

Pelatihan *Digital Marketing* Bagi Ibu-ibu PKK sebagai Upaya Mendukung Pertumbuhan *Womenpreneur*

Cinantya Paramita¹, Amalia^{2*}, Catur Supriyanto³, Purwanto⁴

^{1,3,4}Teknik Informatika, Universitas Dian Nuswantoro

²Teknik Industri, Universitas Dian Nuswantoro

E-mail: ¹cinantya.paramita@dsn.dinus.ac.id, ²amalia@dsn.dinus.ac.id,

³catur.supriyanto@dsn.dinus.ac.id, ⁴purwanto@dsn.dinus.ac.id

*correspondence author

Abstrak

Pemberdayaan perempuan merupakan strategi dalam meningkatkan peran perempuan dalam mengembangkan potensi diri agar dapat mandiri dan bahkan dapat berkontribusi positif terhadap pendapatan ekonomi dan kesejahteraan keluarga. Program pemberdayaan perempuan dan keluarga dapat melalui pelatihan keterampilan, salah satunya adalah pelatihan *digital marketing*. Tujuan kegiatan pelatihan *digital marketing* yakni memberikan pengetahuan dan keterampilan perempuan maupun ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) agar dapat memotivasi untuk menjadi *womenpreneur*, bahkan mengembangkan bisnis di era *modern*. Sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu PKK Kelurahan Meteseh, Kecamatan Tembalang, Semarang. Pelatihan ini diberikan pemahaman secara teori mengenai pentingnya *digital marketing* dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis. Peserta pelatihan juga melakukan praktik untuk pemanfaatan teknologi digital dalam mempromosikan produk dan jasa. Keberhasilan pelatihan diukur dari peningkatan pengetahuan yaitu mampu menjawab soal dengan benar dengan nilai diatas 81 sebesar 100%, rerata tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan pelatihan sebesar 90%.

Kata kunci: pemberdayaan perempuan, pelatihan, *digital marketing*

Abstract

Women's empowerment is a strategy to increase women's role in developing their own potential so that they can be independent and can even contribute positively to economic income and family welfare. Digital marketing training is one kind of skill training that can be used in programs aimed at empowering women and families. The purpose of digital marketing training programs is to provide housewives and women with the information and skills necessary for Family Welfare Empowerment (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga or PKK), which will inspire them to start their own enterprises and become womenpreneurs in modern society. The target of this community service is PKK women in Meteseh Village, Tembalang District, Semarang. This course gives participants a theoretical grasp of how crucial digital marketing is to raising a business' profile and level of competition. Training participants also practice using digital technology to promote products and services. The ability to increase knowledge, specifically the ability to properly answer questions with a score above 81 out of 100%, is how the training's effectiveness is determined. 90% of participants are satisfied on average with the training sessions.

Keywords: *women's empowerment, training, digital marketing*

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan sebuah program gerakan pembangunan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. PKK telah berkembang di Masyarakat Indonesia dengan mayoritas keanggotaan dan penggerakannya adalah perempuan [1] [2]. PKK menjadi organisasi kerjasama perempuan yang berbasis komunitas. Menurut Harahap dan Wijayanti [3], perempuan memiliki peluang besar untuk berperan dalam

pembangunan ekonomi, mewujudkan keadilan, kesetaraan, meningkatkan kesejahteraan, meningkatkan pemenuhan kebutuhan dasar dan sosial keluarga. Pemberdayaan perempuan merupakan strategi dalam meningkatkan peran perempuan dalam mengembangkan potensi diri agar dapat mandiri dan bahkan dapat berkontribusi positif terhadap pendapatan ekonomi dan kesejahteraan keluarga. Peran perempuan dalam mendukung perekonomian salah satunya adalah pemberdayaan perempuan sebagai ibu rumah tangga sekaligus pengusaha atau pelaku bisnis (*womenpreneur*) [1][3]. *Womenpreneur* diartikan sebagai perempuan maupun kelompok perempuan yang memulai, mengatur, dan mengoperasikan usaha atau bisnis [4]. Pertumbuhan *womenpreneur* dapat diinisiasi melalui PKK.

Dalam PKK terdapat 10 program pokok PKK [1] [5], yaitu (1) penghayatan dan pengamalan Pancasila; (2) Gotong royong; (3) Pangan; (4) Sandang; (5) Perumahan dan Tata Laksana Rumah Tangga; (6) Pendidikan dan Keterampilan; (7) Kesehatan; (8) Pengembangan Kehidupan Berkoperasi; (9) Kelestarian Lingkungan Hidup; dan (10) Perencanaan Sehat. Program pendidikan dan keterampilan masuk ke dalam Program Kerja Kelompok Kerja II memiliki salah satu tugas yakni meningkatkan kelompok dan kualitas Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) PKK. Sunaryo [5] melakukan penelitian mengenai pelaksanaan PKK program pendidikan dan keterampilan tergolong masih rendah implementasinya.

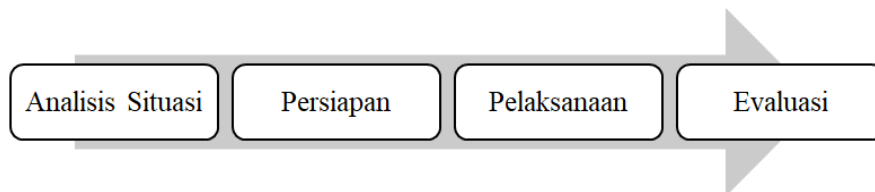
Program pemberdayaan perempuan untuk bisa menumbuhkan minat menjadi *womenpreneur* yakni melalui pelatihan keterampilan, salah satunya adalah pelatihan *digital marketing*. Hal ini selaras dengan program pokok PKK ke-enam, dan juga dalam menghadapi perkembangan teknologi di era 4.0. Era industri 4.0 berbasis digitalisasi dan otomatisasi yang membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki kompetensi dan kemampuan dalam mengelola usaha agar dapat bersaing dan bertahan [3]. Digitalisasi juga menjadi solusi dan tren menghadapi krisis akibat pandemi Covid-19 [6]. Di era digital, teknologi memberikan kemudahan dalam memasarkan produknya, atau yang sering dikenal dengan pemasaran *online* atau *digital marketing* [2][3][4][6][7]. Strategi pemasaran dalam *digital marketing* memanfaatkan internet untuk promosi dimana bentuk promosi dapat berupa konten baik desain maupun video [8] melalui media sosial [9], *marketplace* [6] maupun *platform online* lainnya.

Ibu-ibu PKK pada Perum Bukit Kencana Jaya Kelurahan Meteseh, Kecamatan Tembalang, Semarang merupakan mitra pengabdian Masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan. Lebih dari 50% merupakan ibu rumah tangga (IRT). Beberapa diantaranya sedang mulai merintis bisnis atau usaha. Namun terdapat tantangan dan hambatan yang dirasakan mitra yakni: (a) keterbatasan akses pasar; (b) kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran; (c) tidak maksimalnya potensi bisnis; (d) biaya operasional yang tidak efektif; dan (e) terkendala peran tradisional sebagai ibu rumah tangga sehingga sulit membagi waktu dan energi. Hal ini dapat berdampak terhadap perkembangan usaha atau bisnis yang dilakukan.

Pelatihan *digital marketing* dapat menjadi salah satu solusi bagi ibu-ibu dan perempuan di PKK. Pada mitra PKK Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang belum pernah diberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan perempuan, khususnya terkait *digital marketing*. Hal ini bertujuan untuk membangun wawasan dan keterampilan yang dapat meningkatkan minat dan motivasi menjadi *womenpreneur*, maupun mengembangkan kreativitas dalam berwirausaha.

2. METODE

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, dimana peserta berperan secara aktif dalam proses ataupun pelaksanaan program. Pada kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, yakni: (1) Analisis Situasi dan Kebutuhan; (2) Persiapan; (3) Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan; (4) Evaluasi Pelatihan.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat: Pelatihan *Digital Marketing*

2.1. Analisis Situasi

Sebelum melakukan pelatihan, analisis situasi diperlukan untuk menelaah kondisi dan kebutuhan mitra. Mitra ataupun sasaran kegiatan yakni Ibu-ibu PKK Perum Bukit Kencana, Kelurahan Meteseh, Kecamatan Tembalang, Semarang. Analisis situasi dan kebutuhan melalui diskusi tim pengabdian dengan perwakilan kelompok PKK ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan
Ibu-ibu PKK ingin berperan serta dalam perekonomian keluarga, namun terkendala akses pasar, peran sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT), minimnya pengetahuan dan keterampilan pemasaran	Pelatihan <i>digital marketing</i> sebagai strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital yang dapat memperluas jangkauan pasar. Pengetahuan mengenai <i>marketplace</i> .
Beberapa Ibu-ibu PKK sudah mulai merintis usaha kecil namun perlu inovasi dalam pemasaran	Pelatihan desain grafis untuk membangun dan mengembangkan bisnis baru.

2.2. Persiapan

Persiapan kebutuhan pelatihan, meliputi:

- a. Persiapan materi
Materi paparan yang disiapkan terdiri dari 3 bahasan pokok yakni *digital marketing*, desain grafis dalam membangun dan mengembangkan bisnis, dan *shopee affiliate program*. Materi berupa materi presentasi (.pptx), video (.mp4). Modul juga disusun untuk melengkapi kegiatan.
- b. Persiapan peralatan
Perangkat lunak yang dipergunakan untuk pelatihan berupa: internet, browser internet, canva. Perangkat keras pembelajaran yang digunakan antara lain laptop, handphone, mouse, kabel rol, speaker, LCD projector, pointer. Peralatan lain untuk dokumentasi berupa kamera.
- c. Pembuatan akun
Akun email dan akun aplikasi desain canva bagi peserta. Peserta dapat menggunakan akun tersebut sebagai akun bisnis yang dapat digunakan secara berkelompok maupun individu.

2.3. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan berdasarkan kesepakatan antara tim dan mitra PKK. Pelaksanaan pemberian materi dan tutorial praktik dilakukan dalam 1 hari. Kemudian dilakukan pendampingan secara online untuk penyelesaian tugas praktik dalam membuat hasil karya desain grafis untuk promosi produk.

2.4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk dapat menyimpulkan maupun menilai kesesuaian dan keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan. Sebelum pelaksanaan, peserta diminta untuk mengerjakan soal pretest untuk mendapatkan penilaian pemahaman awal dari peserta. Kemudian di akhir pelaksanaan kegiatan, peserta mengerjakan soal terkait dengan materi yang telah disampaikan untuk mengukur apakah terdapat perubahan pengetahuan peserta. Selain itu, peserta juga diminta untuk memberikan umpan balik pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan *digital marketing* diberikan kepada perempuan dan Ibu-ibu PKK Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang pada tanggal 14 Januari 2024 di Masjid Al Firdaus, Kecamatan Tembalang, Semarang.

3.2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan dibagi menjadi tiga (3) sesi utama, yakni: (a) *digital marketing*; (b) desain grafis sebagai media promosi; dan (c) *Shopee Affiliate Program*.



Gambar 2. Pemberian Materi Pelatihan dan Praktik Peserta

a. *Digital Marketing*

Pada sesi pertama, peserta pelatihan diberikan wawasan mengenai tren peningkatan pemasaran secara *online*. Bahkan permintaan terhadap keterampilan *digital marketing* meningkat hingga 116,4%. Selaras dengan penelitian McKinsey dimana sekitar 30% usaha di Indonesia sudah menggunakan teknologi digital untuk mengembangkan usaha [3]. Pada sesi ini ini dijelaskan pula mengenai dasar-dasar *digital marketing* seperti *audience persona*, *customer journey*, hingga strategi dalam membuat pemasaran digital.

b. *Desain grafis sebagai Media Promosi*

Pada sesi kedua, peserta pelatihan diberikan pemahaman teori dan praktik mengenai pentingnya desain grafis dalam membangun maupun mengembangkan bisnis. Menurut Lazuardi dkk [10] di era digital dan visual, desain grafis diperlukan bagi bisnis kecil hingga besar sebagai upaya menarik perhatian konsumen dalam penawaran produk maupun jasa. Desain grafis juga termasuk diantaranya adalah desain poster [10][11] dan kemasan [10][12], logo produk [12].

Praktik diberikan menggunakan laptop dan juga handphone. Peserta mengikuti instruksi kemudian melakukan eksplorasi untuk pengembangan desain. Peserta diminta untuk membuat desain untuk promosi produk. Pendampingan dilakukan oleh narasumber dosen dan mahasiswa. Hasil-hasil karya dikumpulkan dan dijadikan bahan evaluasi serta portfolio peserta. Hasil yang dibuat beragam dari produk kuliner hingga pakaian.



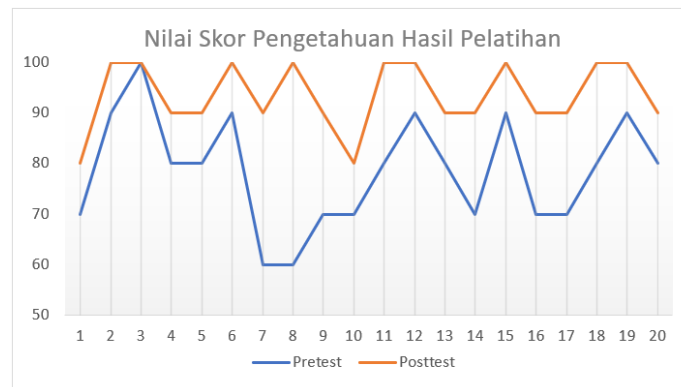
Gambar 3. Contoh Hasil Karya Peserta dalam Pembuatan Desain Grafis Media Promosi Digital

c. *Shopee Affiliate Program*

Pada sesi ketiga, peserta mendapatkan pemahaman dari shopee affiliator dalam penjelasan mengenai shopee affiliate program, keuntungan dalam mengikutinya, cara mendaftar shopee affiliate program. Dalam mendaftar shopee affiliator program, konten yang dibagikan harus orisinil, hal ini tentu saja perlu didukung dengan pembuatan desain grafis untuk membuat konten-konten yang inovatif. Dalam pelatihan ini juga diberikan cara-cara untuk membuat “koleksiku”.

3.3. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 20 orang. Sebelum pelaksanaan pelatihan, peserta diberikan soal pemahaman terkait dengan *digital marketing* maupun desain grafis. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran pengetahuan awal peserta. Setelah pelatihan selesai, pengetahuan peserta diukur kembali dengan memberikan soal yang harus mereka jawab. Gambar 4 memberikan perbandingan nilai skor pengetahuan awal dan setelah pelatihan. Berdasarkan gambar tersebut, terdapat peningkatan pengetahuan, dimana hasil pretest dari 20 peserta, peserta yang mendapatkan skor ≤ 80 ada 14 peserta, hanya 6 peserta mendapat skor > 81 , dengan rerata nilai 78,5. Hasil posttest terdapat 18 peserta mendapat skor > 81 , dan 45% diantaranya mendapat skor 100, dengan rerata 93,5.



Gambar 4. Perbandingan Skor Pengetahuan Sebelum dan Setelah Pelatihan

Selain evaluasi peningkatan pengetahuan, hasil karya yang dibuat peserta juga dianalisis, dimana beberapa peserta mampu membuat desain grafis dengan cukup baik yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk. Kendala yang dirasakan yakni penyesuaian pembuatan dengan menggunakan laptop dan handphone, serta peserta membutuhkan waktu untuk menyesuaikan diri dengan fitur-fitur yang ada pada aplikasi Canva. Pendampingan juga perlu dilakukan, agar peserta mampu menghasilkan karya yang lebih baik dan perlu memahami unsur-unsur desain yang harmonis, warna, dan lain sebagainya.

Peserta juga diminta memberikan umpan balik terhadap pelaksanaan kegiatan, yang ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan

Kriteria	Preferensi Peserta			
	Tidak Suka (0%)	Biasa Saja (15%)	Suka (55%)	Sangat Suka (30%)
Antusiasme terhadap kegiatan	Tidak Lengkap (0%)	Cukup Lengkap (25%)	Lengkap (50%)	Sangat Lengkap (25%)
Kelengkapan fasilitas	Tidak Baik (0%)	Cukup Baik (0%)	Baik (20%)	Sangat Baik (80%)
Penyajian materi narasumber	Tidak Bertambah (0%)	Cukup Bertambah (0%)	Bertambah (20%)	Sangat Bertambah (80%)

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang diperoleh yakni adanya kegiatan pelatihan mengenai *digital marketing* bagi Ibu-ibu PKK sehingga dapat menambah pengetahuan, keterampilan, serta minat bagi Ibu-ibu untuk menjadi *womenpreneur*. Hal ini selaras dengan salah satu program pokok PKK yakni pendidikan dan keterampilan. Tingkat keberhasilan dalam pengetahuan dengan nilai skor lebih dari 81 meningkat hingga 40% yang semula 60% menjadi 100%. Tingkat kepuasan rerata pada pelaksanaan kegiatan ini mencapai 90% baik dari aspek antusiasme peserta, kelengkapan fasilitas, penyampaian materi, penambahan keterampilan, dan kesesuaian dalam mendukung pertumbuhan minat membangun bisnis maupun minat menjadi *womenpreneur*. Melalui pengabdian kepada Masyarakat, khususnya pelatihan digital marketing dapat membantu meningkatkan pertumbuhan *womenpreneur* sehingga peran perempuan baik untuk diri sendiri, keluarga, maupun sosial Masyarakat dapat meningkat. Saran dalam pengembangan kegiatan berikutnya yakni pendampingan dan pembinaan berkelanjutan agar keterampilan semakin terasah, dan usaha atau bisnis baru tumbuh dan berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dian Nuswantoro yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat. Ucapan terimakasih juga kepada mitra, ibu-ibu PKK RT 01 RW 27 Kelurahan Meteseh Kecamatan Tembalang Semarang, Majelis Ta'lim Annisa, serta pihak lain yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suharnanik, S., & Yulairini, S., 2022, Family Welfare Empowerment (PKK) Role in Set Woman Cooperation to Support Economy Creative Empowerment Based on Community. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 77, 162–173. <https://doi.org/10.33788/rcis.77.10>
- [2] Ermayda, R. Z., Nanda, H. I., & Narullia, D., 2019, Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk PKK. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 3(2). <https://doi.org/10.37859/jpumri.v3i2.1506>
- [3] Harahap, F. R., & Wijayanti, N., 2022, Memberdayakan Perempuan Melalui Gerakan Womenpreneur Di Industri Kemplang Pengolahan Ikan Di Desa Balunijuk Kabupaten Bangka, *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 371–378. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1835>
- [4] Sandri, S. H., & Hardilawati, W. L., 2019, The Womenpreneur: Problem dan Prospect in Digital Era. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 9(1).
- [5] Sunaryo, A., 2020, Implementasi Pemberdayaan Perempuan Melalui 10 Program Pokok PKK. *Public Service and Governance Journal*, 1(02). <https://doi.org/10.56444/psgj.v1i02.1565>
- [6] Novitasari, Sari, M. A., & Redyanita, H., 2021, Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran Online dan Pengemasan Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Rumahan di RW. 02 Kelurahan Kalimulya Depok, *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2021 (SNPPM-2021)*.
- [7] Suryadithia, R., Rachmi, H., Hamid, A., & Basa, P.M., 2021, Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Desa Kota Batu Bogor. *Jurnal Abdimas PHB*, 4(3).
- [8] Paramita, C., Amalia, A., & Trapsilo, G., 2022, Pelatihan Video Editing Dalam Upaya Peningkatan Keterampilan Digital Di Era Industri 4.0 bagi Santri Panti Asuhan Kafalatul Yatama, *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.602>

- [9] Izzatillah, M., Hermawati, M., & Wulandari, S., 2022, Menjadi Womenpreneur Dengan Cerdas Bersosial Media Untuk Mengembangkan UMKM. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5). <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v5i5.11301>
- [10] Lazuarni, S., Hendarmin, RM. R., & Wulandari, T., 2022, Pelatihan Desain Grafis Untuk Bisnis Di Zaman Serba Digital Dan Visual Kepada Mahasiswa Kota Palembang., *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1). <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7909>
- [11] Choirina, P., Rohman, M., Tjiptady, B. C., Darajat, P. P., Fadliana, A., & Wahyudi, F., 2022, Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i1.1195>
- [12] Natari, S. U., & Raharja, S. J. (2022). E-Desain Sebagai Strategi Pemasaran Digital Bagi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.38614>