

PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* PADA KOMUNITAS KELUARGA BESAR BURUH MIGRAN INDONESIA (KABAR BUMI) PONOROGO

Ana Dhaoud Daroin¹, Novita Erliana Sari², Maretha Berlianantiya², Erlinda Harum Ramandha², Zenu Khanafi², Zidni Karimatin Nisa²

¹Universitas Negeri Malang

²Universitas PGRI Madiun

*anadhaoud.feb@um.ac.id, novita@unipma.ac.id, maretha@unipma.ac.id, erlinda@gmail.com, zenukhanafi@gmail.com, zidni@gmail.com

ABSTRAK

Para mantan pekerja migran memutuskan untuk tidak kembali lagi bekerja di luar negeri dan memilih untuk mendirikan atau mengembangkan usaha di kampung halaman. Namun, keinginan ini tidak diiringi pemahaman tentang *digital marketing* yang sangat penting pada saat ini. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah mengedukasi anggota komunitas Kabar Bumi tentang konsep dasar *digital marketing*; dan menambah pengetahuan tentang pemanfaatan *platform* aplikasi *digital marketing* yang mudah digunakan dan bermanfaat dalam mengembangkan usaha. Mitra kegiatan pengabdian adalah komunitas keluarga buruh migran Indonesia (Kabar Bumi) Cabang Ponorogo dengan jumlah 33 peserta. Metode menggunakan 5T yaitu *to know, to understand, to plann, to action, dan to reflection*. Pengambilan data dilakukan dengan observasi di lapangan, pemberian *feedback* dan penugasan mandiri. Hasil pengabdian masyarakat yaitu komunitas Kabar Bumi merupakan komunitas yang solid dan aktif dalam kegiatan sosial, namun belum ada integrasi antaranggota terkait bisnis. Selain itu pengetahuan dasar tentang *digital marketing* masih rendah. Ada motivasi kuat dari anggota untuk belajar dan melakukan kewirausahaan sosial. Kegiatan ini mencapai target yaitu peserta berhasil memanfaatkan *google my business* sebagai pemasaran *digital* pertama bagi usaha masing-masing anggota dengan baik.

Kata Kunci: Manajemen Usaha; Komunitas; Pemasaran Digital

ABSTRACT

Former migrant workers decide not to return to work abroad and choose to establish or develop businesses in their hometowns. However, this desire is not accompanied by an understanding of digital marketing, which is very important now. This community services aims to educate members of the Kabar Bumi community about the basic concepts of digital marketing; and increase knowledge about using digital marketing application platforms that are easy to use and useful in developing businesses. Partners in this activity are the Indonesian Migrant Workers Family Community (Kabar Bumi) Ponorogo Branch, with a total of 33 participants. The method uses 5T namely to know, to understand, to plann, to action, and to reflection. Data collection was carried out by observing the field and providing feedback and independent assignments. The findings of community service activities are that the Kabar Bumi community is a community that is solid and active in social activities. Still, there is no integration between members regarding business. In addition, basic knowledge of digital marketing is still low. There is a strong motivation from the members to learn and do social entrepreneurship. This activity achieved the target; participants successfully utilized google my business as the first digital marketing for each member's business properly.

Keywords: Business Management; Community; Digital Marketing

PENDAHULUAN

Rendahnya ketersediaan lowongan kerja di dalam negeri telah mendorong para pencari kerja untuk memanfaatkan peluang dan kemungkinan bekerja di luar negeri. Pekerja migran Indonesia telah menjadi alternatif bagi banyak orang yang sudah menyerah dalam mengatasi permasalahan ekonomi. Tingginya keinginan masyarakat sebagai pekerja migran dikaitkan dengan terciptanya ketahanan ekonomi bagi keluarganya.

Pekerja migran dalam pengertian Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2017 tentang Perlindungan Pekerja Migran Indonesia, Pasal 1: Pekerja Migran Indonesia ialah setiap warga negara Indonesia yang akan datang, sedang atau telah melakukan pekerjaan dengan menerima upah di luar wilayah Republik Indonesia. Tindakan menjadi pekerja migran ini muncul dari motif mendapatkan penghasilan untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Mengingat, besaran kurs mata uang asing cenderung lebih tinggi dibanding mata uang dalam negeri.

Pekerja Migran Indonesia (PMI) merupakan salah satu pahlawan bangsa karena diakui sebagai salah satu sumber devisa bagi bangsa Indonesia. Potret demografi yang ada menunjukkan mayoritas berpendidikan sekolah menengah, domisili asal dari desa, pekerjaan kepala keluarga (suami) sebagai buruh atau kuli bangunan dengan tingkat pendapatan suami yang tidak pasti. Permasalahan klasik tersebutlah yang membuat PMI memaksakan diri bekerja di luar negeri dengan tujuan untuk memperbaiki ekonomi keluarga (OJK, 2021, 2022).

Permasalahan mengenai para PMI sangatlah kompleks, mulai dari dokumen keberangkatan, legalitas, ijin bekerja, kasus kekerasan fisik, psikologis hingga pelecehan seksual. Kondisi ini menyebabkan terbentuknya komunitas buruh migran. Komunitas pekerja migran terbentuk karena adanya solidaritas antaranggota dan keinginan untuk mengangkat isu-isu migran. Salah satu dari komunitas PMI adalah Kabar Bumi. Komunitas ini memiliki cabang di seluruh Indonesia, salah satunya di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

Para PMI tersebut, ada yang masih aktif bekerja di luar negeri, maupun yang memutuskan untuk kembali ke kampung halaman. Setelah pulang ke Indonesia, para mantan PMI, kebanyakan mengalami kebingungan. Keinginan untuk mendirikan usaha

dan tetap berpenghasilan salah satunya. Komunitas terbentuk untuk memperjuangkan hak-hak PMI. Permasalahan muncul karena ketrampilan yang dimiliki oleh PMI terkait dunia usaha masih minim.

Unit usaha yang dijalankan baik berupa perdagangan barang maupun jasa, umumnya masih bersifat konvensional. Pemanfaatan teknologi digital belum dilakukan secara maksimal. Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi sangat luas digunakan. Semua aktivitas manusia terhubung dengan teknologi, baik untuk komunikasi, hiburan maupun pekerjaan. Perangkat seperti *gadget* sangat mudah ditemukan dan dimanfaatkan untuk membantu kebutuhan manusia akan teknologi. Dengan menggunakan *smartphone*, masyarakat dapat saling berkomunikasi dan bertransaksi, menemukan hiburan seperti film dan musik, ataupun mengunggah aneka konten informatif di media-media sosial (Buchdadi et al., 2022).

Sebagian besar buruh migran atau orang yang melakukan migrasi hanya menggunakan teknologi digital untuk melakukan komunikasi dan kegiatan yang tidak berorientasi pada hal produktif (Platt et al., 2012; Oiarzabal & Reips, 2012; Hunter, 2015; Ros, et al., 2007), walaupun beberapa penelitian mengemukakan bahwa buruh migran mampu mengembangkan kewirausahaan di lokasi tujuan (Yang, 2008; Rahman, 2011; Wahba & Zenou, 2012; Linter, 2014).

Tim pengabdian masyarakat mencoba membantu memecahkan masalah yang dihadapi mitra (komunitas Kabar Bumi) dengan melakukan pelatihan terkait *digital marketing*. Pelatihan ini bertujuan untuk (1) mengedukasi anggota komunitas Kabar Bumi tentang konsep dasar digital marketing; dan (2) menambah pengetahuan tentang pemanfaatan *platform* aplikasi *digital marketing* yang mudah digunakan dan bermanfaat dalam mengembangkan usaha.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu, 20 November 2022 pukul 09.00-13.00 bertempat di sekretariat komunitas Kabar Bumi Desa Ronosentanan, RT.01/RW.01, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo. Adapun permasalahan yang ditemukan di mitra, berdasarkan hasil observasi awal adalah permasalahan yang dihadapi mitra mengenai usaha yang didirikan belum berkembang sesuai harapan, beberapa usaha

belum memiliki izin usaha dan kelengkapan legalitas usaha lainnya. Mitra juga belum memanfaatkan *digital marketing* secara maksimal, sehingga melalui pelatihan ini diharapkan mitra bisa mengerti pentingnya *digital marketing* dan mengimplementasikan dalam unit usaha masing-masing.

Sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah anggota dan pengurus komunitas Keluarga Besar Buruh Migran Indonesia (Kabar Bumi) cabang Ponorogo sejumlah 80 orang. Jumlah peserta yang hadir dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah 33 orang, yang terdiri dari pengurus komunitas 3 orang dan 30 anggota komunitas. Dari segi pengurus komunitas, semua lini manajemen juga terlibat yaitu ketua komunitas sebagai pimpinan dan motor organisasi, bagian hubungan masyarakat, bagian sumberdaya manusia dan juga bagian administrasi.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah berbasis *Participatory Action Research* (PAR). Dalam metode PAR, tim pengabdian masyarakat mengikuti siklus KUPAR yakni *to know*, *to understand*, *to plann*, *to action* dan *to reflection* (Rahmat & Mirnawati, 2020). Gambaran metode yang digunakan dijelaskan pada gambar 1 berikut:



Gambar 1: Metode Pendekatan Pengabdian Masyarakat

Tahapan awal yang dilakukan tim pengabdian adalah "*to know*" pada tahap ini, tim mencoba menggali informasi dasar mitra dan kondisi masyarakat sasaran. Meliputi latar belakang, aktivitas, tingkat pendidikan dan kemungkinan dilakukannya pengabdian masyarakat pada mitra. Hasil dari tahap ini menjadi informasi dasar rencana pelaksanaan kegiatan.

Tahapan kedua adalah “*to understand*” pada tahap ini tim mencoba menelusuri secara mendalam dengan melakukan wawancara kepada manajemen komunitas Kabar Bumi, tokoh masyarakat, dan beberapa anggota komunitas. Tahapan ini bertujuan untuk memastikan apa masalah dasar yang dihadapi mitra.

Berikutnya, tim pengabdian masyarakat melakukan tahapan “*to plann*” dimana tim secara bersama-sama merancang kegiatan dan target yang ingin dicapai dalam kegiatan. Pada kegiatan ini, tim melibatkan manajemen komunitas, tokoh masyarakat setempat, dan anggota komunitas.

Tahapan selanjutnya “*to action*” (melancarkan aksi) adalah tahap implementasi dari pemikiran masyarakat dalam membangun, mengelola, mengubah, dan mengoptimalkan aset yang dimiliki. tujuannya adalah agar aset-aset tersebut dapat difungsikan secara optimal dan proporsional (Erlyana & Hansen, 2021).

Tahapan terakhir adalah “*to reflection*” (refleksi) adalah tahap di mana tim pengabdian dan masyarakat mengevaluasi dan memantau aksi pemberdayaan yang telah dilakukan. hal ini bertujuan agar pemberdayaan menjadi terarah dan dapat diukur secara efektif (Agus et al., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan melakukan survei awal kebutuhan mitra. Berdasarkan hasil survei diperoleh data bahwa dari 80 anggota komunitas, 72 anggota memiliki usaha yang dikelola sendiri, rincian jenis usaha sebagai berikut.

Tabel 1. Jenis Usaha Anggota Komunitas Kabar Bumi

Jenis usaha	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Makanan, inuman	24	36	60
Garmen	-	8	8
Kerajinan	1	1	2
Jasa	1	1	2
Jumlah	26	46	72

Sumber: Hasil Observasi (2022)

Hal ini menyatakan bahwa 90% (72 anggota) memiliki usaha yang dikelola sendiri. Dari 90% anggota tersebut, sebanyak 82% (59 anggota) telah memiliki izin usaha, baik dalam bentuk PIRT, SIUP ataupun NPWP usaha. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi anggota untuk menjadi wirausaha tinggi. Namun hal ini belum diiringi dengan pengetahuan tentang pemasaran digital. Selama ini, mitra menjalankan usaha dengan pemasaran *word of mouth (wom)* atau pemasaran dari mulut ke mulut.

Temuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di komunitas Kabar Bumi meliputi yaitu komunitas Kabar Bumi memiliki motivasi yang baik dalam bidang wirausaha. Hal ini dbuktikan dengan semua anggota komunitas memiliki usaha, baik bersifat perorangan yang memiliki badan hukum, badan usaha yang bentuknya industri rumah tangga, maupun jenis usaha yang belum memiliki badan hukum. Komunitas memiliki kegiatan rutin setiap bulan, berupa temu komunitas. Pada pertemuan rutin juga dilakukan transfer pengetahuan tentang isu buruh migran.



Gambar 2: Ikrar Komunitas dan Komitmen untuk Pengembangan Diri Anggota.

Hasil temuan juga menunjukkan bahwa belum ada integrasi bisnis antar anggota komunitas. Hal baik yang terjadi di komunitas Kabar Bumi adalah seluruh anggota komunitas, telah memiliki bidang usaha. Namun, belum ada integrasi bisnis antar anggota. Sebagai ilustrasi, ada anggota komunitas yang mempunyai usaha makanan olahan bakso. Dari segi produksi membutuhkan bahan baku tusuk bambu, daging dan bumbu. Dalam komunitas ada anggota yang bisa menyediakan sumber daya tersebut. Akan lebih baik jika ada integrasi antar usaha satu anggota dengan anggota lain,

sehingga bisa saling membantu dari segi ekonomi dan ketersediaan bahan baku. Gambar 3 menunjukkan anggota komunitas yang mengikuti pengabdian masyarakat.



Gambar 3: Anggota Komunitas Kabar Bumi Ponorogo

Pemanfaatan sosial media pada anggota komunitas Kabar Bumi, masih mengacu pada penggunaan untuk sosial media pribadi. Peruntukan untuk aktifitas usaha, mulai dari branding, pemasaran, penjualan dan *after selling* belum sepenuhnya dilakukan. Sudah ada anggota yang memiliki akun usaha di sosial media (*google my business, review, instagram, facebook, dll*) namun, belum dikelola secara maksimal. Gambar 4 menunjukkan aktivitas tim pengabdian masyarakat dalam transfer ilmu tentang *digital marketing*.



Gambar 4: Transfer Ilmu Pemanfaatan Digital Marketing

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat mengenai *digital marketing* pada komunitas keluarga besar Buruh Migran Indonesia (Kabar Bumi) berhasil dan bisa bermanfaat bagi anggota komunitas Kabar Bumi Cabang Ponorogo. Mitra merasa terbantu dengan bertambahnya pengetahuan terkait pengembangan usaha dengan memanfaatkan *digital marketing*. Komunitas “Kabar bumi” akan terus melakukan “*upgrading skill*” tentang kewirausahaan dan pengembangan anggota agar lebih berdaya, baik dari segi ekonomi maupun sosial kemasyarakatan. Saran kepada anggota komunitas Kabar Bumi, untuk melakukan *upgrading skill* anggota terkait manajemen wirausaha dan kerjasama antar anggota terkait pengembangan usaha dengan saling mendukung baik dalam penyediaan bahan baku maupun pemasaran produk.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada komunitas keluarga besar buruh migran Indonesia (Kabar Bumi), khususnya cabang Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Segala bentuk bantuan dan kemudahan berupa perijinan, administrasi dan dukungan moril sangat kami apresiasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R., Oktavianthi, R., & Sholahudin, U. (2019). 3R: Suatu Alternatif Pengolahan Sampah Rumah Tangga. *KAIBON ABHINAYA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.30656/ka.v1i2.1538>
- Buchdadi, D. A., Kurnianti, D., Susita, D., Ramli, & Sholeha, A. (2022). Peningkatan Literasi Keuangan untuk Pekerja Migran di Taiwan Financial Literacy Improvement for Migrant Worker in Taiwan. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(02), 132–137. <http://dx.doi.org/10.46772/jamu.v2i02.672>.
- Erlyana, Y., & Hansen, H. (2021). Pelatihan Fotografi dan Videografi Secara Virtual dalam Peningkatan Kemampuan Diri pada Pandemic Covid-19. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2725>

- Hunter, A. (2015). Empowering or Ompeding return migration? ICT, Mobile Phones, and Older Migrants' Communications with Home. *Global Networks* 15, 4(2015), 485–502.
- Linter, C. (2014). Migrant Entrepreneurship: New Potential Discovered. *Social and Behavioral Sciences*,19(1), 1601-1606.
- OJK. (2021, January). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021-2025*. Ojk.Go.Id.
<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-2021-2025/Strategi%20Nasional%20Literasi%20Keuangan%20Indonesia%202021-2025.pdf>
- OJK. (2022). *Hasil Survey Nasional Literasi dan Inklusiv Keuangan Indonesia 2022*. Otoritas Jasa Keuangan.
[https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/infoterkini/Documents/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022/Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/infoterkini/Documents/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022/Infografis%20Hasil%20Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20Tahun%202022.pdf).
- Oiarzabal, P. J. & Reips, U. D. (2012). Migration and diaspora in the age of information and communication technologies. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(9), 1333-1338.
- Platt, M., et al. (2014). *Migration and Information Communications Technology Use: A Case Study of Indonesian Domestic Workers in Singapore*. Working Paper. University of Sussex, Brighton, UK.
- Rahman, M. M., & Fee, L. K. (2011). The Development of Migrant Entrepreneurship in Japan: Case of Bangladeshis. *International Migration & Integration*,12(1), 253–274.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62.
<https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>

- Ros, A., González, E. Sow, P., & Marin, A. (2007). *Migration and Information Flows: A New Lens for The Study of Contemporary International Migration*. Working Paper. Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona, Spanyol.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2017 Tentang *Perlindungan Pekerja Migran Indonesia*.
- Wahba, J., & Zenou, Y. (2012). Out of Sight, Out of Mind: Migration, Entrepreneurship and Social Capital. *Regional Science and Urban Economics*. 42(5), 890-903.
- Yang, D. (2008). International Migration, Remittances and Household Investment: Evidence from Philippine Migrant's Exchange Rate Shocks. *The Economic Journal*, 11(8), 591–630.