung maupun melalui pesan chat terhadap tim pelaksana dan tim ahli jika terdapat kesulitan dalam pengoperasian.

4. Evaluasi

Di akhir kegiatan, evaluasi dilakukan untuk dapat menyimpulkan dan menilai kesesuaian kegiatan yang berlangsung terhadap rancangan awal kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Situasi yang dilaksanakan melalui diskusi dengan ketua mitra, telah menyepakati beberapa hal penting untuk kegiatan yang akan dilaksanakan, antara lain adalah kondisi kelompok PKK Desa Sutojayan, permasalahan yang dihadapi, solusi yang dapat diberikan, serta waktu dan agenda kegiatan.

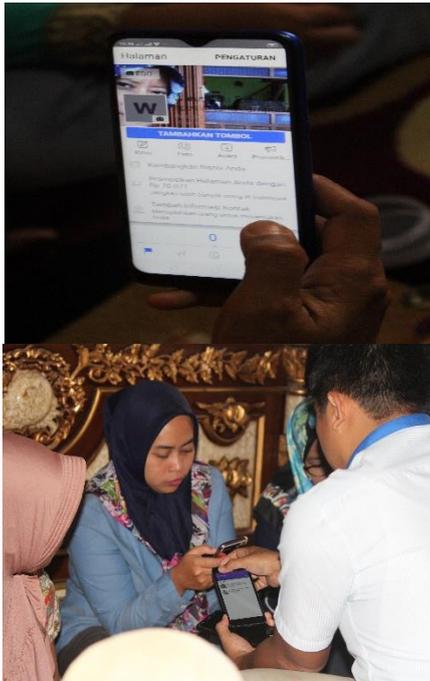
Langkah awal dalam pelaksanaan kegiatan adalah pembuatan produk, tim pelaksana telah mempersiapkan beberapa bahan yang dapat dipraktekkan kepada peserta pelatihan dengan tujuan menstimulus peserta agar dapat produktif menghasilkan produk yang bernilai jual. Berdasarkan informasi ketua kelompok PKK Sutojayan, ibu-ibu cenderung aktif dalam setiap kegiatan khususnya yang bersifat praktik, dan kreatif seperti membuat bros dan tas dari talikur. Biasanya pada setiap pertemuan PKK, ibu-ibu kelompok PKK telah menghasilkan suatu produk yang dapat dijual dan dipasarkan, sehingga tim pelaksana berinisiatif untuk memberikan pelatihan pemasaran secara digital/online.

Produk yang sudah cukup dikenal dan dipasarkan secara online adalah beberapa jenis keripik yang dibuat oleh perorangan. Target selanjutnya adalah, ketika produk telah jadi dan bernilai jual, maka kelompok PKK Desa Sutojayan dapat menjualnya secara meluas melalui pemasaran di beberapa media sosial seperti facebook dan instagram.



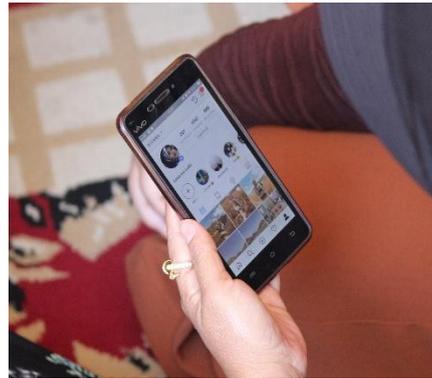
Gambar 1. Produk bros, tas rajut dan keripik

Selanjutnya, pada tahap pelatihan, anggota kelompok PKK mendapatkan materi tentang penggunaan media elektronik sebagai media pemasaran produk. Tim pelaksana menggandeng tim ahli/narasumber yang memang berkompeten di bidang pemasaran melalui media online. Selain penyampaian materi oleh narasumber, peserta juga dibimbing secara langsung mulai dari pembuatan akun jual beli hingga upload produk pada halaman facebook. Melalui sistem praktik secara langsung, peserta dapat lebih mudah mengikuti materi yang disampaikan dan dapat langsung mengupload produk yang akan dipasarkan. Keterbatasan pada penggunaan facebook adalah, pangsa pasar atau pengguna facebook saat ini tidak terlalu diminati oleh masyarakat khususnya remaja atau anak muda, sehingga perlu adanya pelatihan untuk pertemuan selanjutnya yang membahas digital marketing dengan pangsa pasar anak muda.



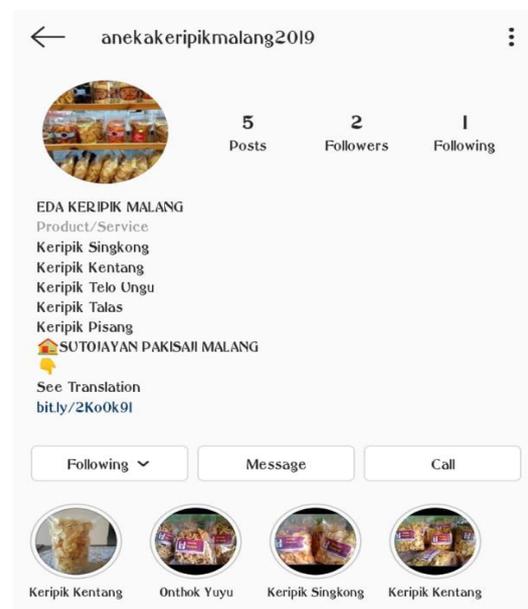
Gambar 2. Pelatihan penggunaan Facebook

Pada tahap pelatihan kedua, peserta diajak untuk menjelajah instagram, yakni media sosial yang lebih memperlihatkan secara visual dari suatu gambar. Hal ini penting diberikan mengingat produk yang bernilai jual dapat dilihat dari tampilan atau visual produk tersebut. Seperti pada pertemuan pengenalan facebook, selain pemberian materi, peserta juga diajak secara langsung mengoperasikan instgram sebagai media pemasaran. Mulai dari membuat akun jual beli sampau dengan mengupload produk dan membuat hastag yang “menjual”. Kelebihan dari penggunaan instagram adalah penjual dapat mengupload gambar secara langsung melalui aplikasi camera yang disediakan oleh instagram, sehingga produk yang ditampilkan cukup menarik melalui efek dari camera instagram. Namun instagram juga memiliki kelemahan yakni dibutuhkan jaringan internet yang cukup kuat untuk dapat mengupload content yang sebagai besar adalah foto/gambar.



Gambar 3. Pelatihan penggunaan Instagram

Salah satu hasil dari pelatihan adalah pembuatan akun khusus sebagai media pemasaran. Dalam akun tersebut, calon konsumen dapat langsung melakukan pemesanan/pembelian melalui link khusus yang ditampilkan pada akun instagram penjual.



Gambar 4. Salah satu akun instagram dari produk Kelompok PKK

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan yang dilakukan di Desa Sutojayan kepada kelompok PKK, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kegiatan telah terlaksana dengan baik, dan dapat diikuti oleh peserta kegiatan yakni ibu-ibu pada kelompok PKK.

2. Pelatihan dan pendampingan masing-masing dilakukan selama 2 kali pertemuan.
3. Bahan dan alat dalam membuat produk seperti bros, talikur dan alat press telah digunakan dengan baik. Bahan dan alat tersebut untuk menstimulus anggota kelompok PKK agar mampu menghasilkan produk sehingga dapat bersaing dengan produk sejenis.
4. Beberapa peserta kegiatan telah mampu membuat akun khusus untuk menjual produknya, sehingga pembeli bisa langsung melakukan pemesanan melalui akun tersebut dan sesuai dengan informasi yang ditampilkan.

Diperlukan perbaikan-perbaikan terhadap kegiatan lanjutan jika diperlukan, karena masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama kegiatan berlangsung, yakni tim pelaksana beserta tim ahli kesulitan dalam menjangkau sinyal internet. Hal ini perlu diantisipasi pada kegiatan sejenis yang membutuhkan koneksi internet, sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan lancar. Selain mempersiapkan materi pelatihan, sebaiknya tim pelaksana serta tim ahli melakukan koordinasi lebih awal terkait dengan aplikasi yang akan dipakai pada saat pelatihan. Aplikasi yang sudah terinstall tersebut harapannya dapat langsung digunakan dan dipraktikkan secara langsung pada saat pelatihan, sehingga waktu yang digunakan lebih efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP2M Universitas Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana sehingga dapat terlaksana kegiatan pelatihan. Selain itu, penulis juga berterimakasih kepada Ibu Siti Rukhayah selaku Lurah Desa Sutojayan dan Ibu Siti Fatimah selaku Ketua Kelompok PKK Desa Sutojayan dalam membantu pelaksanaan pengabdian, serta ibu-ibu anggota PKK Desa Sutojayan atas

partisipasinya dalam mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al'amin, A. (2017). Penerapan Program Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) (Studi tentang Modal Sosial Pada Pelaksanaan Bidang Kesehatan, Pendidikan, dan Keterampilan Program PKK Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru). *Jom FISIP*, 4(2), 1–13.
- [2] 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. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v1i1.2.45>
- [3] Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. *Jom FISIP*, 4(1), 15.
- [4] Puspita, D. L., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 79–85. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1320>
- [5] Sarinto. (2017). *Fungsi Lembaga Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Industri Kerupuk Kemplang Di Desa Purworejo Kecamatan Kota Gajah Kabupaten Lampung Tengah*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.