

## PELATIHAN PEMBUATAN ALAT PERMAINAN EDUKATIF DAN MODEL ONLINE MARKETING DI KAWASAN TELUK TOMINI

Waode Eti Hardiyanti<sup>1</sup>, Yenti Juniarti<sup>2</sup>, Rifda Mardian Arif<sup>3</sup>, Sulkifly<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan PGPAUD Universitas Negeri Gorontalo

<sup>3</sup>Jurusan PGSD Universitas Negeri Gorontalo

<sup>4</sup>Jurusan Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo

e-mail: waode@ung.ac.id

### Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan di Desa Kayubulan Kecamatan Batudaa Pantai adalah untuk melatih kemampuan warga desa, termasuk guru PAUD untuk memanfaatkan sumber daya alam (SDA) untuk lebih bernilai ekonomis dan dapat dipasarkan secara digital. Dalam pengabdian ini, pemanfaatan media sosial digunakan untuk mengedukasi masyarakat bahwa sosial media dapat memudahkan kegiatan promosi produk. Selain itu, pelatihan pembuatan media belajar atau alat permainan edukatif (APE) juga diajarkan, seperti penggunaan cangkang kerang yang ada dapat dibuat menjadi aksesoris atau sebagai APE di Taman Kanak-kanak (TK) dan Sekolah Dasar (SD). Baik model promosi melalui sosial media dan pembuatan media/aksesoris dilakukan secara langsung melalui workshop, dimulai dengan pemberian materi, praktik terbimbing, praktik langsung, dan evaluasi kegiatan. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat yang mengikuti kegiatan merasa puas dengan yang rangkaian kegiatan pengabdian dan bahwa menyarankan untuk keberlanjutan dari program ini untuk memaksimalkan inovasi dan eksplorasi dari SDA yang tersedia di lokasi ini.

**Kata kunci:** Pengabdian Masyarakat, Alat Permainan Edukatif, Online Marketing

### Abstract

The purpose of community service carried out in Kayubulan Village, Batudaa Pantai District, is to train villagers' ability, including PAUD teachers, to utilize natural resources (SDA) for more economic value and can be marketed digitally. In this service, social media is used to educate the public that social media can facilitate product promotion activities. In addition, training on making learning media or educational game tools (APE) is also taught, such as using existing shells to be made into accessories or as APE in Kindergarten (TK) and Elementary Schools (SD). Both the promotion model through social media and the manufacture of media/accessories are carried out directly through workshops, starting with the provision of materials, guided practice, hands-on practice, and evaluation of activities. The results show that most people who participate in the training are satisfied with the series of service activities, which suggests the sustainability of this program to the exploration of the innovation and available natural resources at this location.

**Keywords:** Community Service, Educational Art And Craft, Online Marketing

### PENDAHULUAN

Online atau digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Instagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan online marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu, digital marketing bersifat real time sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih baik dengan lebih cepat.

Pemasaran digital atau digital marketing mulai populer sejalan dengan makin populernya penggunaan internet. Digital marketing menurut American Marketing Association (AMA) adalah aktivitas, institusi dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya (Busca & Bertrandias, 2020). Pemasaran media online pada dasarnya merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan media internet (Fahlevy & Fitrah, 2022). Internet sebagai bagian dari

integrated marketing communication dapat dijadikan sebuah alat pemasaran yang sangat ideal. Penggunaan teknologi internet dalam sistem penjualan online juga dirasakan manfaatnya oleh para konsumen (Widiana, Supit, & Hartini, 2012). Internet bisa menjangkau jutaan orang dalam sekali waktu dan juga bisa digunakan untuk mengejar target promosi dari sekelompok target pasar tertentu. Pada awalnya pemanfaatan internet sebagai media pemasaran hanya menggunakan halaman-halaman berformat HTML yang biasa diakses oleh pengguna internet, kemudian berkembang menjadi website yang menjadi “rumah kedua” atau kantor online bagi perusahaan yang sudah eksis untuk menampilkan jati diri perusahaan mereka. Saat ini kita telah merasakan perubahan yang sangat dinamis dan juga revolusioner dalam dunia marketing yaitu periklanan dan promosi. Perubahan-perubahan tersebut tentunya didorong oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat dan juga perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini telah tergantung pada adanya internet. Internet telah meruba cara pelaku usaha dalam mendesain dan mengimplementasikan strategi bisnis mereka serta meruba pola komunikasi pemasaran mereka (Forijati et al., (2022); Irianti, Susanti, Triswidrananta, & Wijaya, 2021;)

Internet sudah dikenal baik oleh semua kalangan masyarakat dan layanannya telah menjangkau berbagai daerah. Salah satu wilayah yang memiliki potensi untuk mengembangkan online marketing adalah wilayah di sekitar Teluk Tomini, di Pulau Sulawesi, Indonesia. Kabupaten Gorontalo menjadi salah satu kabupaten yang berada di Wilayah Teluk Tomini. Menurut data Badan Pusat Statistik terkait Indeks Kearifan Kemiskinan tahun 2019-2021, menunjukkan bahwa selama tiga tahun (2019, 2020, dan 2021) berturut-turut indeks keparahan kemiskinan meningkat, dengan nilai 0.79, 1.17 dan 1.41 (BPS, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang bermukim di wilayah Teluk Tomini memiliki penghasilan menengah kebawah. Sehingga, berbagai upaya perlu dilakukan untuk meningkatkan sumber penghasilan masyarakat. Selain itu, pengembangan Kawasan Teluk Tomini merupakan salah satu program utama Universitas Negeri Gorontalo (UNG), dimana kawasan ini memiliki banyak potensi untuk dikembangkan.

Lebih lanjut, pengabdian dengan mengangkat tema penggunaan online marketing untuk mendukung usaha rumah tangga di wilayah Kawasan Teluk Tomini sejalan dengan program utama UNG yaitu mengembangkan inovasi pengabdian berbasis social entrepreneur. Social entrepreneur mendukung masyarakat untuk menumbuhkan jiwa enterpreneur sekaligus meningkatkan penghasilan masyarakat dan menjadi pendekatan untuk menyelesaikan masalah sosial melalui kewirausahaan sosial. Kewirausahaan atau bisnis sosial menggabungkan penerapan bisnis konvensional dan lembaga sosial. Bisnis konvensional melakukan jual beli barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan, sedangkan lembaga sosial menangani permasalahan sosial atas dasar kemanusiaan. Bisnis sosial menggabungkan tujuan keduanya yaitu mencari keuntungan sambil menangani masalah sosial (Hendriadi, Sari, & Padilah, 2019).

Desa Kayubulan, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo merupakan salah satu desa yang berada di sepanjang Wilayah Teluk Tomini. Desa ini telah memiliki koneksi internet yang cukup stabil dan mayoritas masyarakat berprofesi sebagai nelayan. Desa Kayubulan memiliki potensi besar sehingga perlu dilakukan penguatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat desa sebagai wujud partisipasi nyata kepedulian Universitas Negeri Gorontalo menurunkan angka kemiskinan di Provinsi Gorontalo.

Potensi yang dimiliki dari daerah ini cukup besar, yaitu hasil laut dan hasil kebun. Untuk itu, berbagai inovasi perlu dilakukan salah satunya dengan membuat alat permainan edukatif (APE) yang bisa digunakan oleh guru-guru dalam memaksimalkan kegiatan di kelas. APE diartikan sebagai sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana atau ala permainan yang mengandung nilai pendidikan dan dapat mengembangkan seluruh aspek kemampuan anak, baik yang berasal dari lingkungan sekitar (alam) maupun yang dibuat (dibeli) (Hasanah, 2019); Mursalim & Setiaji, 2021).

Mitra dari kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga yang memiliki potensi untuk membuka peluang bisnis berbasis online marketing. Usaha abon ikan dapat menjadi usaha rintisan awal yang menggunakan teknologi masa kini dalam pemasarannya, seperti pemanfaatan media sosial, website dan platform digital lainnya, sehingga memungkinkan semua pelanggan dan penggiat dan calon pegiat UMKM melakukan transaksi yang lebih mudah. Tidak hanya transaksi jual beli, urusan periklanan yang lebih murah bisa membuat biaya pemasaran per penjualan produk juga lebih murah. Informasi inilah yang melatarbelakangi adanya ide dan gagasan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertemakan digital/online marketing. Oleh karena itu, tujuan pelaksanaan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan model online marketing

dengan memanfaatkan aplikasi digital dan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan lainnya kepada ibu rumah tangga yang sudah dan akan membuka usaha Desa Kayubulan, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo.

Masalah yang ditemukan di daerah ini adalah kurangnya eksplorasi terhadap Sumber Daya Alam (SDA) yang tersedia secara bebas. Selain itu, inovasi untuk meningkatkan kualitas produk ataupun media pembelajaran yang digunakan di sekolah. SDA yang tersedia di daerah ini sangat banyak, misalnya produk hasil laut, hasil pertanian dan lainnya. Namun, pemanfaatannya masih kurang optimal dilakukan. Untuk itu, melalui kegiatan pengabdian, tim pengabdian memberikan pelatihan terkait pemanfaatan benda-benda yang dapat ditemukan dengan mudah di lingkungan untuk dijadikan alat permainan edukatif yang dapat digunakan di sekolah dan juga kerajinan tangan atau aksesoris yang dapat dipasarkan kepada orang lain.

Pelatihan selanjutnya yang dilakukan adalah memberikan pemahaman tentang pendekatan online marketing. Disini para ibu rumah tangga dan juga guru PAUD dan SD mengikuti kegiatan ini untuk melihat bagaimana APE tidak hanya bermanfaat untuk sekolah namun dapat dipromosikan ke sekolah lainnya melalui media sosial dengan pendekatan pemasaran digital. Adapun manfaat pengabdian ini yaitu sebagai berikut.

1. Mengenalkan dan melatih kemampuan masyarakat desa dan khususnya ibu-ibu rumah tangga terkait dengan pemasaran berbasis digital.
2. Meningkatkan semangat berwirausaha kepada masyarakat khususnya ibu-ibu dan guru-guru PAUD serta SD di Desa Kayubulan, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo.
3. Untuk mendukung dan mewujudkan program utama Universitas Negeri Gorontalo dalam penguatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat desa di Kawasan Teluk Tomini.

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal hari Sabtu, 15 Juli 2022, bertempat di Kantor Desa Kayubulan, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo. Seluruh perangkat desa, masyarakat desa, remaja karang taruna dan guru-guru PAUD dan SD hadir dan memyambut baik kegiatan ini.

## METODE

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan pelatihan Pelatihan Model Online Marketing Usaha Rumah Tangga di Kawasan Teluk Tomini Desa Kayubulan Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo. Langkah pelaksanaan program ini adalah:

### 1. Survei Mitra

Survei Mitra bertujuan untuk mengamati situasi dan keadaan masyarakat yang direncanakan sebagai objek sasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kayubulan Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Mitra yang terlibat yaitu: Mitra Kelompok Desa Kayubulan. Sekolah mitra berkontribusi mengarahkan guru yang mengikuti pelatihan, memfasilitasi pembelajaran dengan menggunakan Multimedia Pembelajaran Interaktif, melakukan monitoring dan evaluasi penggunaan media yang dibuat guru (Amilia et al., 2022; Hayati, Wirda, Mauvizar, & Darliani, 2023).

### 2. Koordinasi dengan Ketua Kelompok dan Kepala Desa

Berkoordinasi dengan Ketua kelompok mitra dan kepala desa untuk menentukan kesepakatan mufakat dalam pelaksanaan Pelatihan Model Online Marketing Usaha Rumah Tangga di Kawasan Teluk Tomini Desa Kayubulan Kecamatan Batudaa Pantai.

### 3. Sosialisasi Program

Sosialisasi program bertujuan untuk memberi informasi tentang rencana serangkaian pelaksanaan program strategi pemasaran usaha/produk dari usaha rumah tangga yang ada di desa Kayu Bulan. Sosialisasi disampaikan kepada perwakilan Mitra Kelompok di Desa Kayubulan Kecamatan Batudaa Pantai yang mendapat pelatihan.

### 4. Pelaksanaan Program

Berupa demonstrasi pelatihan model online marketing usaha rumah tangga, unjuk kerja kemampuan kelompok usaha dalam membuat online marketing, monitoring dan pendampingan perkembangan pelaksanaan program yaitu membuat model online marketing dengan inovasi-inovasi baru (Hardiyanti, Ilham, Jafar & Ekadayanti, 2020).

### 5. Evaluasi Kegiatan

Mengevaluasi perkembangan pelaksanaan pelatihan model online marketing usaha rumah tangga di kawasan teluk tomini desa kayubulan kecamatan batudaa pantai yang dilaksanakan oleh kelompok

usaha desa, memberikan saran untuk mengembangkan model online marketing sebagai media dalam memasarkan produk/usaha masyarakat di desa kayu bulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Kawasan Teluk Tomini Desa Kayubulan, Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo, Provinsi Gorontalo dilakukan pada tanggal 15 Juni 2022, dalam beberapa tahapan. Pertama, sesi pemaparan materi yang mencakup model pemasaran digital melalui sosial media dan pembuatan alat permainan edukatif (APE) dan kerajinan tangan yang dapat dibuat dari benda-benda sekitar pesisir pantai.



Gambar 1. Pemaparan materi

Gambar 1 mendeskripsikan dua materi penting terkait pemanfaatan SDA disekitar kawasan pesisir. Alat permainan edukatif (APE) yang dipilih pun yang berasal dari daerah sekitar, seperti cangkang kerang laut, pasir yang dapat menjadi media pembelajaran dan lain sebagainya. Selanjutnya, materi yang diberikan adalah pendekatan pemasaran online yang dapat digunakan untuk mempromosikan potensi SDA dan produk hasil olahan SDA, yaitu mempraktikkan model penjualan yang dilakukan melalui Facebook, WhatsApp, Instagram dan lainnya. Setelah pemaparan materi, dilakukan sesi tanya jawab. Berikut pertanyaan yang diajukan oleh peserta.



Gambar 2. Peserta mengajukan pertanyaan

- Peserta : Kami memiliki cukup banyak sumber daya alam, seperti pisang dan hasil laut lainnya namun kami masih kesulitan untuk meningkatkan harga jual dari produk tersebut?
- Pemateri : Ada beberapa hal yang perlu dilakukan, pertama harus menghasilkan produk inovatif dari SDA yang ada, misalnya diolah menjadi keripik pisang, hasil laut dapat diolah menjadi abon, sehingga dapat bertahan lama. Selain itu, pemasarannya pun dapat menggunakan sosial media, seperti Facebook, Whatsapp, dan lainnya.
- Peserta : Kalau begitu kegiatan ini perlu dilanjutkan lagi untuk membantu proses kami mengelola SDA yang ada di daerah kami.
- Pemateri : Kegiatan ini akan tetap berlanjut, sebagai bagian dari bina desa.

Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan workshop. Pada workshop ini, dilakukan pembuatan lilin hias yang memanfaatkan cangkang kerang yang ditemukan disekitar pantai. Hal ini

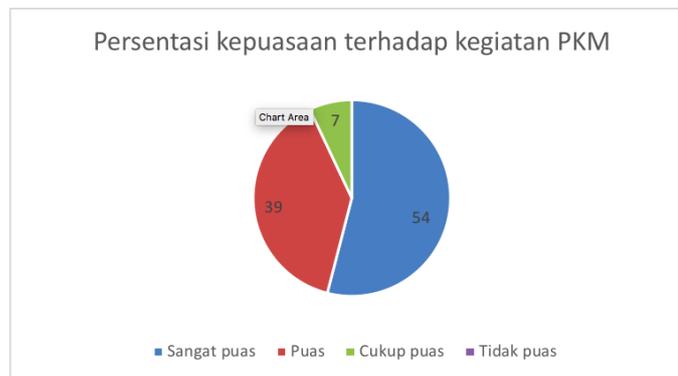
dilakukan karena wilayah sekitar pesisir di desa ini memiliki banyak sumber daya alam yang belum tereksplor dengan maksimal.



Gambar 3 Kegiatan workshop pembuatan lilin hias

Gambar 3 memperlihatkan bagaimana proses pembuatan lilin hias yang berasal dari bahan-bahan yang diperoleh sekitar pantai. Proses pembuatannya pun tergolong mudah dan cukup praktis untuk digunakan.

Diakhir kegiatan, survei sederhana dilakukan untuk menanyakan pendapat mereka terkait dengan materi dan seluruh rangkaian yang telah dilakukan. berikut hasil survei yang kami lakukan.



Gambar 4. Hasil evaluasi terkait kegiatan PKM

Hasil evaluasi yang diberikan oleh peserta menunjukkan bahwa mayoritas mereka merasa puas dengan yang rangkaian kegiatan pengabdian dan bahwa menyarankan untuk keberlanjutan dari program ini. Jumlah peserta yang sangat puas sebesar 54%, puas 39% dan 7% merasa cukup puas.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan memberikan pelatihan kepada masyarakat yang berada di Desa Kayubulan, Kecamatan Batudaan Pantai, Kabupaten Gorontalo, terkait dengan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk inovasi. Selain itu, pelatihan pembuatan alat permainan edukatif (APE) dan kerajinan lainnya yang bahan-bahannya dapat dengan bebas ditemukan di sekitar pantai kepada ibu rumah tangga dan guru PAUD serta SD. Kegiatan pengabdian ini telah terlaksana secara lancar dan sesuai harapan, serta mendapat respon yang cukup baik dari masyarakat karena berharap kegiatan ini dapat terus berlanjut. Hal ini dilakukan untuk terus membina desa sehingga banyak inovasi yang dapat dikembangkan.

## SARAN

Saran-saran perbaikan untuk pengabdian ini yaitu partisipan yang terlibat dalam kegiatan ini bisa lebih bervariasi, misalnya dengan mengundang pelaku usaha khususnya yang bergerak dibidang usaha terkait anak usia dini. Selain itu, perlu penguatan dalam perencanaan yang dilakukan yaitu dengan memilih lokasi yang memiliki jaringan internet yang stabil untuk dapat melakukan praktik dengan optimal.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Gorontalo yang telah memberi dukungan financial dan non-financial terhadap pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, F., Rowindi, G., & Mubaroq, S. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1141-1147.
- Busca, L., & Bertrandias, L. (2020). A Framework for Digital Marketing Research: Investigating the Four Cultural Eras of Digital Marketing. *Journal of Interactive Marketing*.
- Fahlevi, M. R., & Fitrah, M. (2022). Pengelolaan Sumber Daya Alam atau Potensi Dengan Pembuatan Website dan Video Profil Desa. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1148-1154.
- Forijati, R., Sugiono, S., Anas, M., Muchson, M., Subagyo, S., & Winarsih, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Ibu Rumah Tangga Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Pojok Kota Kediri. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 573–580. h
- Hardiyanti, W. E., Ilham, M., Ekadayanti, W., & Jafarudin, J. (2020). Pelatihan pembuatan video animasi gambar “powtoon” bagi guru paud. *Abdimas Pedagogi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 78-86.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125.
- Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan Omset Penjualan Kelompok Pengrajin Keset melalui Online Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(1), 52–60.
- Muslichah Erma Widiana, Henky Supit, & Sri Hartini. (2012). Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 72–82. Retrieved from