

## SOSIALISASI PENTINGNYA DIGITAL MARKETING BAGI WIRUSAHA PEREMPUAN

Rita Nataliawati<sup>1</sup>, Siti Musyarofah<sup>2</sup>, Qosim<sup>3</sup>, Lilis Handayani<sup>4</sup>, Rezah Sofia Wulandari<sup>5</sup>

<sup>1,3</sup>Perpajakan, Ekonomi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan,  
Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

<sup>2</sup>Manajemen, Ekonomi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan,  
Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

<sup>4,5</sup>Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan,  
Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

email: rita12natalia@gmail.com<sup>1</sup>, sitimusrufah254@gmail.com<sup>2</sup>, qosimsby85@gmail.com<sup>3</sup>,  
lilishandy@gmail.com<sup>4</sup>, rzsofia7@gmail.com<sup>5</sup>

### Abstrak

Minimnya pengetahuan ibu-ibu tentang penjualan berbasis online serta bagaimana strategi memasarkan produk melalui platform digital. Sejauh ini pelaku wirausaha perempuan di desa Jatirejo dalam penjualannya sebatas menggunakan story whatsapp, sehingga keuntungan yang dimiliki masih tergolong rendah. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan dan memberikan pengetahuan tentang pemasaran produk secara digital. Selain itu, diharapkan kegiatan ini juga dapat membantu pelaku wirausaha perempuan rumahan dalam memperluas pasar mereka, termasuk pasar nasional dan internasional. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melalui pelatihan yang meliputi tahap persiapan yaitu melakukan observasi wilayah dan wawancara kepada Perangkat Desa Jatirejo untuk menggali informasi tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku wirausaha perempuan di Desa Jatirejo, Kegiatan Sosialisasi kegiatan dengan cakupan materi berupa pengenalan pemasaran digital mulai dari teknik pemasaran digital dari penggunaan media sosial hingga membuka toko online. Materi yang disampaikan menggunakan Bahasa sederhana dan contoh yang mudah di pahami oleh peserta. Selanjutnya dibuka tanya jawab untuk memastikan penerimaan materi sosialisasi ini. Peserta aktif berpartisipasi sejak awal kegiatan sehingga mereka dapat langsung mempraktekkan cara menggunakan aplikasi digital untuk memasarkan produk mereka. Tahap terakhir Monitoring dan evaluasi berupa pengawasan account media social yang telah digunakan, apakah para pelaku usaha wirausaha Perempuan ini betul-betul mengaplikasikan dari pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan. Dengan mengikuti kegiatan sosialisasi ini diharapkan Masyarakat desa Jatirejo dapat meningkatkan pemasaran produk mereka melalui digital marketing.

**Kata kunci:** Digital Marketing, Wirausaha, Perempuan

### Abstract

Mothers' lack of knowledge about online-based sales and how to strategy marketing products via digital platforms. So far, female entrepreneurs in Jatirejo village have limited their sales to using WhatsApp stories, so their profits are still relatively low. The aim of this activity is to introduce and provide knowledge about digital product marketing. Apart from that, it is hoped that this activity can also help home MSMEs expand their markets, including national and international markets. The method used in this community service activity is through training which includes a preparatory stage, namely conducting area observations and interviews with Jatirejo Village officials to gather information about the problems faced by MSME actors in Jatirejo Village, Socialization activities with material coverage in the form of an introduction to digital marketing starting from digital marketing techniques from using social media to opening an online shop. The material presented uses simple language and examples that are easy for participants to understand. Next, a question and answer session was opened to ensure the acceptance of this socialization material. Participants actively participate from the start of the activity so that they can immediately practice how to use digital applications to market their products. The final stage of monitoring and evaluation is in the form of monitoring the social media accounts that have been used, to see whether the women entrepreneur MSMEs are really applying the training and mentoring that has been carried out. By participating in this outreach activity, it is hoped that the Jatirejo village community can improve the marketing of their products through digital marketing.

**Keywords:** Digital Marketing, Entrepreneurship, Women

## PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi saat ini dapat mempermudah wirausaha perempuan dalam melakukan dua perannya, baik sebagai ibu rumah tangga pada ranah domestik maupun sebagai pelaku ekonomi pada ranah publik (Primadhita et al., 2019). Semakin besarnya partisipasi perempuan dalam pembangunan ekonomi tercermin pada semakin banyaknya wirausaha perempuan. Berbagai faktor yang mempengaruhi perempuan untuk berwirausaha dapat meliputi faktor internal seperti keahlian yang dimiliki, keyakinan pada diri sendiri, dan motivasi dalam diri, serta faktor eksternal seperti pengaruh kondisi lingkungan dalam keluarga, kondisi lingkungan sosial, dan faktor risiko (Primadhita et al., 2018).

Desa Jatirejo merupakan desa yang terletak di Kecamatan Tikung terbagi empat Dusun, diantaranya Dusun Topeng, Karangpilang, Kemendung dan Tambakjurit. Berdasarkan hasil wawancara, pelaku UMKM khusus ibu-ibu rumah tangga di Desa Jatirejo memiliki usaha kecil seperti keripik kemplang, ayam geprek, jamu, kerupuk nasi rasa trasi, emping melinjo, kembang goyang, keripik pisang dll. Keberadaan wirausaha Perempuan ini berasal hanya sebagai pendapatan sampingan dan ingin membantu perekonomian keluarga. Meskipun pendapatan tersebut tidak mencukupi untuk membiayai kehidupan mereka. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan pemahaman dalam menggunakan teknologi digital dan pemasaran online. Para bapak ibu kasun Desa Jatirejo memiliki inisiatif untuk mawadahi penjualan ibu-ibu yang memiliki banyak kekurangan terutama dalam hal penggunaan teknologi informasi dan legalitas usahanya. Oleh karena itu, diperlukan pengabdian masyarakat agar dapat membantu para wirausaha perempuan untuk meningkatkan pendapatan melalui sosialisasi digital marketing.

Digital marketing adalah pemasaran produk atau layanan menggunakan teknologi digital terutama di internet, termasuk ponsel, iklan bergambar dan media digital lainnya (Desai, 2019). Kesimpulannya pemasaran digital mencakup semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet. Bisnis memanfaatkan saluran digital seperti mesin telusur, media sosial, email, dan situs web mereka untuk terhubung dengan pelanggan saat ini dan calon pelanggan. Dengan menggunakan berbagai taktik dan saluran digital mereka menghabiskan sebagian besar waktunya online untuk pelanggan. Arus perubahan zaman membawa gaya hidup belanja masyarakat bergeser dari yang sifatnya konvensional menuju pada transaksi situs penjualan online yang terpengaruh dari arus perubahan gaya hidup masyarakat tersebut. Arus perubahahan gaya belanja masyarakat mengakibatkan banyak situs penjualan online yang mengakibatkan masyarakat mendapatkan informasi lebih dan bertransaksi dengan mudah tanpa harus pergi ke tempat penjualan produk tersebut. Memanfaatkan pemasaran digital merupakan kebutuhan baru yang dapat mendorong laju pertumbuhan dan kelangsungan usaha industri rumahan. Keutamaan menggunakan pemasaran digital dalam memasarkan produk industri rumahan juga dilakukan di banyak daerah lain di Indonesia.

Berdasarkan observasi lapangan permasalahan yang terjadi di desa Jatirejo yaitu minimnya pengetahuan ibu-ibu tentang penjualan berbasis online serta bagaimana strategi memasarkan produk melalui platform digital. Sejauh ini pelaku wirausaha perempuan di desa Jatirejo dalam penjualannya sebatas menggunakan story whatsapp, sehingga keuntungan yang dimiliki masih tergolong rendah. Kelemahan dari penggunaan whatsapp sebagai media promosi adalah keterbatasan segmen pasar yang ingin dijangkau. Untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi, maka solusi yang ditawarkan memberikan sosialisasi pemasaran digital bagi pelaku wirausaha Perempuan yang berada di desa Jatirejo. Melalui kegiatan ini pelaku wirausaha perempuan di desa Jatirejo, mendapat memanfaatkan sosial media seperti FaceBook, Instagram, Website, serta membuat akun berjualan di Marketplace (Bhakti Helvi Rambe, Fauziah Hanum, 2020). Masyarakat di Desa Jatirejo yang menjadi pelaku usaha kecil sebagian besar memproduksi makanan buatan sendiri. Kendala pemasaran yang terbatas untuk produk makanan ini diatasi dengan memberikan sosialisasi pelatihan teknik memanfaatkan sosial media seperti facebook, Tiktok dan instagram untuk meningkatkan penjualan (Werdani et al., 2020).

Tujuan sosialisasi ini untuk mengenalkan beberapa model pemasaran digital kepada para pelaku wirausaha Perempuan. Dengan memberikan beberapa pilihan pemasaran digital, diharapkan para ibu-ibu dapat memilih model pemasaran digital seperti apa yang sesuai untuk diterapkan di industri rumahan yang dikelolanya.

## METODE

Metode kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini dengan melakukan pelatihan dan sosialisasi pentingnya digital marketing bagi wirausaha perempuan di desa Jatirejo Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 28 – 29 Agustus 2023 di

damping oleh Kepala Desa Jatirejo dan Jajaran Perangkat Desa dalam memberikan pelatihan serta pengenalan dalam pemanfaatan sosial media (FB, Instagram, Tiktok, dan Youtube) sebagai media pemasaran dari UMKM yang dimiliki oleh para wirausaha perempuan di desa Jatirejo.

Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini telah mendapat persetujuan dari Kepala Desa Jatirejo, kemudian kegiatan ini terbagi menjadi 3 sesi, sesi pertama pemberian materi, sesi kedua tanya jawab, dan monitoring dan evaluasi kegiatan.

Pelaksanaan program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melalui beberapa tahapan, diantaranya:

1. Tahap Persiapan.

Langkah pertama yakni Observasi wilayah dan wawancara kepada Perangkat Desa Jatirejo untuk menggali informasi tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Jatirejo. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut terdapat ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha industry rumahan dalam mempromosikan produknya hanya sebatas membuat story whatsapp ada juga yang masih manual belum menggunakan media sosial lainya. Hasil wawancara dari salah satu pelaku UMKM bahwa pelaku usaha masih jarang yang menggunakan smartphone sehingga mengalami kesulitan dalam mempromosikan produknya yang lebih luas.

2. Sosialisasi kegiatan dilakukan kepada masyarakat desa yang terdiri dari perangkat desa, kepala dusun, pengurus RT/RW, pelaku usaha keripik kemplang, jamu, emping melinjo dan pelaku UMKM yang lainnya. Sosialisasi ini dilakukan secara langsung bertempat di kantor Balai Desa Jatirejo yang dihadiri oleh fasilitator UMKM Kominfo yakni Ibu Siska Auliya SE.,MM yang memberikan materi mengenai UMKM Go Online. Kegiatan sosialisasi berlangsung satu hari, dengan cakupan materi berupa pengenalan pemasaran digital secara umum. Sesi pertama ini bertujuan memperkenalkan secara singkat apa yang dimaksud dengan pemasaran digital, bentuk - bentuk pemasaran digital, dan kelebihan serta kekurangan tiap-tiap jenis pemasaran digital.



Gambar 2. Sosialisasi Digital Marketing

Dilanjutkan dengan mengenal teknik sosial media marketing. Saat ini memanfaatkan sosial media sebagai sarana memasarkan produk adalah strategi tepat dan relatif mudah. Peserta sosialisasi dikenalkan dengan beragam platform sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube. Peserta diberikan beberapa saran dalam memilih sosial media yang sesuai dengan target pasar. Misalnya, anjuran memilih instagram untuk pelaku usaha produk pakaian maupun makanan. Sosial media juga ampuh menjadi sarana promosi dan tidak memerlukan biaya pemasaran.

Pada akhir sesi dibuka tanya jawab untuk memastikan penerimaan materi sosialisasi ini. Peserta diberi kesempatan untuk bertanya jika ada kendala atau materi yang kurang dipahami. Pada sesi tanya jawab, permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah minimnya pengetahuan mengenai digital marketing atau pemasaran online. Pada sesi diskusi, para mitra UMKM dibekali dengan aplikasi yang dibutuhkan untuk pemasaran



Gambar 3. Sesi Tanya jawab

produk secara digital dan pelatihan dalam menggunakan perangkat dan aplikasi media sosial sehingga para pelaku UMKM dapat membuat atau menggunakan salah satu aplikasi digital online atau beberapa situs penjualan online dengan biaya minimal. Program pelatihan digital marketing kepada peserta seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube serta aplikasi Canva. Simulasi ini dibantu oleh Ibu Rita Nataliwati SE.,M.Ak dan Ibu Siti Musyarofah, SE., MM.

### 3. Monitoring dan evaluasi

Pelaku usaha yang telah diberikan pelatihan dan pendampingan tersebut seterusnya dilakukan monitoring. Monitoring ini berupa pengawasan account media sosial yang telah digunakan, apakah para pelaku usaha UMKM wirausaha Perempuan ini betul-betul mengaplikasikan dari pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan. Tahap monitoring ini melibatkan 3 pelaku usaha keripik kemplang terkait dengan beberapa pesanan yang masuk ke media social dari account usaha tersebut. Media sosial yang digunakan diberikan uji coba apakah pelaku usaha UMKM keripik kemplang dalam menghadapi proses penjualan secara digital. Dari pelaksanaan tahap monitoring dan evaluasi diharapkan pelaku UMKM mendapatkan skill baru tentang tata cara manajemen media social dan marketplace.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan ini adalah masyarakat dapat mengenal pentingnya digital Marketing untuk wirausaha perempuan di desa Jatirejo. Salah satu platform media sosial yang sedang populer dan digunakan banyak orang untuk pemasaran digital adalah media sosial diantaranya Instagram,WhatsApp, Facebook dan Tiktok. Pentingnya digital marketing dalam pengembangan usaha sehingga pangsa pasar pun juga luas. Dilanjut dengan langkah pembuatan akun jejaring sosial, serta hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan digital marketing, seperti membuat konten yang menarik, membuat promosi-promosi berupa diskon, menentukan segmentasi pasar, dan menentukan media jejaring sosial yang digunakan. Dalam kegiatan ini masyarakat diberikan materi cara strategi dalam pengenalan pemasaran pariwisata melalui konten singkat untuk promosi penjualan produk yang ada di daerahnya.



Gambar 4. Praktek menggunakan aplikasi

Respon para pelaku wirausaha perempuan di Desa Jatirejo terhadap kegiatan pelatihan dan sosialisasi digital marketing cukup baik dan sangat antusias. Selain itu setiap peserta yang mengikuti pelatihan di Desa Jatirejo juga membawa sample produk dari masing- masing UMKM, menunjukkan

interaksi yang aktif antara pengusaha dan narasumber untuk meningkatkan kualitas produk agar berdaya saing dan dapat dioptimalkan menjadi penjualan dan penghasilan Pedagang di Desa Jatirejo, serta dapat membantu mendorong pengembangan dan inovasi produk dan pentingnya nilai tambah produk untuk bersaing dengan bisnis kuliner lain dengan produk serupa dan para Pelaku bisnis online yang terus tumbuh. Salah satu faktor yang mengurangi penggunaan produk UMKM adalah para pengusaha belum melakukan pemasaran secara online. Mungkin beberapa UKM sudah memasarkan produknya secara online melalui media sosial, pameran dan lainnya. Namun dalam prakteknya masih belum optimal. Sehingga hasil yang diperoleh jauh dari optimal. Minimnya pengetahuan UMKM untuk beradaptasi dengan internet dan perkembangan teknologi menjadi tantangan dan persoalan yang perlu diatasi. Kehadiran program pengabdian masyarakat yang di laksanakan oleh dosen dan mahasiswa ini diharapkan dapat menjadi solusi pelaku wirausaha Perempuan yang sering kali terkendala dengan cara memasarkan melalui digital marketing. Melalui dukungan ini juga ke depan diharapkan pelaku usaha mikro di Desa Jatirejo Kecamatan Lamongan bisa memberdayakan sektor usaha mikro kecil hingga memiliki daya saing tinggi agar dapat bertahan menghadapi persaingan global.



Gambar 5. Hasil pembuatan penjualan melalui instagram

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berjalan dengan baik. Hal ini bisa dilihat dari mulai awal kegiatan hingga kegiatan berakhir. Pada saat pelaksanaan kegiatan, peserta yang hadir cukup banyak dan mengikuti kegiatan dengan cukup antusias dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan selama kegiatan sosialisasi dan saat praktek. Masyarakat sudah mulai memahami tentang pemanfaatan media sosial dan toko online. Dalam penyempurnaan kegiatan selanjutnya maka perlu adanya peningkatan pemahaman bagi kelompok wirausaha perempuan Desa Jatirejo kecamatan Lamongan mengenai strategi dalam berjualan.

## SARAN

Untuk kegiatan pengabdian berikutnya perlu adanya pendampingan dan edukasi terkait desain kemasan produk dan persyaratan yang terkandung di dalam kemasan tersebut. Karena kemasan produk merupakan salah satu bahan untuk mempromosikan produk mereka dan menciptakan citra merek yang kuat sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk dan peningkatan penjualan

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Sunaryo selaku Kepala Desa Jatirejo dan seluruh perangkat desa yang telah berkontribusi dan memberikan support penyelenggaraan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Ibu Siska Auliya SE.,MM sebagai praktisi digital marketing, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan serta Ibu Bapak Kasun, Ketua RT dan RW Desa Jatirejo, para tokoh Desa Jatirejo yang telah banyak membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Bayu, Dimas Jarot (2022). Nov,30. Data boks. Kata data. co.id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/30/survei-google-49-perempuan-indonesia-telah-berwirausaha>

- Desai, V., & Vidyapeeth, B. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196-200.
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., & Primatami, A. (2018). Pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan perempuan berwirausaha. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 161–167. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.229>
- Primadhita, Y., Primatami, A., & Budiningsih, S. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi perempuan berwirausaha online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(2), 81–90. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i2.322>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>
- Rahayu, F. P., Paselle, E., & Khaerani, T. R. (2021). Pelaksanaan Pelayanan Perizinan Berusaha Online Single Submission (OSS) Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Samarinda. *EJournal Administrasi Publik*, 9(2), 5018–5032.