

Pelatihan Digital Marketing di Desa Ketosari, Kabupaten Purworejo

Kurnia Ari Setiawan*¹, Sugiharti², Septian Fiktor³, Siti Chasanah⁴, Khafi Dhotunnuriyah⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Agama Islam An-Nawawi Purworejo

¹Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

DOI:

Received: Desember 2023

Accepted: Desember 2023

Published: Januari 2023

Abstract :

This study examines a digital marketing training program in Ketosari Purworejo village, which has low digital literacy. Digital technology for marketing is difficult to acquire and use due to low digital literacy. Thus, effective digital marketing training must address community needs and talents. Digital marketing training in Ketosari Purworejo village should be interactive and practical. Participants will learn how to market Hand Sanitizer, Bamboo Besek, and Banana Nugget on social media and digital platforms. Live training and question-and-answer sessions help participants comprehend digital marketing concepts and practices by promoting interaction between trainers and participants. Additionally, flexible and easy-to-understand instructional programs must be offered so people can train according to their time and skills. Training programs must accommodate participants' schedules and use simple language for low-digital literacy learners. An inclusive attitude.

Keywords : Digital marketing, Training program, LPPM IAIAN.

Abstrak :

Pengabdian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi program pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo dengan mempertimbangkan tingkat literasi digital yang rendah. Tingkat literasi digital yang rendah menjadi tantangan dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, pendekatan yang efektif dalam pelatihan ini harus mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam mengikuti pelatihan digital marketing. Pendekatan yang efektif dalam pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo melibatkan penggunaan metode pembelajaran yang interaktif dan praktis. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial dan platform digital untuk pemasaran produk berupa Hand Sanitizer, Besek bambu, dan Pisang nugget. Pelatihan langsung dan sesi tanya jawab menjadi metode yang efektif dalam memfasilitasi interaksi antara peserta dan pelatih, sehingga peserta dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan praktik digital marketing. Selain itu, program-program pendidikan yang fleksibel dan mudah dipahami juga harus disediakan agar masyarakat dapat mengikuti pelatihan sesuai dengan waktu dan kemampuan mereka. Program pelatihan harus dirancang dengan mempertimbangkan jadwal yang dapat diakses oleh peserta, serta menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh peserta dengan tingkat literasi digital yang rendah. Dalam hal ini, pendekatan yang inklusif.

Kata Kunci: Digital marketing, Pelatihan, LPPM IAIAN.

PENDAHULUAN

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009), digital marketing merupakan suatu strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan berbagai media digital seperti blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai platform media sosial. Sedangkan, Kleindl dan Burrow (2005) menyatakan dalam digital marketing, tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan dan membangun citra merek melalui media digital yang tersedia. Serta sarana memajukan perekonomian masyarakat melalui media online. Salah satu cara untuk mengenalkan kepada masyarakat dengan adanya pelatihan. Menurut Rivai dan Sagala (2011:212), pelatihan merupakan suatu proses yang dilakukan secara sistematis untuk mengubah tingkah laku pegawai dengan

tujuan mencapai tujuan organisasi. Pelatihan ini berfokus pada pengembangan keahlian dan kemampuan masyarakat. Implementasi pelatihan digital marketing di daerah pedesaan seperti desa Ketosari Purworejo memiliki potensi besar untuk meningkatkan pemasaran produk secara online dan dengan demikian meningkatkan keuntungan bagi para pemilik usaha di daerah tersebut. Dalam era digital saat ini, Menurut Heidrick & Struggles (2009) pemasaran online telah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, salah satu tantangan utama dalam memperkenalkan pelatihan tersebut adalah tingkat literasi digital yang masih rendah di kalangan masyarakat pedesaan. Masyarakat pedesaan umumnya memiliki akses terbatas terhadap teknologi dan kurangnya pengetahuan tentang penggunaan internet dan media sosial sebagai alat pemasaran. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendekatan yang efektif dan tersedia dalam mengajarkan keterampilan digital marketing kepada masyarakat setempat melalui program-program pendidikan yang fleksibel dan mudah dipahami.

Program pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo harus dirancang dengan mempertimbangkan tingkat literasi digital yang rendah. Pendekatan yang efektif dapat melibatkan penggunaan metode pembelajaran yang interaktif dan praktis, seperti pelatihan langsung dan sesi tanya jawab. Selain itu, program-program pendidikan yang fleksibel dan mudah dipahami juga harus disediakan agar masyarakat dapat mengikuti pelatihan sesuai dengan waktu dan kemampuan mereka.

Implementasi pelatihan digital marketing di daerah pedesaan seperti desa Ketosari Purworejo memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Dengan meningkatkan literasi digital dan keterampilan digital marketing, masyarakat pedesaan dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dalam memasarkan produk mereka secara online. Selain itu, pelatihan ini juga dapat membantu menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi di daerah tersebut.

Dalam pengabdian ini, kami akan mengkaji implementasi pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo dan dampaknya terhadap peningkatan pemasaran produk secara online dan keuntungan bagi masyarakat. Kami juga akan menganalisis pendekatan yang efektif dalam mengajarkan keterampilan digital marketing kepada masyarakat pedesaan dengan tingkat literasi digital yang rendah.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh LPPM IAIAN NAWAWI Purworejo ini adalah metode observasi dan praktik. Metode observasi digunakan untuk mengamati secara langsung implementasi pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo. Observasi dilakukan dengan mengamati proses pelatihan, interaksi antara pelatih dan peserta, serta penggunaan keterampilan digital marketing dalam praktik nyata.

Selain itu, metode praktik juga digunakan dalam pengabdian ini. Metode praktik melibatkan partisipasi aktif peneliti dalam pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo. Peneliti terlibat dalam kegiatan pelatihan, baik sebagai pengamat maupun sebagai fasilitator. Dalam metode praktik, peneliti akan mempraktikkan keterampilan digital marketing yang diajarkan kepada peserta pelatihan dan mengamati dampaknya terhadap peningkatan pemasaran produk secara online dan keuntungan bagi para masyarakat pemilik usaha.

Selama proses pengabdian, data akan dikumpulkan melalui pengamatan langsung, catatan lapangan, wawancara dengan peserta pelatihan, dan analisis dokumen terkait. Data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan induktif. Analisis data akan melibatkan interpretasi untuk mengidentifikasi implementasi pelatihan digital marketing di desa Ketosari Purworejo.

FINDINGS AND DISCUSSION

Pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pengabdian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang implementasi pelatihan digital marketing di daerah pedesaan dengan tingkat literasi digital yang rendah. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengembangan program pelatihan digital marketing di daerah pedesaan lainnya.

Kegiatan dilaksanakan untuk Kelompok Wanita Tani Dusun Puguh pada hari rabu tanggal 25 Agustus 2021 pukul 09.00 - 10.00 WIB. Kegiatan bertempat di rumah salah satu warga dusun puguh, desa Ketosari.

Instruktur diisi oleh LPPM IAIAN NAWAWI Purworejo yang dosen prodi Manajemen Bisnis Syariah. Dalam pengantar tersebut disampaikan bahwasanya kegiatan parenting sangatlah penting untuk pembentukan akhlakul karimah sejak dini yaitu tidak hanya pada saat belajar mengajar di sekolah tetapi peran orang tua/wali siswa sangatlah penting untuk pembentukan karakter anaknya. Anak-anak akan lebih mudah didik daripada orang tua, karena daya ingat anak masih mudah unuk mencerna hal-hal baru yang belum ada di dalam alam pikirannya. Sehingga kegiatan parenting seperti ini sangatlah baik apabila dilakukan sebulan sekali, agar orang tua dan guru ada hubungan emosional yang baik dan bisa saling bertukar pikiran terkait anak didiknya.

Pelaksanaan pelatihan digital marketing di desa Puguh, Ketosari melibatkan penggunaan beberapa media sosial, yaitu Shopee, WhatsApp, dan marketplace Facebook. Ketiga media sosial ini dipilih karena merupakan media yang paling sering digunakan oleh masyarakat, terutama oleh ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga di dusun Puguh.

Dalam pelatihan ini, program kerja dari tim pengabdian LPPM IAIAN NAWAWI Purworejo kolaborasi dosen dan mahasiswa dengan instruktur Kurnia Ari Setiawan, S.S., M.Pd. adalah menggabungkan penggalakan pemasaran menggunakan media online dengan produk-produk dari masyarakat yang sudah lama digeluti, yaitu kerajinan anyaman bambu seperti besek, tampah, keranjang buah, dan lain-lain. Selain itu, juga dilakukan pengolahan bahan makanan yang berasal dari hasil pertanian masyarakat seperti pisang dan ubi-ubian, yang kemudian diolah menjadi makanan yang sedang tren saat ini.

Selama pelatihan, peserta akan diajarkan tentang penggunaan media sosial untuk memasarkan produk-produk antara lain Hand Sanitizer, besek bambu, dan pisang nugget yang mereka produksi. Mereka akan belajar tentang cara membuat dan mengelola toko online di Shopee, menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan calon pembeli, dan memanfaatkan marketplace Facebook untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Selain itu, peserta juga akan diberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran online yang efektif, seperti penggunaan foto dan deskripsi produk yang menarik, pengelolaan stok dan pengiriman barang, serta interaksi dengan pelanggan melalui media sosial. Mereka akan diajarkan bagaimana memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam media sosial tersebut untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik minat pembeli.

Selama pelatihan, peserta akan diberikan kesempatan untuk berlatih langsung dengan membuat postingan, mengelola pesanan, dan berinteraksi dengan calon pembeli melalui media sosial. Mereka juga akan mendapatkan umpan balik dan bimbingan dari fasilitator pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital.

Dengan pelaksanaan pelatihan digital marketing ini, diharapkan masyarakat di desa Puguh, Ketosari dapat mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan media sosial secara lebih terstruktur dan terarah. Dengan meningkatnya pengetahuan dan keterampilan digital marketing, diharapkan para peserta pelatihan dapat meningkatkan pemasaran produk secara online dan meningkatkan keuntungan bagi para pemilik usaha di desa tersebut.



Gb. 1 : Produk Hand Sanitizer buatan warga yang dipasarkan melalui Whatsapp.



Gb. 2 : Produk Besek Bambu buatan warga yang dipasarkan melalui Facebook



Gb. 3 : Produk Pisang Nugget buatan warga yang dipasarkan melalui Instagram



Pelatihan Digital Marketing oleh Tim Pengabdian IAIAN NAWAWI Purworejo

CONCLUSION

Dengan adanya pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan oleh LPPM IAIAN NAWAWI Purworejo tentang pelatihan digital marketing yang efektif dan tersedia, diharapkan masyarakat pedesaan di desa Ketosari Purworejo dapat mengembangkan bisnis mereka melalui pemanfaatan media sosial serta platform online lainnya secara lebih terstruktur dan terarah sesuai dengan tren pasar saat ini. Dengan peningkatan keterampilan digital marketing, diharapkan masyarakat pemilik usaha / UMKM desa ketosari dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan keuntungan mereka.

REFERENCES

Heidrick and Struggles. 2009. The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis

Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. 2005. E-Commerce Marketing. United States of America: South Western

Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. Digital Marketing. Jakarta: Gramedia.