

PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* BAGI KOMUNITAS PENJUAL PRODUK DAN JASA KEBUMEN (KP2JK)

Fatkahul Amin¹, Setyawan Wibisono², Dwi Agus Diartono³, Wiwien Hadikurniawati⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank Semarang, Indonesia

¹fatkhulamin@edu.unisbank.ac.id, ²setyawan@edu.unisbank.ac.id, ³dwieagus@edu.unisbank.ac.id,
⁴wiwien@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Komunitas Penjual Produk dan Jasa Kebumen (KP2JK) adalah suatu perkumpulan bagi para penyedia produk dan jasa di Kabupaten Kebumen yang bertujuan untuk memajukan sektor perdagangan dan jasa bagi para anggotanya. Saat ini dalam memasarkan produknya para anggota komunitas masih mengandalkan cara pemasaran secara *direct selling*. Untuk meningkatkan omzet, maka KP2JK memiliki niat dan tanggung jawab yang besar untuk memberikan pengetahuan tentang online kepada anggota KP2JK. Permasalahan yang cukup *elementer* pada anggota KP2JK yaitu pada sisi penguasaan perangkat lunak dalam sistem pemasaran *online*. Keterampilan dan kemampuan anggota KP2JK sudah dapat digunakan dalam pemasaran *online*, namun untuk dapat secara serius dan sungguh-sungguh dalam menggeluti pemasaran *online*, maka keterampilan dan kemampuan anggota KP2JK masih butuh banyak dilatih. Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang berusaha untuk memberikan kontribusi pemecahan yang dihadapi oleh KP2JK sebagai mitra. Partisipasi nyata tim pengabdian kepada masyarakat dalam mengatasi permasalahan adalah menyelenggarakan pelatihan pembuatan *blog e-commerce* untuk pemasaran online dengan materi meliputi: 1) Konsep pemasaran *offline*; 2) Konsep blog pemasaran *online*; 3) Konsep membuat blog untuk pemasaran *online*; 4) Cara membuat blog untuk pemasaran *online*

Kata Kunci - *blog e-commerce*, KP2JK, pemasaran *online*, produk dan jasa

Abstract

Komunitas Penjual Produk dan Jasa (KP2JK) is an association for providers of products and services in Kebumen Regency which aims to advance the trade and services sector for its members. Currently, in marketing their products, community members still rely on direct selling marketing methods. To increase turnover, KP2JK has a great intention and responsibility to provide online knowledge to KP2JK members. Problems that are quite elementary to the members of KP2JK are on the mastery of software in the online marketing system. The skills and abilities of KP2JK members can already be used in online marketing, but to be able to seriously and seriously engage in online marketing, the skills and abilities of KP2JK members still need a lot of training. The community service team of the University of Stikubank (Unisbank) Semarang is trying to contribute to the solution faced by KP2JK as a partner. The real participation of the community service team in overcoming the problem is to hold a training on creating an e-commerce blog for online marketing with material including: 1) The concept of offline marketing; 2) The concept of online marketing blogs; 3) The concept of creating a blog for online marketing; 4) How to create a blog for online marketing

Key Words - *e-commerce blog*, KP2JK, *online marketing*, *products and services*

PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet saat ini berdasarkan rilis berita Kemenkominfo sudah mencapai sepertiga jumlah penduduk (jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270 juta). Jumlah pengguna yang besar tersebut membuat pangsa pasar untuk memiliki usaha *online* semakin besar pula. Kenyataannya dari sejumlah data dan fakta di lapangan, pengguna internet rata-rata hanya sebagai pengguna pasif atau konsumen. Internet hanya digunakan sebagai media *online* untuk usaha *non profit* atau tidak menguntungkan. Hal ini tentunya menjadi keprihatinan semua pihak yang ingin membuat Indonesia menjadi negara yang maju dan mandiri. Indonesia yang memiliki jumlah penduduk besar sangat berpotensi dalam lahirnya pebisnis-pebisnis yang menggunakan media *online* sebagai alat pemasarannya [1]. Potensi yang besar bisa dimanfaatkan oleh generasi-generasi muda di seluruh Indonesia untuk belajar *online* mulai saat ini.

Komunitas Penjual Produk dan Jasa Kebumen (KP2JK) memiliki niat dan tanggung jawab yang besar untuk memberikan pengetahuan tentang pemasaran *online* kepada anggota KP2JK di daerah Kebumen dan sekitarnya. Namun demikian, mengingat karena pengetahuan dan keahlian yang dimiliki para pengurus KP2JK masih kurang memadai dalam memberikan materi kepada peserta anggota tentang *online*. Hal ini terjadi karena anggota KP2JK terbiasa pada model pemasaran *offline*, sedangkan perkembangan dunia saat

ini menuntut kepada kecepatan dan efisiensi di segala bidang yang dimiliki oleh model pemasaran modern atau pemasaran *online* [2].

Penambahan pengetahuan diperlukan untuk para anggota KP2JK di wilayah Kebumen dan sekitarnya untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang proses pembuatan pemasaran atau *online marketing* yang benar. Hal ini diperlukan agar anggota KP2JK bisa memiliki kemampuan yang merata dalam pemasaran *online* untuk pembuatan blog pemasaran *online* yang benar. Pelatihan pemasaran *online* sangat diperlukan oleh para anggota KP2JK sehingga bisa mendapatkan materi teori dan praktek *online* dan pemasaran *online* dari para pakar di bidang pemasaran *online*.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Peningkatan keterampilan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* bagi anggota KP2JK akan memberikan peningkatan pada beberapa aspek sebagai berikut:

1. Aspek pendidikan, pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* bagi anggota KP2JK mempunyai nilai pendidikan, karena dengan pelaksanaan pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* akan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KP2JK dalam bidang pemasaran *online* [3].
2. Aspek ekonomi, pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* bagi anggota KP2JK akan mengarahkan anggota komunitas sebagai praktisi usaha *online* yang dapat siap bekerja mandiri dalam industri perdagangan *digital*, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan perekonomian setiap anggota komunitas serta KP2JK secara keseluruhan [4].
3. Aspek kewirausahaan, peningkatan keterampilan anggota KP2JK dalam bidang pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* dapat diandalkan sebagai bekal dalam mengarungi dunia wirausaha, sehingga mendukung percepatan pencetakan wirausaha bidang *technopreneur*.
4. Aspek psikologis, melalui pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* akan meningkatkan rasa percaya diri anggota KP2JK dan sekaligus secara psikologis meningkatkan keberanian yang terukur ketika harus masuk dan bersaing di dunia perdagangan *online* [5].
5. Aspek sosial, melalui pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* yang diselenggarakan secara gratis akan membuka wawasan anggota KP2JK bahwa kehidupan sosial tidak hanya saling membantu dalam sektor ekonomi, tetapi berbagi ilmu akan lebih mempunyai dampak yang lebih besar.
6. Aspek budaya, melalui pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* akan membentuk budaya penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi secara tepat guna dan tepat sasaran.
7. Aspek penelitian, melalui pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* akan membuka wawasan bahwa banyak sekali hal-hal yang dapat diteliti untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan dan memanfaatkan pemasaran *online*.

Berdasarkan telaah dan identifikasi masalah serta dengan berdasarkan analisis kondisi KP2JK serta forum diskusi bersama antara tim pengabdian masyarakat Universitas Stikubank Semarang dengan mitra, maka dapat diidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh KP2JK yang dapat meningkatkan keberhasilan pengabdian kepada masyarakat ini. Kedua prioritas utama tersebut adalah:

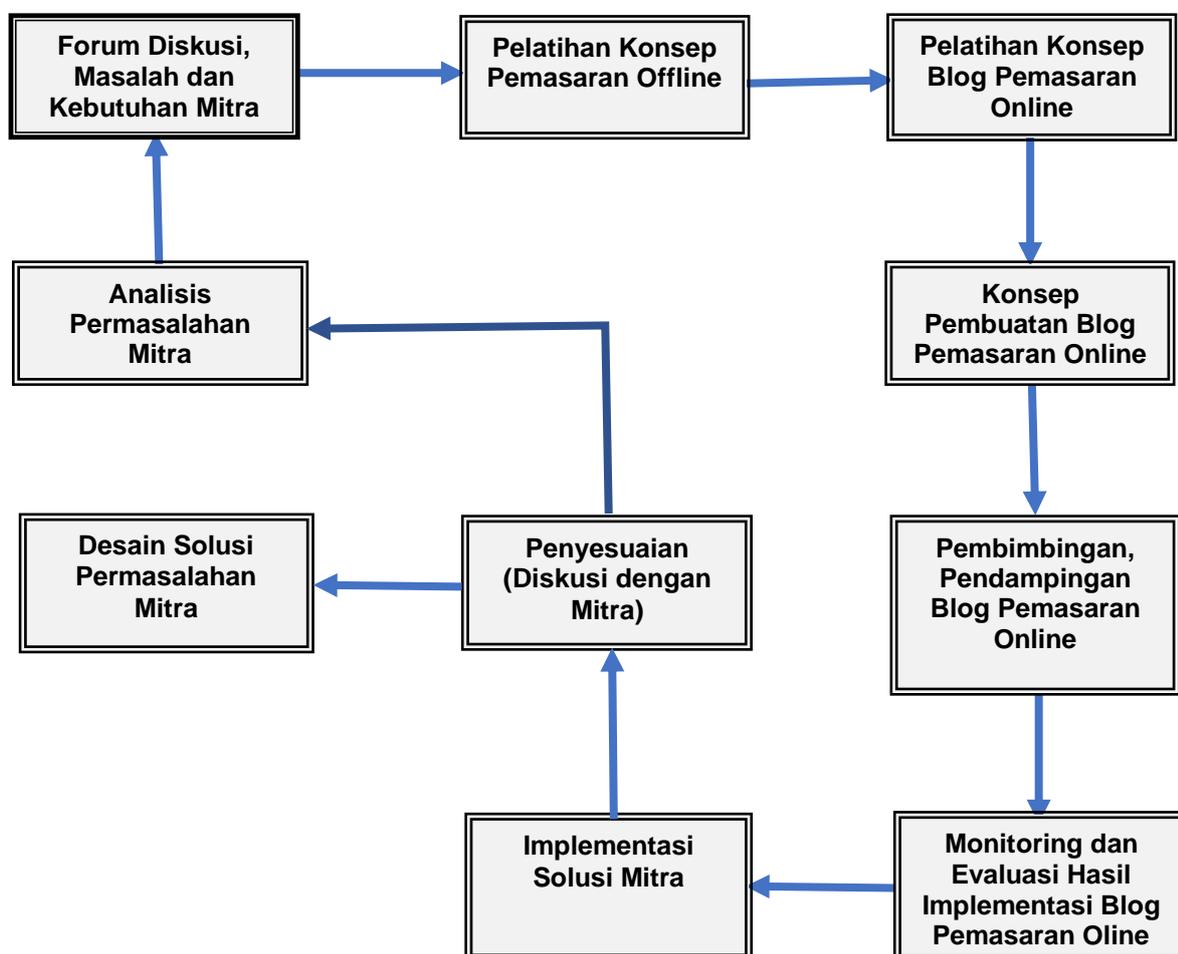
1. Peningkatan keterampilan dan kemampuan anggota KP2JK melalui pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online*. Dengan berdasarkan analisis situasi serta identifikasi langsung yang melibatkan KP2JK sebagai mitra, maka ditemukan suatu permasalahan yang cukup *elementer* yaitu pada sisi penguasaan perangkat lunak. Dalam masalah ini, keterampilan dan kemampuan anggota KP2JK sudah dapat digunakan dalam pemasaran *online*, namun untuk dapat secara serius dan sungguh-sungguh dalam menggeluti pemasaran *online*, maka keterampilan dan kemampuan anggota KP2JK masih butuh banyak dilatih [6].
2. Peningkatan jumlah anggota KP2JK yang dianggap mampu dalam penguasaan kemampuan dan keterampilan pemasaran *online* masih relatif lambat. Jumlah yang relatif sedikit pada anggota KP2JK dengan kemampuan dan keterampilan pemasaran *online* sesuai kriteria yang dituntut dalam bidang pemasaran *online*. Hal ini disebabkan oleh belum adanya pemangku kepentingan yang memberi pandangan bahwa bidang pemasaran mempunyai prospek yang cukup bagus namun membutuhkan ketelatenan dan keseriusan dalam menanganinya, karena berkaitan dengan kepercayaan pemasok dan

pelanggan. Pemangku kepentingan, dalam hal ini pihak pemerintah maupun dunia industri pemasaran *online* belum banyak memberikan pemikiran maupun tindakan nyata yaitu memberikan pendidikan dan pelatihan pemasaran *online* [7,8,9].

Berdasar analisis situasi dan permasalahan yang terjadi, maka pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk dapat memberikan kontribusi pemecahan masalah tentang metoda aplikatif dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh KP2JK sebagai mitra. Partisipasi nyata tim pengabdian kepada masyarakat dalam mengatasi permasalahan adalah menyelenggarakan pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* dengan materi meliputi:

1. Konsep pemasaran *offline*, meliputi: *place, product, price* dan *promotion*
2. Konsep blog pemasaran *online*, meliputi: pengertian, jenis blog *online*, kelebihan pemasaran *online*.
3. Konsep membuat blog untuk pemasaran *online* meliputi: perencanaan membuat blog dan membangun blog
4. Cara membuat blog untuk pemasaran *online*, meliputi: membuat pemasaran *online*.

Metode pengabdian kepada masyarakat digambarkan dalam bentuk alur dari tahap awal hingga tahap menghasilkan solusi diperlihatkan pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Diagram Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

- Luaran dari pengabdian kepada masyarakat ini dapat berupa luaran jasa dan produk sebagai berikut:
1. Jasa: meningkatnya keterampilan anggota KP2JK dalam bidang pemasaran *online*, akan berdampak terhadap meningkatnya daya saing anggota KP2JK dalam dunia pemasaran khususnya pemasaran *online*.
 2. Jasa: meningkatnya jiwa kewirausahaan bagi anggota KP2JK yang dapat dijadikan sebagai bekal dalam berwirausaha secara *online*, sehingga mendukung usaha pemerintah dalam pembentukan wirausaha-wirausaha baru yang paham dalam penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi.

3. Jasa: meningkatnya produktifitas anggota KP2JK pelaku usaha pemasaran *online*, sehingga dapat digunakan sebagai salah satu usaha dalam meningkatkan taraf hidup dalam bidang sosial ekonomi bagi anggota KP2JK maupun komunitas KP2JK secara keseluruhan.
4. Produk luaran lain dari pengabdian kepada masyarakat ini berupa:
 - a. Laporan hasil pengabdian kepada masyarakat
 - b. Modul pelatihan yang dapat dijadikan pedoman untuk peningkatan keterampilan pemasaran *online* bagi komunitas KP2JK maupun komunitas lain.
 - c. Draf makalah pengabdian kepada masyarakat atau publikasi ilmiah melalui jurnal nasional

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Peserta pelatihan dari anggota KP2JK mengikuti dengan metoda kaji tindak partisipatif antara pemberi pelatihan dengan peserta. Pertanyaan demi pertanyaan tentang blog *e-commerce* dan cara memasarkannya dilakukan oleh peserta baik saat sesi teori maupun sesi praktek. Proses tanya jawab membuat pelatihan menjadi terbuka dan peserta mudah memahami materi yang disampaikan oleh pengajar. Proses pelatihan dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Konsep pemasaran *offline*
 - a. Peserta diberikan pemahaman tentang konsep dasar pemasaran *offline*, sehingga peserta mampu memahami konsep pemasaran *offline* atau luar jaringan. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang konsep pemasaran *offline* dan contoh-contoh riil usaha luar jaringan, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - b. Peserta diberikan pemahaman tentang konsep *Four ps*, sehingga peserta mampu memahami *Four ps* dalam pemasaran. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang konsep *Four ps*. Peserta melaksanakan tanya jawab tentang *Four ps* dan implementasinya, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - c. Peserta diberikan pemahaman tentang konsep 3 jenis saluran dalam pemasaran, sehingga peserta mampu memahami konsep 3 jenis saluran dalam pemasaran. Dalam sesi ini dilaksanakan diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang 3 jenis saluran dalam pemasaran. Peserta berdiskusi tentang 3 jenis saluran dalam pemasaran dan contoh aplikasinya, dan jawaban ditulis oleh peserta.



Gambar 2. Pelatihan dengan Materi Konsep Pemasaran Offline

2. Konsep pemasaran *online*
 - a. Peserta diberikan pemahaman tentang konsep dasar perencanaan dalam pemasaran *online*, sehingga peserta mampu memahami konsep pemasaran *online* atau dalam jaringan. Dalam sesi ini

- dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang konsep pemasaran *online* dan contoh-contoh riil usaha dalam jaringan, dan jawaban ditulis oleh peserta.
- b. Peserta diberikan pemahaman tentang pembuatan konsep pemasaran *online*, sehingga peserta mampu memahami pembuatan konsep pemasaran *online* atau dalam jaringan. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang pembuatan konsep pemasaran *online*, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - c. Peserta diberikan pemahaman tentang pembuatan konsep pemasaran *online*, sehingga peserta mampu memahami implementasi pemasaran *online*. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang implementasi pemasaran *online*, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - d. Peserta diberikan pemahaman tentang jenis pemasaran *online*, sehingga peserta mampu memahami jenis pemasaran *online*. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang jenis pemasaran *online*, dan jawaban ditulis oleh peserta.



Gambar 3. Pelatihan Konsep Pemasaran Online

3. Model pemasaran *online*
 - a. Peserta diberikan pemahaman tentang tips pemasaran online, sehingga peserta mampu memahami tips pemasaran *online*. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang tips pemasaran *online*, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - b. Peserta diberikan pemahaman tentang *Four ps* pemasaran *online*, sehingga peserta mampu memahami *Four ps online* dan implementasinya. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang *Four ps online* dan implementasinya, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - c. Peserta diberikan pemahaman tentang implementasi pemasaran *online*, sehingga peserta mampu memahami implementasi pemasaran *online* dan implementasinya. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang implementasi pemasaran *online* dan implementasinya, dan jawaban ditulis oleh peserta.
4. Cara pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online*
 - a. Peserta diberikan contoh praktek tentang membuat taksonomi blog pemasaran kemudian seluruh peserta mempraktekkannya, sehingga peserta mempunyai keterampilan dalam membuat taksonomi blog pemasaran. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang membuat taksonomi blog pemasaran, dan jawaban ditulis oleh peserta.
 - b. Peserta diberikan contoh praktek tentang mengaplikasikan pembuatan blog pemasaran kemudian seluruh peserta mempraktekkannya, sehingga peserta mempunyai keterampilan dalam mengaplikasikan pembuatan blog pemasaran. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dan tanya jawab tentang mengaplikasikan pembuatan blog pemasaran, dan jawaban ditulis oleh peserta.

- c. Peserta diberikan contoh praktek tentang cara pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online*, kemudian seluruh peserta mempraktekkannya, sehingga peserta mempunyai keterampilan dalam cara pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online*. Dalam sesi ini dilaksanakan sesi diskusi dengan peserta dengan tanya jawab tentang cara pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online*, dan jawaban ditulis oleh peserta.



Gambar 4. Pelatihan Cara Pembuatan Blog E-commerce

PENUTUP

Simpulan

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* bagi Komunitas Penjual Produk Dan Jasa Kebumen (KP2JK) dapat disimpulkan:

1. Pelatihan pembuatan blog *e-commerce* ini meningkatkan wawasan tentang konsep pemasaran *online* yang harus dipahami terlebih dahulu oleh praktisi perdagangan sebelum terjun langsung dalam melakukan transaksi perdagangan secara *online*.
2. Sebagian besar anggota KP2JK belum memahami model-model pemasaran *online*, sehingga pelatihan ini menjawab banyak pertanyaan peserta pelatihan dalam pengembangan bisnis secara *online*.
3. Pelatihan pembuatan blog *e-commerce* ini meningkatkan wawasan tentang konsep pemasaran *online* yang harus dipahami terlebih dahulu oleh praktisi perdagangan sebelum terjun langsung dalam melakukan transaksi perdagangan secara *online*.
4. Anggota KP2JK sudah mengenal pemasaran *online*, namun belum terlalu memahami bagaimana menggunakan perangkat lunak untuk bertransaksi secara *online*, sehingga pelatihan ini dapat memberikan wawasan dan keterampilan dalam membuat blog pemasaran *online* yang nantinya dapat digunakan untuk peningkatan usaha para anggota komunitas.

Saran

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pelatihan pembuatan blog *e-commerce* untuk pemasaran *online* bagi Komunitas Penjual Produk Dan Jasa Kebumen (KP2JK) disarankan agar:

1. Pemahaman tentang pemasaran *offline* sebaiknya dipahami dulu sebelum mempelajari pemasaran *online*.
2. Perlunya pemahaman secara menyeluruh tentang pemasaran *online* untuk hasil yang maksimal dalam memasarkan produk atau jasa secara maksimal
3. Perlunya pemahaman bauran pemasaran dalam pemasaran *online* sehingga didapatkan hasil maksimal
4. Sebaiknya aplikasi pemasaran secara *online* dilatih terus menerus untuk didapatkan hasil optimal

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Durianto, D. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2002). *Management Information System*. Seven Edition.
- [3] Greenstein, M., & Feinman, T. M. (1999). *Electronic commerce: security risk management and control*. McGraw-Hill Higher Education.
- [4] Purbo, O. W., & Wahyudi, A. A. (2001). *Mengenal E-commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [5] Hadjerrouit, S. (2005). Designing a pedagogical model for web engineering education: An evolutionary perspective. *Journal of Information Technology Education: Research*, 4(1), 115-140.
- [6] Simarmata, J. (2010). *Rekayasa web*. Penerbit Andi.
- [7] Betha, S., & Pohan, H. I. (2007). *Pemrograman Web dengan HTML*. Bandung: Penerbit informatika.
- [8] Escalona, M. J., & Koch, N. (2004). Requirements engineering for web applications-a comparative study. *J. Web Eng.*, 2(3), 193-212.
- [9] Morvilie, P. (1993). *Web Style Guide*.