

## **SOSIALISASI TIPS DAN TRIK PENERAPAN DIGITAL MARKETING PADA SEBUAH PRODUK USAHA DI RPTRA KOMANDO CERIA, KELURAHAN GALUR, JAKARTA PUSAT**

**Ana Chaerunisyah<sup>1</sup>, Iin Andaryati<sup>2</sup>, Sri Susanti Widyasari<sup>3</sup>, Achmad Barlian<sup>4</sup>, Muh.Ali Maskur<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Email: [anachaerunisyah@gmail.com](mailto:anachaerunisyah@gmail.com)

### **Abstrak**

Dalam era modern, kehadiran inovasi pemasaran melalui media digital seperti toko online dan media sosial menjadi krusial bagi pengusaha lokal, terutama Ibu-ibu PKK dan warga Kelurahan Galur, Jakarta Pusat. Namun, banyak dari mereka yang masih belum memahami secara mendalam cara efektif memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Melalui kegiatan sosialisasi dengan judul "Sosialisasi Tips dan Trik Penerapan Digital Marketing pada Sebuah Produk Usaha," tim pengabdian kepada masyarakat memberikan pendekatan edukatif dan partisipatif untuk meningkatkan pemahaman konsep pemasaran digital yang efektif. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan media-media online yang dapat dijadikan akses promosi produk usaha serta memberikan tips dan trik dalam memulai digital marketing. Hasil sosialisasi ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi utama, membuka peluang baru bagi pengusaha lokal untuk memaksimalkan potensi ekonomi melalui platform digital. Kesimpulannya, Sosialisasi Tips dan Trik Penerapan Digital Marketing Pada Sebuah Produk Usaha dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku usaha lokal. Sosialisasi ini dapat membantu pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan daya saing bisnis mereka.

**Kata Kunci:** digital marketing, pemasaran digital, pelaku usaha lokal, sosialisasi

### **Abstract**

In the modern era, the presence of marketing innovations through digital media such as online stores and social media is crucial for local entrepreneurs, especially the PKK mothers and residents of Galur Subdistrict, Central Jakarta. However, many of them still lack a deep understanding of how to effectively utilize digital media to market their products. Through a community service activity titled "Socialization of Tips and Tricks for Implementing Digital Marketing on a Business Product," the community service team employs an educational and participatory approach to enhance understanding of effective digital marketing concepts. Additionally, the aim is to introduce online media that can be used as access for promoting business products and provide tips and tricks for starting digital marketing. The results of this socialization show an improvement in participants' understanding, especially in utilizing social media as the primary promotional tool, opening new opportunities for local entrepreneurs to maximize economic potential through digital platforms. In conclusion, the Socialization of Tips and Tricks for Implementing Digital Marketing on a Business Product can significantly benefit local business actors. This socialization can help expand market reach, increase sales, and enhance the competitiveness of their businesses.

**Keyword:** digital marketing, digital promotion, local business actors, socialization

## PENDAHULUAN

Era modern ini banyak bermunculan inovasi-inovasi yang sangat membantu para wirausahawan terutama dalam memasarkan produk. Hadirnya media digital seperti toko online, media sosial, dan lainnya sangat membantu para pengusaha dalam memasarkan produknya dengan cara yang efektif dan efisien.

Namun, masih banyak Masyarakat yang belum paham bagaimana cara menggunakan media digital tersebut untuk diaplikasikan ke produk yang mereka jual. Dengan metode pendekatan edukatif dan partisipatif ini, kelompok tiga akan memberikan sosialisasi berupa tips dan trik secara rinci mengenai digital marketing agar pengusaha khususnya skala UMKM mampu memperkenalkan produknya lebih luas dan kompeten lewat media digital. Kemudahan yang tersaji di kemajuan teknologi ini perlu dimanfaatkan dengan maksimal oleh para pengusaha UMKM agar dapat berkembang dan mampu bersaing dengan layak. Maka dibutuhkan pengetahuan mengenai pengenalan brand produk pengusaha dengan metode yang baru.

Digital marketing merupakan penggunaan internet dan teknologi digital lain untuk berkomunikasi dengan pelanggan, membangun hubungan, dan mempromosikan produk atau jasa (Chaffey dan Chadwick: 2016). Pemasaran digital adalah cara promosi bisnis melalui media daring atau online yang memiliki banyak peminat. Penggunaan strategi pemasaran digital telah menjadi kunci kesuksesan dalam memasarkan produk usaha di era modern ini. Dalam konteks inilah, penelitian pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada pelaku usaha lokal, khususnya di RPTRA Komando Ceria, Kelurahan Galur, Jakarta Pusat. Melalui kegiatan sosialisasi dengan judul "Sosialisasi Tips dan Trik Penerapan Digital Marketing pada Sebuah Produk Usaha," kami bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan konsep-konsep pemasaran digital yang efektif. Kemudian, masyarakat dapat mengetahui media-media online yang dapat dijadikan akses promosi produk usaha mereka serta masyarakat mampu menggunakan media online tersebut dengan maksimal berdasarkan tips dan trik yang telah kami paparkan. Selain itu, media yang kami jadikan sarana promosi utama adalah media sosial. Karena media sosial adalah media yang paling trending dan mudah untuk diaplikasikan pemula.

Kelurahan Galur, sebagai lokasi kegiatan ini, dianggap sebagai lokasi yang strategis untuk menerapkan pendekatan pemasaran digital. Komando Ceria RPTRA, sebagai pusat kegiatan komunitas, menjadi tempat yang ideal untuk menyebarkan informasi dan keterampilan terkait pemasaran digital kepada para pelaku usaha lokal. Peningkatan pemahaman ini diharapkan akan membantu masyarakat dalam mengoptimalkan potensi pasar melalui platform digital, meningkatkan visibilitas produk, dan pada gilirannya, meningkatkan daya saing bisnis atau usaha lokal.

Dalam konteks ini, penelitian pengabdian kepada masyarakat ini mencakup penyelenggaraan kegiatan sosialisasi yang terstruktur, melibatkan para pelaku usaha, pemilik produk, dan masyarakat umum di sekitar RPTRA Komando Ceria. Dengan mendalaminya pengetahuan masyarakat mengenai digital marketing, diharapkan peserta dapat menerapkan strategi-strategi tersebut dengan lebih efektif dalam mengembangkan dan memasarkan produk usaha lokal mereka.

Melalui pendekatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan peningkatan pemahaman mengenai pemasaran digital dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada perkembangan ekonomi lokal di Kelurahan Galur, Jakarta Pusat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yaitu melakukan sosialisasi dengan memaparkan materi secara langsung kepada masyarakat yang mengikuti kegiatan. Tahap awal pelaksanaan tim PkM melakukan metode pendekatan kegiatan secara edukatif dan partisipatif sebagai landasan jalannya kegiatan yang akan di lakukan. Metode ini kami pilih karena faktor dari masyarakat yang kami jadikan sasaran adalah Ibu-ibu PKK dan sebagian warga Kelurahan Galur terutama yang tertarik untuk berwirausaha. Dalam metode pendekatan partisipatif, tim PkM merumuskan suatu masalah utama yang sering terjadi dalam pengusaha yang berumur tidak muda dan usaha-usaha skala UMKM yaitu awam dengan media digital. Kami menyuluhkan pentingnya pengetahuan tentang media digital dalam pengembangan brand produk usaha dan persaingan bisnis. Kami mengidentifikasi seberapa banyak pengusaha yang telah lama memulai bisnis namun tidak mampu mengembangkan brand produk usahanya karena

keterbatasan pengetahuan. Maka, kami memperkenalkan media-media daring yang mampu dijadikan alat pemasaran produk mereka. Kemudian kami memberikan tips dan trik dalam memulai digital marketing untuk bersaing di era modern ini.

Tim PkM menyusun rencana kegiatan Pengabdian yang diantaranya penentuan tujuan, sasaran dan materi yang disampaikan pada saat kegiatan berlangsung. Persiapan lainnya yang dilakukan oleh Tim PkM yaitu waktu, tempat, daftar acara dan konsumsi untuk kegiatan. Hal ini dilakukan agar kegiatan terlaksana secara terorganisir dan terstruktur. Pada saat pelaksanaan, penyampaian materi dilakukan dengan ceramah dan diskusi langsung antara pemateri dan peserta dari Ibu-ibu PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) dan sebagian warga Kelurahan Galur yang hadir agar materi dapat dipahami dengan baik. Sosialisasi dilaksanakan pada hari Minggu, 10 Desember 2023.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN**

Proses persiapan PkM dimulai dari pengajuan surat pelaksanaan PkM kepada LPPM Institut STIAMl. Ijin pelaksanaan sosialisasi kepada Lurah Galur Kecamatan Johar Baru Jakarta Pusat, membuat materi, membeli perlengkapan dan fasilitas seperti makanan dan minuman, membuat undangan, mencetak bahan materi, mencetak sertifikat, mencetak dan memasang spanduk dan backdrop kegiatan. Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada hari Minggu, 10 Desember 2023 dengan Ibu-ibu PKK di lingkungan sekitar RPTRA Komando Ceria dan sebagian warga Kelurahan Galur.

Acara kegiatan PkM ini mendapat dukungan dari Kepala Seksi Kesejahteraan Rakyat Kelurahan Galur yang mengatakan bahwa betapa pentingnya penerapan digital marketing di zaman modern ini sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan dan keberlanjutan usaha masyarakat lokal. Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat membantu pelaku usaha untuk mencapai tujuan bisnisnya, yaitu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan meningkatkan brand awareness (Rangkuti, 2022).

Berdasarkan hasil diskusi dengan Ibu-ibu PKK dan sebagian warga kelurahan Galur, menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki pengetahuan yang baik tentang digital marketing dan kurang dalam keahlian untuk penggunaan teknologi. Oleh karena itu,

pemateri menjelaskan pemaparan materi dengan menggunakan Bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami. Dan juga memberikan penjelasan kepada peserta bahwa cakupan penjualan melalui digital marketing ini sangatlah luas mengingat di zaman modern ini sudah banyak masyarakat yang paham akan digital.

Dibawah ini kami sajikan foto saat peserta mendengarkan penyampaian materi mengenai pentingnya Tips dan Trik Penerapan Digital Marketing pada sebuah produk usaha kepada Ibu-ibu PKK dan Sebagian warga kelurahan Galur yang telah hadir di RPTRA Komando Ceria, Kelurahan Galur, Jakarta Pusat.

**Gambar 1**

**Peserta mendengarkan penyampaian Pemateri**



Penerapan Digital Marketing pada sebuah produk usaha bagi pengusaha lokal atau pelaku UMKM bukan hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membuka peluang baru untuk mengembangkan potensi ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan berbagai strategi pemasaran digital, seperti promosi melalui media sosial dan optimasi mesin pencari, mereka tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan visibilitas produk mereka di ranah digital. Hal ini menciptakan peluang untuk memperoleh pelanggan baru,

meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan bisnis mereka secara berkelanjutan. Penerapan digital marketing juga memberikan empowerment kepada Ibu-ibu PKK dan warga setempat untuk lebih mandiri dalam mengelola dan memasarkan produk usaha mereka, sehingga memberikan dampak positif dalam memajukan ekonomi di tingkat kelurahan.

## **KESIMPULAN**

Simpulan yang dapat peneliti sampaikan terkait Sosialisasi Tips Dan Trik Penerapan Digital Marketing Pada Sebuah Produk Usaha bagi Ibu-ibu PKK dan sebagian warga kelurahan Galur yaitu Sosialisasi tips and trik penerapan digital marketing pada sebuah produk usaha membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. Pemasaran digital memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Pemasaran digital juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan kesadaran dan engagement masyarakat terhadap produk dan merek tertentu (Purwana et al., 2017).

Dari hasil kegiatan PKM ini dapat di simpulkan bahwa beberapa Ibu-ibu PKK diantaranya sudah ada beberapa yang mengerti tentang digital marketing ini. Namun, dikarenakan kurangnya keberanian dalam menjual produk usaha nya melalui digital marketing menjadi kurang luas dalam proses pemasaran produk usaha mereka.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pengabdian Masyarakat mengenai Sosialisasi Tips dan Trik Penerapan Digital Marketing Pada Sebuah Produk Usaha untuk Ibu-ibu PKK dan warga kelurahan Galur dapat berjalan dengan baik karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Rektor Institut Ilmu

Sosial dan Manajemen STIAMI, Kepala LPPM Institut STIAMI, Tim Dosen yang tergabung dalam PkM ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Lurah Galur Kelurahan Johar Baru Jakarta Utara beserta Kepala Seksi Kesejahteraan Rakyat Kelurahan Galur yang telah memberikan ijin dan dukungan dalam acara ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chaffey, Dave dan Fiona Ellis Chadwick. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Sixth Edition. United Kingdom: Pearson.
- Purwana, Dedi *et al.* (2017). "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* Vol. 1 No. 1 Juli.
- Rangkuti. (2022). *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.