

PELATIHAN INTERNET MARKETING UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI WARGA RW 11 KELURAHAN MARGAHAYU KECAMATAN BEKASI TIMUR KOTA BEKASI

Uus Rusmawan¹, Lionie², Harjunadi Wicaksono³
Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

Corresponding author: uus.rusmawan@undira.ac.id



Diterima : 23/02/2022
Direvisi : 15/05/2022
Dipublikasi : 31/05/2022

Abstrak: Pandemi telah mengubah banyak hal dalam kehidupan masyarakat Indonesia saat ini, mulai dari cara belajar, peraturan kerja, melakukan perjalanan, dan aktivitas lainnya di berbagai bidang. Dalam aspek ekonomi, pandemi telah menyebabkan penurunan daya beli masyarakat akibat banyak karyawan yang dirumahkan karena pemerintah menerapkan aturan jumlah karyawan dalam perusahaan dan lembaga pemerintahan. Dampak ekonomi yang luar biasa akibat pandemi ini menjadi sebuah tantangan dan kewajiban bagi kampus untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya membantu agar masyarakat dapat bertahan hidup ditengah kesulitan ekonomi ini. Salah satu alternatif pengabdian kepada masyarakat dari pihak kampus adalah dengan mengadakan pelatihan Internet Marketing untuk meningkatkan penjualan produk / jasa rumahan yang dimiliki oleh warga sekitar kampus. Hal utama yang menjadi prioritas dalam kegiatan ini adalah memotivasi warga untuk melakukan inovasi dan kreatifitas agar dapat melakukan penjualan produk / jasa yang dimiliki secara online melalui Internet Marketing atau bahkan melakukan aktivitas wirausaha sekalipun warga tidak memiliki produk dan jasa yang diharapkan nantinya akan berkembang pada pemanfaatan berbagai media sosial untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki oleh warga setempat atau dengan sistem *dropshiper* dan *reseller* seperti pemanfaatan *instagram*, *facebook*, *youtube*, *market place* seperti *tokopedia*, *OLX*, *bukalapak*, *lazada* dan sejenisnya. Mengingat hampir semua warga memiliki media berupa telepon genggam, maka diharapkan pelatihan ini dapat menggiring warga kearah yang lebih positif dan bermanfaat dalam menggunakan HP sehingga dalam kesehariannya bukan hanya menghabiskan pulsa untuk hal-hal yang sia-sia, tetapi sebaliknya, dengan memanfaatkan HP dan laptop / PC warga memiliki penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Kata kunci: *dropshiper*, motivasi, inisiatif, kreatifitas, pandemi, produk, *reseller*

Abstract: The pandemic has changed many things in the lives of Indonesian people today, starting from the way they study, work regulations, travel, and other activities in various fields. In the economic aspect, the pandemic has caused a decline in people's purchasing power due to many employees being laid off because the government has implemented a regulation on the number of employees in companies and government institutions. The extraordinary economic impact of this pandemic has become a challenge and an obligation for campuses to serve the community in an effort to help people survive in the midst of this economic difficulty. One alternative to community service from the campus is to hold Internet Marketing training to increase sales of home-based products / services owned by residents around the campus. The main thing that is a priority in this activity is to motivate residents to innovate and be creative in order to be able to sell products / services they have online through Internet Marketing or even carry out entrepreneurial activities even though residents do not have products and services that are expected to later develop in the use of various social media to market products and services owned by local residents or with a dropshipper and reseller system such as using Instagram, Facebook, YouTube, market places such as Tokopedia, OLX, Bukalapak, Lazada and the like. Considering that almost all residents have media in the form of mobile phones, it is hoped that this training can lead residents to be more positive and useful in using cellphones so that in

their daily lives they don't just spend credit for useless things, but on the contrary, by using cellphones and laptops. / PC residents have additional income to meet the needs of daily life.

Keywords: *dropshipper, motivation, initiative, creativity, pandemic, product, reseller*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang demikian cepat sejak ditemukannya internet menuntut kita untuk terus berpacu dengan kemajuan jaman. Di sisi lain dunia ekonomipun bergerak seiring dengan perkembangan teknologi tersebut. Sejalan dengan itu jumlah pengguna internet di dunia dan khususnya di Indonesia terus meningkat, ditambah lagi dengan munculnya berbagai media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *youtube*, *telegram*, *whatsapp* dan sejenisnya semakin menyemarakkan dunia maya.

Berikut ini adalah data pengguna internet di indonesia : Pengguna Youtube di Indonesia sebanyak 88% dari jumlah populasi. Pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 84% dari jumlah populasi. Pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 82% dari jumlah populasi. Pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 79% dari jumlah populasi (Sumber :<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>). Jumlah pengguna facebook di Indonesia tahun 2020: 130 juta jiwa. Prosentase pengguna Facebook berjenis kelamin perempuan: 44,4%. Prosentase pengguna Facebook berjenis kelamin laki-laki: 55,6%. (Sumber :<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>).

Jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2020: 63 juta jiwa. Prosentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan: 50,8%. Prosentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki: 49,2% (Sumber :<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>). Data-data diatas menunjukkan betapa banyaknya pengguna internet dan media sosial di Indonesia, yang berarti begitu banyak "CALON PEMBELI" dari produk yang kita miliki atau produk orang lain dengan model transaksi *dropshipper* dan *reseller* untuk ditawarkan kepada mereka. Calon pembeli produk kita bisa dari berbagai kalangan, terlebih jika produk tersebut berupa kebutuhan primer (sandang, pangan dan papan). Seiring dengan kemajuan teknologi dan media transportasi atau jasa kurir pengantar, maka semua produk yang kita miliki mempunyai prospek yang bagus untuk dipasarkan.

Saat ini konsumen bisa memesan dan membeli barang apapun yang mereka butuhkan melalui telepon genggam yang setiap saat ada di tangan konsumen. Bahkan sampai kuliner berupa minuman ringan saja, saat ini bisa dipesan oleh konsumen dari rumah (sambil tiduran) dan diantar oleh jasa kurir jogek, grab khusus pengantar barang. Atas dasar kondisi tersebut, maka dengan ini kami menggagas sebuah kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) berupa pelatihan *Internet Marketing* yang difokuskan pada model *dropshipper* dan *reseller* sebagai sarana promosi produk secara *online* untuk memasarkan produk - produk rumahan atau jasa yang dimiliki oleh warga.

Sejalan dengan paparan diatas rumusan masalah dalam kegiatan PKM : Bagaimana memanfaatkan peluang banyaknya pengguna internet dan media sosial di Indonesia sebagai calon pembeli produk atau jasa, Bagaimana cara memasarkan produk atau jasa di internet dan media sosial, Platform dan produk jenis apa saja yang paling potensial untuk sukses dalam memasarkan produk di media sosial secara *online* melalui sistem *dropshipping* dan *reseller*.

Ruang lingkup kegiatan PKM adalah sebagai berikut: Peserta adalah warga RW 11 Kelurahan Margahayu Kota Bekasi yang direkomendasikan oleh pelaksana PKM dan ketua RW setempat berdasarkan hasil survey dan wawancara. Pembahasan materi PKM seputar kegiatan internet marketing dengan menggunakan media sosial sejenis WA, instagram, telegram, blog, terutama Facebook dan market place. Lokasi kegiatan di kantor Aula RW 11 Margahayu, Bekasi Timur. Waktu kegiatan dilaksanakan pada hari Minggu, 23 Januari 2022, mulai jam 20:00 sd selesai

Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah : Mengubah kebiasaan penggunaan HP dengan kegiatan yang positif. Memberikan edukasi tentang internet marketing dan berbagai jenis media sosial yang dapat digunakan. Memberikan motivasi untuk memanfaatkan *internet marketing*. Manfaat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah : Agar peserta dapat menggunakan internet dan media sosial untuk kegiatan yang positif. Agar peserta dapat mengoptimalkan media sosial dan internet marketing untuk menambah penghasilan dan meningkatkan volume penjualan. Agar tumbuh jiwa wirausaha di kalangan peserta dan membuka peluang usaha yang mungkin dapat dijalankan.

Solusi yang ditawarkan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memberikan pelatihan tentang cara memasarkan / menjual produk / jasa bagi warga RW 11 kelurahan Margahayu Kota Bekasi melalui Internet Marketing, yang selanjutnya diharapkan warga memiliki inisiatif dan kreatifitas untuk mengembangkannya pada penggunaan media sosial lainnya seperti instagram, facebook, youtube dan sejenisnya.

KAJIAN PUSTAKA

E-marketing menurut (Chaffey & Mayer, 2009) adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti web, *e-mail* dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan.

Saat ini semuanya menjadi elektronik. marketer menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan usaha. *E-marketing* menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan proses nilai kepada pelanggan yang menggunakan sistem teknologi informasi, dan untuk mengelola dan memelihara hubungan dengan pelanggan untuk mendapatkan manfaat bagi organisasi atau perusahaan dengan para stakeholder (J.a.F.R.Strauss, 2009). *E-marketing* menggunakan metode teknologi informasi ke dalam prinsip-prinsip pemasaran tradisional.

Dalam jurnal (Hidayat & Tobing, 2012) di katakan bahwa pemasaran dengan digital marketing mempunyai kaitan yang sangat kuat. jika seseorang mulai mengeksplorasi bisnis pemasaran melalui internet ia akan segera menemukannya bahwa daripada mencari beberapa pelanggan, dia sekarang akan memiliki kemampuan untuk mencapai jutaan pelanggan dari pendekatan global dan kelompok yang lebih spesifik dan juga dari pelanggan yang lebih dekat dengannya juga, daya tarik juga lebih luas daripada bisnisnya yang di miliki sebelumnya. Dia bisa menggunakan media sosial sebagai pasar, dan juga memiliki pasar yang ditargetkan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 23 Januari 2022, bertempat di aula RW 11, Kel. Margahayu, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi. Peserta berjumlah 38 orang terdiri dari unsur anggota karang taruna, ibu-ibu rumah tangga, remaja putra dan putri. Pelatihan disajikan berupa ceramah, tanya jawab dan diskusi, kemudian dilanjutkan dengan praktik membuat akun email, akun media sosial dan akun market place. Selanjutnya praktik menghubungi supplier di market place untuk bekerja sama menjadi dropshipper dan reseller.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut :

- (1) Perencanaan Kegiatan PKM. Perencanaan PKM dilakukan sejak bulan september 2021, diawali dengan pengajuan proposal ke LRPM (Lembaga Riset dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Dian Nusantara. Proposal tersebut berisi rencana untuk melakukan sebuah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di RW 11 kelurahan Margahayu Kota Bekasi.
- (2) Observasi Awal. Setelah komunikasi antara Dosen selaku Tim PKM dengan pihak pengurus RW setempat berjalan lancar maka selanjutnya diadakan observasi ke lokasi. Observasi awal dilaksanakan pada bulan September 2021, pada observasi ini juga dilakukan wawancara dengan pengurus RW dan warga setempat. Tujuan observasi awal ini adalah untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan yang ada dan sehingga dapat ditentukan pelatihan apa yang tepat untuk diberikan kepada para warga, sehingga pelatihan nanti akan sesuai dengan kebutuhan dan bermanfaat.
- (3) Penawaran Kerjasama. Melalui observasi awal yang telah dilakukan terlihat bahwa pihak pengurus RW dan warga setempat memerlukan Pelatihan Internet Marketing.
- (4) Penerimaan Kerjasama. Ketua RW setempat menerima penawaran PKM dalam bentuk Pelatihan Internet Marketing oleh Tim PKM Prodi Teknik Informatika Universitas Dian Nusantara.
- (5) Penyusunan Materi Pelatihan. Materi pelatihan dibuat pada bulan November 2021, materi pelatihan dibuat berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan.
- (6) Penugasan PKM. Setelah proposal diterima dan disetujui oleh pihak RW setempat memberikan ijin dalam bentuk lisan dan tulisan berupa surat, kemudian pihak kampus memberikan surat tugas untuk melaksanakan PKM.
- (7) Koordinasi PKM. Dosen pelaksana PKM dan pihak RW setempat melakukan koordinasi kegiatan PKM melalui telepon dan email. Untuk hal-hal yang sifatnya harus dibicarakan langsung tanpa memerlukan dokumen koordinasi dilakukan melalui telepon, sedangkan hal-hal berupa kegiatan yang memerlukan dokumen dilakukan melalui email.
- (8) Pelaksanaan Kegiatan PKM. Kegiatan PKM berupa Pelatihan Internet Marketing Untuk Meningkatkan Ekonomi Warga RW 11 Kelurahan Margahayu, Kota Bekasi dilaksanakan pada pertengahan bulan Januari 2022, pelatihan dilakukan selama 1 hari mulai jam 20:00 s/d selesai dalam sebuah ruangan atau aula kantor RW 11 Kelurahan Margahayu dengan melaksanakan proses sesuai ketentuan yang berlaku.
- (9) Evaluasi dan Pembuatan Laporan Akhir. Evaluasi dan pembuatan laporan akhir dilakukan pada bulan Februari 2022, Evaluasi pelaksanaan PKM dilakukan untuk membahas

permasalahan serta kekurangan yang ada selama pelaksanaan PKM agar pelaksanaan PKM di masa yang akan datang dapat berjalan lebih baik. Laporan akhir juga dibuat sebagai sebuah bentuk pertanggungjawaban Dosen pelaksana PKM dari Prodi Teknik Informatika terhadap pelaksanaan kegiatan PKM yang telah selesai dilakukan.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan pelatihan *internet marketing*

Persiapan panitia

Persiapan internal dari sisi panitia dan pelaksana adalah mengenai nara sumber dari pihak kampus Universitas Dian Nusantara adalah Uus Rusmawan (Ketua), Lionie (anggota), Harjunadi wicaksono (anggota), Aris sunandar (anggota), Rido saputra (anggota). Panitia lainnya dari pihak Mitra (bagian administrasi, pendaftaran, konsumsi, dan lain-lain). Pendaftaran menggunakan google form, persiapan ruangan, proyektor, papan tulis, spidol, penghapus, sertifikat, fotocopy modul praktikum dan koneksi internet.

Persiapan peserta

Persiapan bagi peserta diantaranya adalah hp, koneksi internet, gambar produk, redaksi jasa yang akan dipasarkan, biodata penjualan (selengkap mungkin untuk meningkatkan kepercayaan customer, foto diri, no.rekening, alamat, email, no telp / hp, dan lain-lain), penguasaan terhadap produk/barang/jasa yang ditawarkan, layanan purna jual atas produk/barang/jasa, garansi, dan lain-lain

Jadwal kegiatan

Kegiatan dilakukan pada hari minggu, tanggal 23 Januari 2022, jam 20:00 s/d selesai, lokasi kegiatan di aula serbaguna RW 11, Kel. Margahayu, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi. Acara dibuka oleh MC dengan sambutan oleh ketua RW 11 Bapak Hendrik Kurniawa, SE. kegiatan dihadiri oleh 38 peserta dari unsur anggota karang taruna RW 11, ibu-ibu rumah tangga, remaja putra dan putri di lingkungan RW 11, 3 orang dosen dari universitas Dian Nusantara sebagai narasumber. Acara ditutup dengan doa dan diakhiri dengan foto bersama sebagai dokumentasi kegiatan



Gambar 2. Pemaparan materi pelatihan *internet marketing*

Materi pelatihan

Materi pelatihan pada kegiatan ini antara lain : Pembuatan akun email, facebook, instagram, youtube dan market place. Mengisi biodata admin selaku penjualan dengan data yang lengkap berupa Nama, alamat, email, no HP, No rekening, id facebook, id instagram, chanel youtube dan lain-lain. Mengisi konten iklan selengkap mungkin mengenai barang/produk/jasa yang akan dipasarkan (jenis, warna, ukuran, harga, bahan, kekurangan, kelebihan, satuan, cara pemesanan, cara pengiriman, garansi, dan lain-lain) agar calon pembeli percaya dan akhirnya melakukan transaksi. Mendaftar ke supplier untuk menjadi *dropshipper* atau *reseller*.



Gambar 3. Foto bersama peserta pelatihan *internet marketing*

Indikator keberhasilan kegiatan

Gambaran Iptek yang dapat ditransfer pada kegiatan ini dan Indikator keberhasilan kegiatan adalah bertambahnya pengetahuan, wawasan dan keterampilan warga tentang cara memasarkan produk/jasa/barang dari hasil industri rumahan atau keahlian warga setempat agar dapat memberikan income tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Setelah pelatihan dilaksanakan peserta memiliki inovasi dan inisiatif untuk mengembangkan

kemampuannya dalam memasarkan produk/jasa/barang melalui media sosial lain berupa Instagram, Facebook, Youtube, Telegram, Google adword, dan sejenisnya

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan internet marketing bagi warga RW 11, Kel. Margahayu, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi dapat disimpulkan sebagai berikut : Peserta cukup antusias dan senang mengikuti pelatihan ini karena mereka mendapatkan tambahan wawasan, pengetahuan dan keterampilan di bidang internet marketing. Peserta mulai menemukan ide-ide wirausaha untuk melakukan penjualan barang atau jasa secara online dengan memanfaatkan berbagai media sosial dan *market plac*. Peluang bisnis dengan model *dropshipper* dan *reseller* mulai dipahami oleh para peserta pelatihan dan mereka bisa segera memulai usaha dengan sistem tersebut usaha ini dapat dilakukan tanpa modal uang dan barang

Saran

Saran dalam kegiatan ini antara lain : Diperlukan pelatihan lanjutan untuk membahas secara detail tentang teknik penjualan pada masing-masing media sosial. Para peserta pelatihan perlu memahami lebih jauh tentang teori promosi agar mereka berani mengeluarkan modal untuk mendapatkan income yang lebih besar. Perlu analisa lebih jauh tentang investasi atau modal promosi di media sosial yang mana yang paling potensial menghasilkan income lebih banyak dan lebih cepat.

DAFTAR RUJUKAN

- Puguh Kurniawan. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura*, 11(2), 217–225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Ramadhan, F. H. (2017). PKM Pemanfaatan Media Sosial Instagram. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>