



PELATIHAN KOMPETENSI DAN BIMBINGAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS KEWIRAUSAHAAN ANGGOTA PKK DESA GUNASARI KABUPATEN SUMEDANG

Sari Sri Handani¹, Dena Mustika², Rini Ayu Susanti³, Hendra Prijatna⁴

^{1,2,3,4}Prodi Pendidikan IPS, FKIP. Universitas Bale Bandung

email: sari.sri.handani@gmail.com

Naskah diterima; Agustus 2022; disetujui Oktober 2022; publikasi online Desember 2022

Abstrak

Penulisan jurnal pengabdian pada masyarakat ini merupakan hasil dari kegiatan yang dilaksanakan untuk dapat memberikan sosialisasi pentingnya memiliki kompetensi dan memahami digital marketing untuk peningkatan kapasitas kewirausahaan dan juga tantangan era revolusi industri 4.0. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Gunasari Kecamatan Sumedang Selata, kabupaten Sumedang. Pelatihan dan bimbingan ini diberikan kepada anggota PKK Desa Gunasari. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kompetensi dan kemampuan digital marketing dengan harapan dapat meningkatkan kapasitas berwirausaha. Sehingga atas ketercapaian tersebut diharapkan dapat membentuk kemandirian serta penguatan ekonomi keluarga dan masyarakat.

Kata Kunci : Kompetensi, Digital Marketing, Entrepreneurship

Abstract

The writing of this community service journal is the result of activities carried out to be able to provide socialization of the importance of having competence and understanding digital marketing for increasing entrepreneurial capacity and also the challenges of the industrial revolution 4.0 era. This community service activity was carried out in Gunasari Village, South Sumedang District, Sumedang Regency. This training and guidance was given to PKK members in Gunasari Village. This activity is carried out as an effort to improve digital marketing competencies and capabilities in the hope of increasing entrepreneurial capacity. So that this achievement is expected to form independence and strengthen the family and community economy.

Keywords: Competence, Digital Marketing, Entrepreneurship

A. PENDAHULUAN

Saat ini kehidupan manusia berada pada era revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan pesatnya ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan digital, banyak dampak yang dirasakan akibat dari kemajuan-kemajuan serta perubahan yang terjadi. Era ini melahirkan fenomena disrupsi pada sebagian besar pranata kehidupan masyarakat. Era revolusi industri 4.0 melahirkan lompatan besar teknologi dengan adanya symptom pemanfaatan teknologi informasi dan

komunikasi secara masiv dan optimal pada berbagai elemen masyarakat. Proses digitalisasi yang semakin cepat mengharuskan setiap manusia untuk siap bertransformasi secara digital. Kehadiran teknologi sebagai bagian dari kebutuhan masyarakat semakin mempertegas wawasan terhadap teknologi.

Di masa pandemi dan juga era digital ini mengharuskan masyarakat untuk mengubah pola pemikiran diantaranya dalam berwirausaha. Semula dengan memasarkan produk-

produk secara offline, di era digital ini para wirausahawan dituntut untuk memasarkan dan juga berniaga secara Online yang dikenal dengan digital marketing. Selain dari itu masyarakat dituntut untuk melek teknologi sekaligus sebagai kebutuhan yang sangat vital. Digitalisasi saat ini sudah merupakan keharusan, termasuk didalamnya aspek pemasaran. Beralih digital itu juga harus disertai jiwa kewirausahaan yang terus meningkatkan kapasitasnya, cerdas, dan cermat dalam memilih produk yang akan dipasarkan.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat khususnya kepada anggota PKK di Desa Gunasari melalui pelatihan kompetensi dan bimbingan digital marketing bertujuan untuk peningkatan kapasitas berwirausaha. Kegiatan ini merupakan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Melalui pemberdayaan, diharapkan tercipta suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (enabling), serta memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (empowering). Tujuan akhir pemberdayaan masyarakat adalah memandirikan masyarakat, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara bersinambungan. Pemberdayaan ekonomi rakyat tidak hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga merupakan tanggung jawab masyarakat.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kegiatan PKM untuk anggota PKK Desa Gunasari ini berlangsung pada bulan Januari 2022, dan terbagi atas 3 tahap sebagai berikut:

1. Tahap Pertama (Persiapan)

Tahapan persiapan PKM ini dilakukan dengan menggunakan metode diskusi dan wawancara dengan pengurus PKK. Diskusi dilakukan untuk mencari permasalahan yang sedang dihadapi oleh anggota PKK. Hasil diskusi menunjukkan realita sebagai berikut:

a. Anggota PKK Desa Gunasari memiliki

permasalahan kurang melek teknologi

- b. Rendahnya kemampuan marketing sehingga pemasaran hanya lingkup kecil seperti keluarga, teman dan warung-warung di Desa Gunasari.
- c. Adanya bantuan dari pemerintah Provinsi Jawa Barat berupa peralatan memasak dan juga membuat kue serta mesin jahit Artinya, Pemprov Jabar telah membukakan jalan agar anggota PKK mulai melakukan kewirausahaan pada sektor kuliner dan juga fashion.
- d. Anggota PKK mengalami kesulitan dalam mempromosikan hasil usaha kuliner dan juga produk yang lain. Mereka hendak memasarkan barang ke media sosial tetapi tidak tahu bagaimana cara memasarkan barang lewat media sosial itu bahkan ada yang belum bisa menggunakan sosial media.
- d. Anggota PKK memiliki hambatan kepercayaan diri dalam mengomunikasikan produk mereka.

2. Tahap Kedua (Pelatihan dan Bimbingan)

Tahapan pelatihan dan bimbingan diisi dengan kegiatan-kegiatan untuk mitra yaitu anggota PKK, sebagai berikut:

- a. Pemberian pengetahuan kompetensi berswirausaha.
- b. Pemberian pengetahuan dan bimbingan ketrampilan digital marketing, dalam bentuk sebagai berikut :

Tabel 1. Materi Pelatihan

No	Materi Pelatihan
1	Adopsi Digital Bagi Bisnis - Entrepreneurial Mindset - Mengapa Go digital? - Konsep Pemasaran Digital - Praktek pemasaran digital
2	Dasar Media Digital - Pembuatan Email Go
3	Pengenalan Google Bisnis, Website dan SEO

No	Materi Pelatihan
4	Sosial Media Marketing - Panduan Pemanfaatan Sosial Media (Whatsapp, Facebook dan Instagram) - Praktek pemanfaatan sosial media
5	Pemasaran Konten - Dasar-dasar pembuatan konten pemasaran - Copywriting - Praktek konten pemasaran - Panduan design grafis canva - Praktek canva - Panduan fotografi produk pemasaran konten
6	Mengelola Toko Online - Konsep took online - Praktek took online

- c. Bimbingan dan pemompaan motivasi agar peserta melakukan ketrampilan digital marketing dengan tekun, untuk publikasi di media sosial masing-masing.

Tujuan dari aspek pelatihan adalah: munculnya keberanian dalam mengomunikasikan produk digital marketing peserta di media sosial masing-masing. Adapun tujuan dari aspek bimbingan adalah: munculnya ketrampilan mengomunikasikan produk kuliner para peserta secara tepat menurut konsep digital marketing di media sosial mereka masing-masing. Untuk itu, setiap peserta diajarkan dan diarahkan untuk: a. Menciptakan kata-kata yang tepat dalam memproduksi pesan pemasaran produk mereka. b. Menciptakan hasil foto yang tepat dalam memproduksi pesan pemasaran produk mereka. c. Selanjutnya mampu memposting hasil karya mereka di media sosial yang disasanya.

3. Tahap Ketiga (Pendampingan)

Tahapan pendampingan diisi dengan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- Pendampingan pelaksanaan ketrampilan digital marketing.
- Monitoring dan evaluasi kegiatan PKM

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mitra anggota PKK Desa Gunasari

Kecamatan Sumedang Selatan, Kabupaten Sumedang cukup dirasakan membawa dampak positif yang signifikan bagi perkembangan usaha anggota PKK, terdapat kenaikan kualitas pemasaran sehingga menaikkan kuantitas produksi produk-produk anggota PKK. Pengetahuan akan pemasaran berbasis online pun juga sudah dimiliki oleh anggota PKK, sehingga di masa pandemi seperti saat ini dapat sangat membantu dalam proses pemasaran hasil produksi kuliner dan juga fashion. Indikator keberhasilan dari program PKM ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Program PKM

No	Indikator Keberhasilan	Uraian
1	Kapasitas hasil produksi volume penjualan	Terjadi peningkatan volume kapasitas dan volume penjualan sebesar 20%, akibat digital marketing.
2	Ketepatan waktu dalam pemenuhan order dari konsumen	Terjadi kenaikan kedisiplinan dan juga komitmen yang tinggi dari para peserta pelatihan untuk segera memenuhi pemesanan dari konsumen sebagai konsekuensi dari mempertahankan kepercayaan konsumen dan juga menghindari kekecewaan dan penilaian buruk dari konsumen
3	Dimilikinya media online Instagram dan market place di Facebook serta Shopee untuk memasarkan hasil produksi anggota PKK	Dengan adanya media pemasaran online diharapkan mampu memperluas jaringan pemasaran hasil produksi anggota PKK
4	Meningkatnya jumlah anggota mitra dari kalangan generasi muda	Generasi muda menjadi andalan dalam menjalankan pemasaran berbasis online terkait dengan pengetahuan mereka yang lebih baik dibidang teknologi informasi

Semua materi di atas disampaikan ketika aktivitas PKM berlangsung. Namun begitu masuk ke dalam sesi tanya-jawab, di mana peserta menyatakan ketidapahamannya tentang apa yang harus ditulis, maka tim PKM pun mengubah strategi dengan langsung

mengajarkan peserta akan pentingnya membuat lima hal mendasar berikut:

1. Brand/merek
2. Nama produk
3. Pencantuman harga, jika dirasa perlu
4. Pencantuman identitas singkat dan nomor telepon atau link order, jika itu relevan.
5. Kata-kata promosi seperti enak, nikmat, menggugah selera,nyaman dipakai, sesuai selera dll

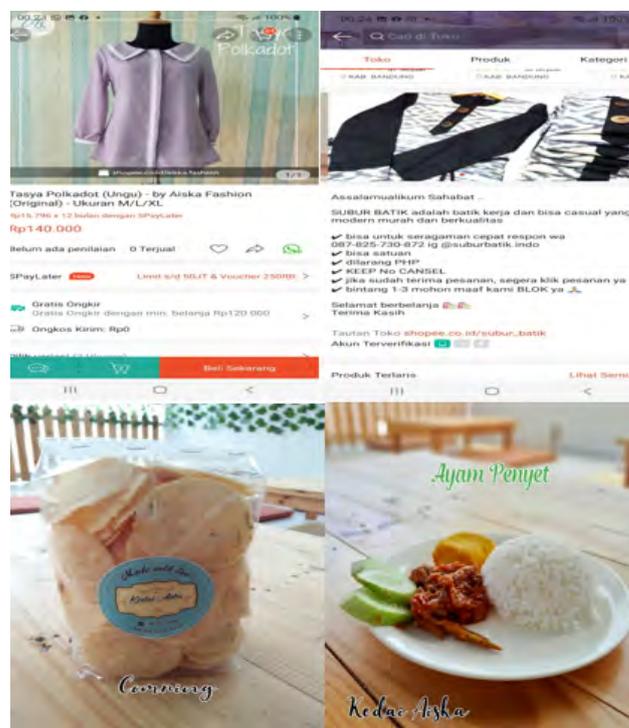
Dialog dan diskusi yang dilakukan oleh Tim PKM adalah perlu untuk memahami kemampuan dan adaptasi audiens atas materi yang diberikan. Itulah sebabnya, ketika Tim PKM melihat rendahnya kapasitas peserta dalam memahami pengetahuan yang diberikan, maka Tim PKM pun langsung melakukan penyesuaian yang dianggap perlu. Pemberian materi baru dalam bentuk yang tertulis pada alinea di atas, diasumsikan relatif tepat untuk membuat peserta kembali ke dalam suasana dan sasaran PKM yang telah direncanakan sebelumnya. Sebagai implementasi dari tata laksana PKM dan adaptasi berupa penambahan materi yang diberikan, hasilnya relatif terlihat.

Pertama, peserta kemudian berdiskusi untuk menetapkan terlebih dahulu brand. Setelah itu, peserta yang mampu langsung melakukan pemotretan dengan telpon seluler, dan merangkainya dalam dua aplikasi yang diajarkan oleh Tim PKM, yaitu Canva dan sellury. Canva adalah aplikasi untuk melakukan rekayasa foto. Adapun Sellury adalah aplikasi untuk merangkaikan hasil rekayasa foto tadi dengan kata-kata yang diinginkan. Tidak semua peserta langsung dapat mempraktikkan pembuatan karya digital marketing ini. Akan tetapi 22 orang yang mempunyai kemampuan adaptasi yang cepat dengan teknologi smartphone segera langsung dapat melakukannya. Ini terlihat dari hasil karya mereka pada gambar berikut;



Gambar 1. Pelatihan Kompetensi dan Bimbingan Digital Marketing

Tim PKM terus menggugah kemauan dan keterampilan peserta untuk dapat menghasilkan karya digital marketing yang lebih tinggi. Diingatkan kembali akan pentingnya penggunaan minimal lima aspek yang telah diajarkan (brand/merek, nama produk, pencantuman harga jika dirasa perlu, pencantuman identitas singkat dan nomor telepon jika itu dianggap relevan, dan keperluan akan kata-kata yang berbau promosi). Bersamaan anggota PKK ini kemudian saling bekerjasama, untuk kemudian mereka mampu menghasilkan karya seperti terlihat pada Gambar berikut.



Gambar 2. Hasil Langsung Karya Digital Marketing pada Hari Pelaksanaan PKM

Pelatihan digital marketing tersebut diberikan pelatihan pemasaran berbasis internet, terutama anggota mitra yang memiliki perangkat Handphone yang mendukung untuk menginstal beberapa aplikasi media pemasaran online seperti Shopee, Instagram dan juga Facebook. Kendala pada pelaksanaan kegiatan ini adalah pada masih minimnya anggota yang memiliki perangkat Handphone yang kompatibel untuk hal tersebut, dan juga kendala pada sebagian besar anggota mitra yang sudah tua sehingga kurang begitu mahir dalam mengoperasikan media sosial sebagai sarana pemasaran online.

Diskusi Tim PKM dengan anggota PKK setelah pelaksanaan kegiatan, menyepakati bahwa mitra membutuhkan waktu untuk belajar sendiri di rumah untuk mempraktekkan ilmu dan pengetahuan baru yang telah mereka dapatkan. Disepakati bahwa Tim PKM akan kembali 1 minggu setelah hari pelaksanaan untuk melihat dan mendampingi anggota PKK jika mengalami kesulitan dalam praktik digital marketing. Pelaksanaan kegiatan PKM sendiri dilakukan pada tanggal 14 Januari 2022. Ketika Tim PKM kembali mendatangi lokasi mitra pada tanggal pendampingan yang disepakati, inilah kenyataan yang berhasil dikumpulkan: 1. Dari 30 anggota PKK yang dilatih, 22 orang telah berhasil membuat karya digital marketing, dan mempostingnya di media sosial mereka masing-masing. 2. Sebanyak 8 orang masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut, baik dari Tim PKM, dan juga dari teman-teman mereka yang sudah mampu melakukan karya digital marketing.

Memperhatikan hasil PKM berupa karya digital marketing yang ditunjukkan di atas, terlihat perubahan yang secara tahapan-tahapannya relatif signifikan. Peserta yang awalnya tidak memiliki kompetensi berwirausaha dan digital marketing menjadi memilikinya dan ada kemauan untuk melanjutkan usaha secara kontinyu; yang awalnya tidak memiliki ketrampilan digital marketing menjadi memilikinya, yang awalnya tidak memiliki postingan promosi produk di media sosial menjadi memilikinya. Hanya saja, tidak semua mampu. Dari 30 peserta, hanya

22 yang mampu dan melakukannya secara baik.

Hasil evaluasi dan monitoring yang dilakukan oleh Tim PKM memperlihatkan bahwa berbagai masalah rumah tangga dan kapasitas kemauan diri menjadi penyebabnya. Sejalan dengan hal itu bahwa studi yang dilakukan oleh Ariansyah dkk (2021) menunjukkan motivasi adalah salah satu hambatan dalam pengembangan individu untuk terlibat lebih jauh dalam bisnis e-commerce.

D. KESIMPULAN

Kegiatan PKM yang bertujuan untuk memberikan solusi secara tuntas atas segala permasalahan yang dihadapi oleh anggota PKK dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan luaran yang sesuai dengan yang ditargetkan. Kemandirian mitra di masa yang akan datang terkait kompetensi berwirausaha dan kemampuan untuk memasarkan produk secara online menjadi kunci sukses dalam menghadapi tantangan perkembangan jaman .

Diperlukan sinergisitas yang kuat antara mitra (anggota PKK dan juga masyarakat) sebagai sebuah usaha mikro dengan pemerintah desa setempat dan juga instansi terkait terutama Disperindagkop Kabupaten Sumedang dan juga Diskominpo, tidak hanya dalam bentuk pemberian bantuan saja tanpa disertai dengan adanya peningkatan kapasitas skill dan ketrampilan anggota PKK dalam berinovasi dan juga dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi untuk digital marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Bale Bandung yang telah memfasilitasi pelatihan penulisan karya ilmiah dosen sampai dengan publikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ariansyah, Kasmad, Emyana Ruth Eritha

Sirait, Badar Agung Nugroho, Muhammad Suryanegara(2021).Drivers of and Barriers to e-commerce Adoption in Indonesia: Individuals' Perspectives and the Implications. Journal of Telecommunications Policyno 45 code 102219.Journal homepage: www.elsevier.com/locate/telpol.

Camuffo, A., F. Gerli, dan P. Gubitta. 2012. Competencies matter: modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, Vol. 19, No. 1, hlm: 48-66.

Marketer, S. (2017). Pengertian Digital Marketing, Kelebihan, dan Kelemahannya. SEO Market Digital Marketing: <https://seomarket.id/pengertian-digital-marketing-kelebihan-dankelemahannya/>

Nadya. 2016. Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.

Pangestika, Nadia. 2018. Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling.

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.

Roblesa, L., dan M. Z. Rodrigueza. 2015. Key Competencies for Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, Vol. 23, No., hlm: 828 – 832.

Zahra, S. A., I. Filatotchev, dan M. Wright. 2009. How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity. *Journal of Business Venturing*, Vol. 24, No., hlm: 248-260