

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA PEMASARAN PRODUK LOKAL DESA MANGUNSARI, KECAMATAN GUNUNGPATI, KOTA SEMARANG

**Dyah Ika Kirana Jalantina¹, Maria Magdalena Minarsih², Dewi Fatmasari³, Rini Fadilah⁴,
Dewi Febriani⁵**

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi, Universitas Pandanaran, Semarang

Email : dyah.ika@unpand.ac.id

Abstrak

Penggunaan sosial media mengalami peningkatan pesat dewasa ini termasuk dalam penggunaannya sebagai platform untuk transaksi bisnis. Perubahan perilaku membeli konsumen dari pembelian offline ke pembelian secara online mendukung tingginya penggunaan sosial media oleh masyarakat di seluruh Indonesia bahkan dunia. Salah satu platform yang banyak digunakan masyarakat sebagai ajang transaksi bisnis secara online adalah marketplace facebook. Hal ini membuat banyak pelaku bisnis mempromosikan produk atau jasa melalui platform tersebut dengan berbagai alasan diantaranya adalah kemudahan akses, tidak dikenakan biaya serta dapat mempromosikan aneka ragam produk. Sosialisasi sekaligus pelatihan digital marketing yang dilakukan terhadap masyarakat desa Mangunsari kecamatan Gunungpati ini bertujuan untuk lebih memperkenalkan fungsi marketplace facebook agar dapat digunakan sebagai sarana promosi dengan optimal sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Keywords : Digital Marketing, Pemasaran Sosial Media, Marketplace Facebook.

Abstract

The use of social media has increased rapidly nowadays, including its use as a platform for business transactions. Changes in consumer buying behavior from offline purchases to online purchases support the high use of social media by people throughout Indonesia and even the world. One platform that is widely used by people as a place for online business transactions is the Facebook marketplace. This makes many business people promote products or services through this platform for various reasons, including ease of access, no fees and being able to promote a variety of products. The socialization and digital marketing training carried out for the people of Mangunsari village, Gunungpati sub-district aims to introduce more of the Facebook marketplace function so that it can be used as an optimal promotional tool so as to increase product sales.

Keywords: Digital Marketing, Social Media Marketing, Facebook Marketplace

PENDAHULUAN

Perubahan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk dewasa ini dari pembelian secara offline menjadi pembelian online membuat para pelaku usaha harus merubah strategi pemasaran produknya yaitu dengan pemasaran online (digital marketing). Digital marketing merupakan strategi dalam mempromosikan suatu produk ataupun jasa menggunakan platform digital dan internet yang mencakup berbagai metode dan alat untuk menjangkau konsumen secara lebih luas sekaligus melakukan interaksi dengan efektif (Rahayu, Awa, Yulianingsih, Kusuma, & Amanah, 2023). Beberapa manfaat yang diperoleh dalam menggunakan digital marketing antara lain adalah promosi yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas, efisiensi biaya dan waktu yang tak terbatas (Wisnuaji, Rachmawati, & Sudari, 2023).

Digital marketing mempunyai beberapa elemen utama meliputi situs web yang merupakan pusat dari semua aktivitas pemasaran online, Search Engine Optimization (SEO) yang dapat mengoptimalkan situs web agar muncul di hasil pencarian Google, Search Engine Marketing (SEM) menggunakan iklan berbayar. Media sosial dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, TikTok untuk berinteraksi dengan konsumen, Email Marketing kepada konsumen prospektif, Content Marketing untuk menarik konsumen, Pay Per Click (PPC) Advertising yaitu iklan di platform digital dan membayar setiap kali diklik, Affiliate Marketing bermitra dengan pelaku bisnis untuk mempromosikan produk dengan komisi, Influencer Marketing yaitu bermitra dengan influencer

untuk mempromosikan produk kepada customer mereka, Analitik dan Pelaporan untuk melacak kinerja promosi dan membuat keputusan berdasarkan data. Adapun digital marketing dalam program pengabdian ini mengkhususkan pada media sosial marketing yaitu marketplace facebook. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi online memungkinkan terjangkaunya konsumen di seluruh Indonesia bahkan dunia sehingga tidak menutup kemungkinan terjadi pemasaran secara global.

Penggunaan secara optimal platform digital seperti marketplace facebook memungkinkan pemanfaatan teknologi yang bisa berdampak secara ekonomi sekaligus dapat meningkatkan kegiatan pemasaran produk dengan lebih terstruktur dan profesional dengan pengetahuan teknologi minimal (Isharina, Ismail, & Barinta, 2024). Sosialisasi digital marketing ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Pandanaran di Desa Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan baru tentang strategi pemasaran secara online (digital marketing) kepada pelaku usaha produk lokal. Masyarakat setempat terutama ibu rumah tangga memproduksi aneka makanan berbahan baku lokal seperti keripik batang pisang, keripik daun sirih, tahu bakso, keripik talas dan aneka makanan tradisional. Promosi dilakukan secara konvensional yaitu dari mulut ke mulut sehingga jangkauannya kurang luas dengan pangsa pasar yang terbatas. Pelatihan digital marketing diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk mendukung penjualan produk serta memperluas jaringan sosial.

Fenomena masalah yang menjadi latar belakang kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat setempat tentang penggunaan platform digital marketing dalam promosi produk yang dihasilkan agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.
2. Keterbatasan informasi yang diterima tentang bagaimana melakukan pemasaran online melalui media sosial marketplace facebook untuk memperluas jaringan pemasaran sekaligus meningkatkan volume penjualan.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa komponen yaitu :

1. Persiapan

Tahap pertama kegiatan pengabdian ini adalah persiapan meliputi :

- Koordinasi dengan Ibu RW setempat
Disampaikan tujuan kegiatan ini beserta sasarnya yaitu ibu-ibu pelaku usaha kecil berbahan lokal. Ibu RW kemudian menyampaikan kepada warga sekitar akan diselenggarakannya sosialisasi sekaligus pelatihan digital marketing dalam hal ini yang digunakan adalah platform marketplace facebook
- Pemberitahuan akan diadakannya sosialisasi dan pelatihan dengan flyer online yang di postin pada grup WhatsApp RW setempat.



Gamba 1. Flyer acara sosialisasi Digital Marketing

- Identifikasi produk yang dihasilkan, antara lain adalah seperti gambar dibawah ini :



Gambar 2. Foto aneka produk lokal hasil olahan ibu-ibu warga setempat

- Pembuatan materi berupa PPT yang akan dipresentasikan dengan isi :
 - Pengertian digital marketing
 - Alasan mengapa harus menggunakan digital marketing
 - Strategi digital marketing
 - Social media marketing
 - Optimalisasi marketplace facebook
 - Tutorial masuk marketplace facebook
2. Pelaksanaan
- Pengenalan Digital Marketing dengan penyampaian materi
- Digital marketing sebagai media informasi pemasaran online dan pengembangan usaha kecil. Konsep digital marketing diperkenalkan tentunya dengan bahasa dan kalimat yang mudah dipahami. Digital marketing adalah pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan dengan media digital. Tujuan dari pemasaran ini adalah terjangkaunya secara maksimal target konsumen secara tepat dan cepat. Lebih spesifik adalah pentingnya media sosial dalam menjangkau target pasar yang lebih luas. Media sosial seperti facebook, Instagram dan TikTok dapat berfungsi sebagai media pemasaran digital.
- Sosialisasi digital marketing sekaligus praktik diikuti oleh 23 pelaku usaha setempat yaitu ibu rumah tangga yang mempunyai usaha memproduksi makanan kecil dalam upaya peningkatan pendapatan keluarga. Produknya antara lain berupa keripik batang pisang, keripik daun sirih, keripik daun belimbing wuluh, keripik daun kelor serta aneka jajanan dan makanan basah tradisional seperti onde-onde, arem-arem, kue putu dan lainnya. Produk seperti keripik sudah dikemas cukup bagus menggunakan standing pouch sehingga tetap aman dan kedap udara kemudian juga disertakan merek dan nama produk sehingga memudahkan konsumen dalam mengenali produk.
- Berikut adalah materi yang di sampaikan dalam bentuk PPT

Berikut adalah materi yang disampaikan dalam bentuk PPT



Gambar 3. Materi PPT



Gambar 4. Penyampaian materi digital marketing

- Mengoptimalkan Media Sosial

Disampaikan penggunaan media sosial secara optimal dan efektif untuk meningkatkan penjualan produk. Peserta akan diajarkan bagaimana membuat konten yang menarik perhatian konsumen, memanfaatkan fitur seperti Instagram stories, facebook live dan TikTok untuk promosi bisnis serta membangun hubungan dengan konsumen lewat media sosial.



Gambar 5. Materi memanfaatkan media sosial marketing



Gambar 6. Materi optimisasi media sosial marketing

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi sekaligus pendampingan tentang digital marketing ini bertujuan membantu masyarakat setempat dalam mempromosikan produk secara online yang menarik dan inovatif

1. Peningkatan Pengetahuan tentang sosial media marketing

Beberapa strategi tentang media sosial marketing yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan konsumen diantaranya adalah :

- Menentukan target pasar termasuk dari sisi demografi (umur, jenis kelamin, pekerjaan dan lain-lain), kegemaran dan juga perilaku membelinya. Hal ini akan membantu pemasar dalam membuat konten dan pesan agar sesuai dengan target pasar yang dimaksud.
- Ketepatan memilih platform karena masing-masing platform media sosial mempunyai karakteristik penonton yang berbeda
- Melakukan branding yang konsisten memastikan konten tentang produk yang dipromosikan adalah sama pada semua platform media sosial. Hal ini akan membangun brand image yang kuat serta mudah dikenali.
- Kualitas konten yaitu konten yang menarik, informatif dan relevan menggunakan berbagai format seperti teks, gambar maupun video
- Penggunaan hastag yang relevan, sesuai dengan bahasan topik untuk jangkauan pasar lebih luas
- Interaksi dengan audiens dengan menjawab pertanyaan atau menanggapi komentar serta berterimakasih kepada pemirsanya.

2. Praktek Menggunakan Marketplace Facebook

Pada pelatihan ini, warga langsung praktik terkait :

- Membuat akun sebagai penjual di platform facebook. Akun ini berbeda dengan akun pribadi karena nantinya akan berisi tentang informasi produk baik spesifikasi produk maupun harga.
- Membuat, mendesain sekaligus mengupload foto-foto produk yang akan dijual di platform marketplace facebook
- Optimalisasi penggunaan marketplace facebook dengan mengetahui tips meningkatkan penjualan misalnya membuat judul jualan di marketplace yang menarik sehingga konsumen berminat melihatnya.



Gambar 7. Tutorial penggunaan marketplace facebook



Gambar 8. Tim Pengabdian dengan sebagian peserta pelatihan

SIMPULAN

Setelah mengadakan kegiatan sosialisasi sekaligus pendampingan digital marketing pada masyarakat Desa Mangunsari Kecamatan Gunungpati maka dapat disimpulkan bahwa warga sebenarnya sudah berinovasi membuat makanan yang menarik dan layak jual dengan memanfaatkan bahan lokal yang ada seperti keripik batang pisang, keripik dajun sirih dan daun kelor. Beberapa produk diatas adalah hasil inovasi setelah melakukan beberapa kali percobaan.

Warga setempat juga sudah terbiasa menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram walaupun sebatas penggunaan akun pribadi untuk sekedar memposting foto-foto atau peristiwa menarik. Sedangkan penggunaan media sosial untuk melakukan promosi produk secara teknis belum dilakukan karena terbatasnya pengetahuan. Dengan adanya sosialisasi sekaligus pelatihan digital marketing ini maka pelaku bisnis setempat sudah dapat mempunyai akun bisnis untuk dapat mempromosikan produk sekaligus berjualan secara online. Harapannya produk lokal tersebut semakin dikenal luas tidak hanya di daerah Semarang saja namun juga menjangkau ke seluruh Indonesia dan tidak menutup kemungkinan menjangkau ke seluruh dunia. Dengan adanya pasar yang semakin luas maka penjualan produk akan semakin meningkat sehingga dapat meningkatkan pula pendapatan rumah tangga secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

Kadarisman, M, 2019, The influence of government and MUI mediations towards marketing strategy of Warteg and its impact on developing MSMEs in Jakarta, Indonesia. Cogent Business & Management, No.1, Vol.6.

- Lukiyana, L., & Yusuf, N. M. ,2022, The Influence of Digital Marketing and E-commerce on MSME Marketing Performance with Entrepreneurship Orientation as Moderating.
- Putri Salma N, D. A. (2021). Produk Lokal Yang Mendunia Sebagai Bentuk Implementasi Pancasila. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 937-943.
- Setiawan, E. (2014). analisis sikap konsumen terhadap produk fashion lokal dan impor. *Jurnal Economia*, 38-47.