



## Cerdas Bermedia Sosial dan Produktif Bagi Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan *Digital Marketing*

Kaslam<sup>1</sup>, Riska Luneto<sup>2</sup>, Andi Annur Aisyah<sup>3</sup>, Nurul Huda Rahmadani<sup>4</sup>

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar<sup>1,2,3,4</sup>

etos.kaslam@uin-alauddin.ac.id<sup>1</sup>, riska.luneto@uin-alauddin.ac.id<sup>2</sup>, andiannuraisyah@gmail.com<sup>3</sup>,

nurulhударahmadani@gmail.com<sup>4</sup>

---

### **Info Artikel**

Dikirim 1 Januari 2023  
Direvisi 13 Februari 2023  
Diterima 13 Maret 2023

### **Abstrak**

*Penggunaan internet untuk memasarkan produk atau dikenal sebagai digital marketing, saat ini berkembang sangat pesat. Tingkat penggunaannya seiring dengan hadirnya smartphone dengan harga yang sangat terjangkau. Akan tetapi penggunaannya justru tidak maksimal karena dipergunakan sekedar bermedsos yang tidak produktif. Padahal dapat digunakan dalam berwirausaha terutama di kalangan ibu rumah tangga, agar waktu mereka lebih efisien. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan kepada ibu rumah tangga sebanyak 20 orang yang sudah memiliki usaha, di Desa Moncongloe, Kabupaten Maros, dengan tema "Cerdas Bermedsos dan Produktif". Setelah mengikuti pelatihan digital marketing, peserta diharapkan mampu memahami digital marketing dan menerapkannya sehingga dapat meningkatkan efektifitas pemasaran bisnis secara optimal, mampu menciptakan citra merek digital yang lebih hemat biaya. Setelah pelatihan dilaksanakan, para peserta tahu cara menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka serta beberapa tips-tips yang diberikan untuk bisa mendongkrak hasil penjualan produknya.*

---

### **Kata Kunci**

Digital Marketing; Media Sosial; Produktif

---

### **Abstract**

*The use of the internet to market products or known as digital marketing, is currently growing very rapidly. The level of usage is in line with the presence of smartphones at very affordable prices. However, its use is actually not optimal because it is only used for social media which is not productive. Even though it can be used in entrepreneurship, especially among housewives, so that their time is more efficient. This community service activity was carried out in the*

---

*form of training for 20 housewives who already have businesses, in Moncongloe Village, Maros Regency, with the theme "Smart Social Media and Productive". After participating in digital marketing training, participants are expected to be able to understand digital marketing and apply it so that they can optimally increase business marketing effectiveness, be able to create a more cost-effective digital brand image. After the training was carried out, the participants knew how to use social media to market their products as well as some tips given to be able to boost product sales.*

---

**Keywords**

Digital Marketing; Social Media; Productive

---

## **Pendahuluan**

Pada awalnya, banyak pengamat mengatakan bahwa internet 'hanya media komunikasi saja'. Namun, pada perkembangannya, jaringan digital internet telah memungkinkan untuk menjadi lebih dari sekedar media komunikasi (Rowan, 2002). Penggunaan internet saat ini sudah merambah di segala bidang seperti pendidikan, hukum, kesehatan, marketing dan sebagainya.

Penggunaan internet untuk memasarkan produk atau dikenal sebagai digital marketing, saat ini berkembang sangat pesat. Tingkat penggunaannya seiring dengan hadirnya smartphone dengan harga yang sangat terjangkau (Farell, Thamrin, & Novid, 2019). Sementara itu, salah satu hal terpenting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis adalah pemasaran. Pemasaran membantu memperkuat bisnis, bahkan perusahaan terbesar pun masih mengandalkan pemasaran untuk menjangkau pelanggan mereka. Tidak peduli seberapa baik bisnis menawarkan produk atau jasa, jika orang tidak tahu tentang bisnis, akan sulit bagi bisnis untuk berhasil. Selain membangun kesadaran merek, pemasaran juga dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis. Dengan pemasaran yang baik, pelanggan dapat memahami keunggulan suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu bisnis dibandingkan produk atau jasa pesaing.

Pemasaran yang baik juga dapat membantu bisnis menjangkau audiens targetnya dan meningkatkan basis pelanggannya. Pemasaran dapat menjadi alat yang digunakan untuk menciptakan dan mempertahankan permintaan dan reputasi perusahaan. Tanpa pemasaran yang baik, sebuah bisnis memiliki peluang untuk ditutup karena kurangnya keuntungan dan penjualan. Di era digital sekarang ini, digital marketing merupakan cara baru yang berperan penting dalam memasarkan suatu bisnis, khususnya bisnis seperti toko online. Pemasaran Digital dapat membangun, meningkatkan, dan mempertahankan reputasi bisnis online di semua platform digital.

Sumber daya manusia yang berkualitas akan menentukan produktivitas yang dibutuhkan pada setiap bidang pekerjaan (Purnomo, 2020). Salah satunya dalam

berwirausaha. Menumbuhkan minat berwirausaha memang tidak mudah, apalagi sebagai wirausaha, di kalangan ibu-ibu rumah tangga. Ibu-ibu rumah tangga memiliki pekerjaan rumah yang sangat banyak dan sangat sibuk dengan pekerjaan lainnya. Kunci keberhasilan menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan ibu rumah tangga adalah bagaimana mereka dapat memanfaatkan internet sebagai media pemasaran, agar waktu mereka lebih efisien dalam berwirausaha. Beberapa Faktor-faktor yang dapat menentukan keberhasilan seorang wirausaha antara lain toleransi terhadap resiko, kebebasan bekerja tanpa batasan waktu, dan optimisme terhadap keberhasilan sendiri.

Adapun masyarakat sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 20 (dua puluh) ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha rumahan yang berusia 20 – 45 tahun yang berdomisili di Desa Moncongloe, Kecamatan Moncongloe Kabupaten Maros. Setelah mengikuti pelatihan digital marketing, peserta diharapkan mampu memahami digital marketing dan menerapkannya sehingga dapat meningkatkan efektifitas pemasaran dan bisnis secara optimal, mampu menciptakan citra merek digital yang lebih hemat biaya. Selain itu Dimungkinkan untuk mengidentifikasi model dasar implementasi pemasaran online yang dapat dilakukan sesuai dengan kondisi pasar di lingkungannya, peserta mampu mengembangkan strategi media online, sesuai tujuan dan kategori industri/produk serta memahami kelebihan dan kekurangan berbagai jenis media sosial untuk digital marketing.

Setelah diadakannya kegiatan ini, diharapkan nantinya adalah adanya pendampingan agar lebih efektif. Output yang diharapkan adalah adanya peningkatan keterampilan bagi ibu-ibu dalam menggunakan digital marketing untuk memasarkan produknya secara berkesinambungan. Selain itu, adanya sebuah komunitas atau media sharing dan sejenisnya yang nantinya bisa dijadikan ajang bagi mereka untuk *“upgrading knowledge”* seputar dunia digital marketing yang mereka geluti. Sehingga mereka bisa konsultasi melalui grup whatsapp atau pertemuan rutin yang nantinya akan ada diskusi untuk menjawab setiap permasalahan yang mungkin terjadi diantara mereka dalam penggunaan digital marketing.

## Metode

Kegiatan ini dilaksanakan melalui berbagai tahapan, tahapan persiapan dimana tim melakukan survei awal sebelum hari H kegiatan, kegiatan survei dilakukan di lokasi kegiatan di Desa Moncongloe, Kabupaten Maros. Tahapan persiapan juga digunakan untuk mendiskusikan mengenai jumlah peserta dan teknis pelaksanaan kegiatan serta kebutuhan panitia dan peserta serta melakukan penyusunan bahan materi sesuai dengan kebutuhan peserta serta penyesuaian terhadap kuisisioner pelatihan.

Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan, pelaksanaan pelatihan diawali dengan acara seremonial pembukaan. Sambutan dari Program Studi dan pihak BMT Insan Mandiri. Sambutan yang disampaikan dalam rangka untuk memberikan penjelasan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui digital marketing dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Selanjutnya, sesi pelatihan yang menitikberatkan pada kemampuan peserta dalam memasarkan produknya dengan menggunakan aplikasi, website maupun sosial media. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan teknik simulasi agar para peserta mendapatkan pengalaman langsung sekaligus gayaan dari teman-temannya.

Metode Pelatihan dalam kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu: *Pertama*, metode penyuluhan. Metode ini dipilih untuk memberikan penjelasan kepada peserta mengenai pentingnya penggunaan digital marketing dalam memasarkan produk, contoh penggunaannya dan keberhasilan dalam penggunaan digital marketing. *Kedua*, metode tanya jawab. Metode ini sangat penting bagi para peserta pelatihan, di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas, agar ada umpan balik dan pemahaman peserta lebih komprehensif. *Ketiga*, metode kuisisioner. Metode ini sangat penting untuk mengukur pemahaman peserta sebelum dan sesudah diadakan pelatihan. Kuisisioner terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pelatihan.

## **Pembahasan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan kepada masyarakat di sekitar wilayah Moncongloe. Adapun, kegiatan pelatihan tersebut mengangkat tema "Cerdas Bermedsos dan Produktif". Pada sesi pembukaan diisi dengan sambutan dari bapak Muhammad Jamil, Ketua BMT Insan Mandiri. Dalam sambutannya, beliau menyampaikan bahwa kegiatan ini merupakan salah satu bentuk pengembangan keilmuan yg diseleraskan dengan perkembangan teknologi di era Digital ini untuk kemudian bisa diaplikasikan untuk usaha ibu-ibu rumah tangga.

Sesi selanjutnya, kemudian dilanjutkan dengan sambutan dan sekaligus membuka secara resmi kegiatan pelatihan ini oleh Ketua Program di Hubungan Internasional, UIN Alauddin Makassar Ibu Nur Aliyah Zainal, S.IP., M.A., dalam sambutannya, beliau menyampaikan bahwa kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi pada masyarakat yang lebih luas untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi khususnya internet untuk dapat dimanfaatkan dalam proses penjualan online produk UMKM ibu rumah tangga.

Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022.

Setelah sesi pembukaan, kegiatan ini dilanjutkan dengan seminar yang dipimpin oleh moderator Ibu Riska Luneto, S.IP., M.A dan pemateri Bapak Kaslam, M.Si. yang merupakan Dosen Program Studi Hubungan Internasional, UIN Alauddin Makassar menjadi fasilitator dengan memberikan penjelasan bertema Cerdas Bermedsos dan Produktif. Pemateri menyampaikan "Pelatihan Digital Marketing bagi ibu - ibu rumah tangga ini, bertujuan agar mereka bisa memanfaatkan sosial media untuk memasarkan produk jualannya secara efektif". Pada pelatihan ini, dihadiri oleh 20 peserta pelaku UMKM yang berasal dari kalangan ibu-ibu rumah tangga yang ada di sekitar wilayah Moncongloe. Kemudian, kegiatan ini ditutup dengan pengisian kuisisioner oleh para peserta untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat yg diselenggarakan oleh Program Studi Hubungan Internasional UIN Alauddin Makassar. Berikut ini beberapa bukti dokumentasi saat kegiatan pelatihan berlangsung.

Berdasarkan hasil kuisisioner, sebanyak 95 persen peserta pelatihan sudah pernah menggunakan media sosial untuk pemasaran produknya, akan tetapi mereka belum bisa jalankan secara maksimal. Mereka beranggapan bahwa pembuatan konten digital marketing yang efektif, sangat sulit dilakukan dan merasa kurang mampu melakukan pemasaran sehingga konten yang ditawarkan kepada konsumen kurang menarik yang mengakibatkan produk kurang diminati. Sebanyak 5 persen peserta lainnya belum pernah menggunakan media sosial sama sekali sebagai sarana pemasaran. Mereka tidak pernah untuk mencobanya karena kurang paham dengan cara pembuatan konten serta penggunaan media sebagai sarana marketing.

Media internet yang saat ini populer digunakan untuk memasarkan produk antara lain Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial lainnya. Keuntungan yang diperoleh dengan digital marketing selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefisienkan biaya pemasaran, juga menciptakan ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, pemasaran digital bersifat real time sehingga pengusaha dapat segera memperhatikan minat dan umpan balik dari target pasar, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat (Sasongko, et al., 2020).

Gambar 2. Sesi Foto Bersama Dengan Peserta Pelatihan



*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022.*

## **Kesimpulan**

Setelah melakukan kegiatan ini, dapat disimpulkan beberapa hal yaitu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk, sehingga memberikan peluang untuk memperluas pasar produk yang dapat berimbas pada peningkatan omset usaha.

Selain itu, kegiatan ini juga yang berupa sosialisasi dan pelatihan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk sangat perlu karena perkembangan era teknologi yang menuntut para pelaku usaha untuk bersaing secara global dengan media online. Sedangkan saran untuk kegiatan pada masa berikutnya, diharapkan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini tidak hanya dilakukan berhenti sampai disini, tetapi ilmu yang telah didapatkan dapat diaplikasi untuk usaha yang mereka jalankan.

## Referensi

- Charlesworth, A. (2014). *Digital Marketing: A Practical Approach*. London: Routledge.
- Dewi, K. N., & Mahyuni, L. P. (2022 ). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 6, No. 3 Juni 2022, Hal. 716-724.
- Farell, G., Thamrin, & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bandang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.19, No.1, 2019, pp. 42-47.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang. *J-DINAMIKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, Desember 2019.
- Purnomo, N. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi*, Volume 4 Nomor 3 Desember 2020.
- Rowan, W. (2002). *Digital Marketing: Using New Technologies to Get Closer to Your Customers*. London: Kogan Page.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Sari, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, Volume 6 No 2 Oktober 2020.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, Volume 1, Nomor 2, Agustus 2020 Halaman 36-50.
- Weber, L. (2007). *Marketing To The Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wijoyo, H., Haudi, Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *Jurnal IKRAITH ABDIMAS* , Vol 3 No 3 Bulan November 2020.