

Implementasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT.10 RW.04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu

Ahmad Soleh¹⁾; Arlina²⁾; Suwarni³⁾; Karona Cahya Susena⁴⁾; Deffri Anggara⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ ahmadsoleh@unived.ac.id; ²⁾ arlina.arlina@gmail.com; ³⁾ suwarni.h13@gmail.com; ⁴⁾ karona.cs@unived.ac.id; ⁵⁾ deffri.anggara@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [10 Juni 2022]

Revised [30 Juni 2022]

Accepted [15 Juli 2022]

KEYWORDS

Implementasi, Digital, Marketing, Salesincreas, and Profit.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Dampak yang paling nyata adalah selain dikenal juga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran melalui media sosial yang sangat besar memberikan pengaruh. Warga RT 10 RW 04 Padang Jati Bengkulu terdiri dari 60 KK dimana sebagian besar bermata pencarian sebagai wiraswasta, Kuli Bangunan dan Ibu Rumah Tangga. Ibu-Ibu Rumah tangga RT 10 RW 04 Padang jati banyak yang membuka usaha mandiri dirumah seperti berjualan makanan, Jilbab, pakaian dan minuman dengan melakukan promosi penjualan dimedia sosial. Awalnya kegiatan pemasaran di media sosial ini hanya sebagai pengisi waktu luang, tetapi saat ini justru menjadi kegiatan utama sebagai penambah perputaran ekonomi dalam rumah tangga. Dahulu kegiatan penjualan hasil industri ini secara konvensional maupun tradisional, mereka membuat produk hanya berdasarkan pesanan. Tetapi setelah mengenal adanya media sosial sebagian warga RT 10 ini sudah mulai menerima banyak pesanan, sehingga volume penjualan semakin meningkat pesat dibandingkan saat penjualan dengan cara lama. Digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan.

ABSTRACT

The development of information technology that is growing very rapidly has an effect on the community in supporting various business activities, both large and small so that they can be known globally. The most obvious impact is that apart from being known, it can also increase sales volume and profit. Digital Marketing is one of the marketing media through social media that has a very large influence. The residents of RT 10 RW 04 Padang Jati Bengkulu consist of 60 families, most of which are entrepreneurs, construction workers and housewives. Many housewives in RT 10 RW 04 Padang Jati have opened independent businesses at home, such as selling food, hijabs, clothes and drinks by promoting sales on social media. Initially, marketing activities on social media were only used as a free time filler, but now it has become the main activity as an addition to the economic cycle in the household. In the past, the sales activity of this industrial product was conventional or traditional, they made products only based on orders. However, after recognizing the existence of social media, some of the residents of RT 10 have begun to receive a lot of orders, so the sales volume is increasing rapidly compared to when selling in the old way. Digital marketing is seen as the best medium as the most effective and efficient means of promotion and is able to increase sales volume significantly.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Ascharisa, 2018:147). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, 2017:1). Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya smartphone. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Seperti halnya yang saat ini sedang dilakukan oleh sebagian warga RT 10 RW 04 Padang Jati dalam memasarkan produk olahan rumah tangga yaitu olahan makanan ringan dan produk pakaian. Produk olahan makanan dan produk pakaian saat ini menjadi kegiatan yang memiliki peran besar dalam membantu perputaran ekonomi rumah tangga.

Dalam mendukung kegiatan tersebut, banyak warga yang sudah menggunakan telepon genggam atau smartphone yang cukup modern. Rupanya mereka juga sudah mengenal dan melakukan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan smartphone tersebut. Media yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial yaitu, Whattshap, facebook dan Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. (Rachmawati, 2018). Seperti yang telah dilakukan Warga RT 10 RW 04 Padang jati warga telah mengenal media social yang memadai untuk melakukan pemasaran secara digital marketing. Berdasarkan alasan di atas penulis tertarik untuk melakukan pengabdian apakah media sosial bagian dari digital marketing yang digunakan, memberikan pengaruh terhadap volume penjualan produk olahan makanan dan pakaian mereka.

Rumusan Masalah

1. Mengacu dari latar belakang di atas maka secara umum rumusan masalah adalah bagaimana mengimplementasikan digital marketing, apakah berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan produk olahan industry rumah tangga.
2. Banyak hal yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan, promosi, periklanan, kualitas produk, harga dan lain-lain. Disamping itu dalam digital marketing juga ada social media dan search engine optimation.

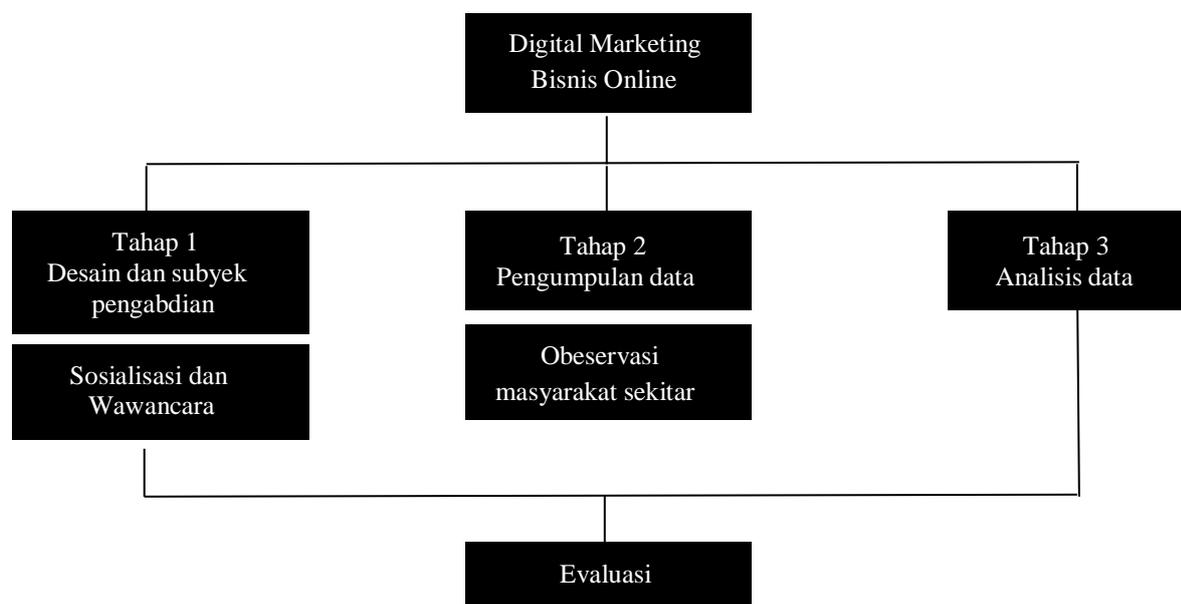
Tujuan

1. Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan bagaimana mengimplementasikan digital marketing apakah dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan produk olahan industry rumah tangga warga RT 10 RW 04 Padang Jati.
2. Secara umum manfaat dari penelitian adalah memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dari hasil industri rumahan tersebut. Bagi penulis adalah sebagai suatu eksperimen untuk menambah wawasan yang dapat dipakai acuan untuk melakukan pengabdian selanjutnya. Untuk sebagian warga RT 10 RW 04 Padang Jati bisa sebagai wacana baru agar semakin berinovasi dalam memasarkan produk olahan rumahan.

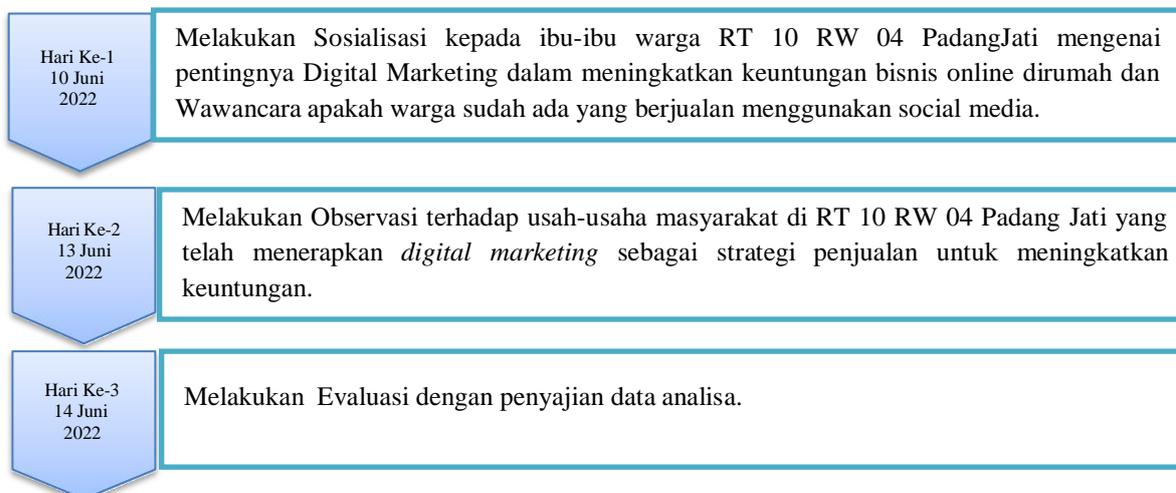
METODE

Untuk memasyarakatkan pemahaman mengenai digital marketing dalam memasarkan produk olahan industry rumah tangga bagi ibu-ibu di RT 10 RW 04 Padang Jati Bengkulu diberikan dengan cara mengadakan sosialisasi mengenai digital marketing bisnis secara online untuk meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga. Metodologi dari penelitian ini dibagi dalam desain pengabdian dan subyek pengabdian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Gambar 1. Skema kegiatan pengabdian masyarakat di RT 10 RW 04 Padang Jati



Gambar 2. Skema Aktivitas Pengabdian Masyarakat RT10 RW 04 Padang Jati Bengkulu.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah seluruh peserta mendapatkan ilmu dalam implementasi digital marketing dalam memasarkan produk olahan rumahan dan mengaplikasikan ilmu demi kemajuan usaha. Beberapa hal yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah:

1. Ibu-ibu RT 10 RW.04 Padang Jati Bengkulu sangat menyambut baik pelaksanaan pengabdian sebab akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi ibu-ibu di RT 10 RW 04 Padang Jati .
2. Dengan diberikannya wawasan mengenai digital marketing yang dilakukan secara media social untuk memasarkan produk olahan industry rumah tangga warga RT 10 RW 04 Padang Jati dapat meningkatkan penghasilan dan keuntungan yang besar.
3. Antusias juga terlihat dari peserta ibu rumah tangga. Mereka juga dapat menggunakan media social untuk promosi produk olahan industry rumah tangga yang dijual sehingga meningkatkan keuntungan.

Gambar 3. Sosialisasi kepada Ibu-ibu RT 10 RW 04 mengenai Digital Marketing.



Gambar 4. Observasi usaha warga yang telah menerapkan startegi digital marketing dan observasi usaha industry warga yang berpotensi menerapkan strategi digital marketing.



Gambar 5. Usaha warga yang berpotensi melakukan strategi digital marketing dengan penjualan geprek secara online.



Gambar 6. Usaha rumahan online herbal SR 12



Hasil dan pembahasan dari pengabdian ini dibagi menjadi Karakteristik usaha industri rumahan yang menjadi subyek pengabdian, penggunaan media sosial industri rumahan dan pengaruh penggunaan media sosial bagi industri rumahan.

Karakteristik Industri rumahan Subyek dalam pengabdian ini adalah merupakan produk olahan makanan rumahan dan bisnis online pakaian

Tabel 1. Karakteristik Industri

No	Karakteristik	Jumlah	%
1.	Jenis Potensi Usaha dengan menerapkan digital marketing:		
	- Ayam Geprek	4	36.4
	- Pakaian (Baju dan Jilbab)	1	9
	- Galon Air	1	9
	- Makanan Bakso, Sempol, sempoa	1	9
	- Warung	4	36.4
2.	Lama usaha		
	0-1 Tahun	5	45.5
	1-4 Tahun	6	54.5

Penggunaan Media Sosial pada UKM Sebagian warga RT 10 RW 04 Padang Jati dalam pengabdian ini, menggunakan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi kegiatannya. Rata-rata yang digunakan adalah, facebook dalam menampilkan profil perusahaan. E- mail, WhatsApp (WA) dan Instagram (IG) untuk gambar-gambar produksi.

Penyelesaian Masalah

Setelah Sosialisasi, penyampaian materi, dan tanya jawab seputar digital marketing sebagai strategi pemasaran industry rumahan warga RT 10 RW 04 Padang Jati Terlihat warga yang antusias dengan wawasan bisnis online. Observasi yang dilakukan kepada warga terlihat bahwa warga RT 10 RW 04 Padang Jati banyak yang telah membuka usaha rumahan baik dilakukan pemasaran secara online ataupun masih konvensional. Usaha yang ada ini sangat berpotensi untuk dikembangkan dengan melakukan implementasi digital marketing untuk meningkatkan penjualan. Seperti Usaha Pakaian berupa hijab yang dijual oleh Ibu Relin yang telah membuka usahanya selama kurang lebih 1 tahun, ibu Relin sudah melakukan strategi penjualan secara online dengan melakukan promosi di WA, Facebook dan melakukan liveinstagram dengan keberhasilan yang memuaskan mendapatkan keuntungan yang besar.

Pada pengabdian masyarakat ini saya melakukan observasi dan melakukan pendampingan bagi warga yang memiliki usaha yang telah menerapkan strategi digital marketing ataupun usaha warga yang masih konvensional. Untuk warga yang sudah melakukan usahanya secara online di media social maka saya melakukan pembinaan dengan memberikan arahan untuk konsisten mempromosikan usahanya di media social jangan sampai putus agar usaha yang kita jalankan lebih dikenal masyarakat dunia maya dan bagi usaha warga yang belum menerapkan strategi digital marketing saya melakukan sosialisasi langsung kepada warga yang memiliki usaha tersebut bagaimana pentingnya saat ini menerapkan strategi digital marketing dengan mempromosikan produk industry rumahan yang dikelola secara online untuk meningkatkan keuntungan.

Dengan adanya pengabdian kepada Warga di RT 10 RW.04 Padang Jati Bengkulu ini diharapkan Usaha rumah tangga yang dikelola warga dapat keuntungan yang meningkat dengan menerapkan strategi digital marketing di social media.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Usaha industry rumah tangga Warga RT 10 RW 04 Padang Jati berpotensi besar dalam menerapkan strategi digital marketing dengan melakukan promosi di media social seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram sehingga dapat memberikan keuntungan.
2. Digital Marketing dalam bisnis online sangat membantu meningkatkan ekonomi ibu rumah tangga RT 10 RW 04 Padang Jati dan meningkatkan penjualan. Harapannya untuk kedepannya warga RT 10 RW 04 Padang Jati yang memiliki usaha rumahan atau sedang berencana membuka usaha agar menerapkan digital marketing sebagai strategi penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Dr. Suwarni, S.Kom, M,M
2. Bapak Dr. E.Ahmad Soleh, S.E.,M.Si.,AWP
3. Ibu-Ibu Dan Warga RT 10 RW 04 Padang Jati Bengkulu
4. Bapak/Ibu Dosen selingkup Universitas Dehasen yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Ascharisa Mettasatya Afrilia. 2018. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (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.
- Rachmawati, Fitri. 2018. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Surabaya.