

SOSIALISASI *E-MARKETING* UNTUK PELAKU USAHA RUMAHAN BAGI IBU-IBU RUMAH TANGGA

Dila Damayanti¹, Reny Uly Indrayani², Mia Indah Prastiwi³, Ainun Nisa⁴, Rachmawati Ayu Afifa⁵, Muchammad Tahtoch Ziun⁶, Manendha Maganitri Kundala⁷, Mohammad Mahsun⁸

¹²³⁴⁵⁶⁷⁸STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia - email: dhiladamayanti@stieww.ac.id
* corespondent author

1. Ringkasan

Pengabdian ini bertujuan untuk menggerakkan ibu-ibu rumah tangga khususnya yang berada di wilayah Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Bantul dalam meningkatkan minat berwirausaha. Fokus pengabdian adalah memberikan pemahaman kepada mitra terkait kemudahan berwirausaha di Era Digital. Dengan pemanfaatan teknologi internet dapat mempermudah aktivitas penawaran dan jual beli secara online. Target luaran yang diharapkan dalam kegiatan pengabdian adalah pemahaman mitra untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi melalui pemasaran elektronik (e-marketing). Dengan adanya pemahaman akan pemanfaatan teknologi dalam berwirausaha maka akan muncul minat untuk memulai berwirausaha. Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah diadakan pada hari Minggu, tanggal 13 Februari 2022 ini pada dasarnya dilakukan untuk mensosialisasikan penggunaan media digital di kalangan ibu-ibu Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai, Bantul. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode klasikal selama 1,5 jam berupa penyampaian materi pemanfaatan media digital untuk memasarkan produk guna semakin memotivasi ibu-ibu menjadi ibu rumah tangga yang mandiri dengan berwirausaha.

Mitra Pengabdian pada kegiatan kali ini merupakan sekelompok ibu-ibu dari Kelompok Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul

Keywords

Usaha Rumahan, E-Marketing, Ibu Rumah Tangga

2. Pendahuluan

Di era globalisasi ini, di tengah-tengah kemajuan teknologi yang sangat cepat sudah seharusnya diimbangi dengan pertumbuhan dan peningkatan kualitas mutu Sumber Daya Manusia yang bukan lagi berangkat dari *mindset* bukan lagi mencari pekerjaan tetapi bagaimana SDM itu sendiri mampu dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Adapun tuntutan dalam menciptakan lapangan pekerjaan diantaranya yang perlu diperhatikan adalah memiliki *skill* atau keterampilan di bidang usaha tertentu, pandai melihat kebutuhan pasar, dan dapat mengetahui kemampuan ekonomi masyarakat sekitarnya. Saat ini maraknya wirausaha di berbagai daerah menjadi tuntutan utama bagi para SDM di Indonesia.

Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumberdaya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah prioritas kebutuhan masyarakat desa. Desa pun harus selalu mengumpulkan Data Dasar Keluarga, Potensi Desa Dan Perkembangan Desa Direktorat Jendral Pemberdayaan Masyarakat Masyarakat dan Desa (Ditjen PMD).

Tantangan industrialisasi dan perdagangan bebas menuntut penguatan pelaku bisnis di pedesaan menggunakan model-model baru dengan mempertimbangkan aspek budaya dan struktur strategis pembangunan. Peran serta pemerintah sangat diperlukan dalam mempersiapkan UMKM menghadapi MEA melalui pengembangan 3P: pendampingan yang dapat menggerakkan partisipasi total masyarakat, penyuluhan dapat merespon dan memantau perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat dan pelayanan yang berfungsi sebagai unsur pengendali ketepatan distribusi asset sumberdaya fisik dan non fisik yang diperlukan masyarakat.

Perkembangan teknologi dalam era globalisasi memiliki peran yang cukup kuat. Penguasaan teknologi menjadi modal besar untuk memenangkan persaingan global. Pada umumnya perusahaan atau pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu berkeinginan untuk membuat produknya laku terjual. Dalam hal ini, perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat, sehingga perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Menurut Kotler dan Keller (2012) Pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan pasar akan suatu produk. Strategi pemasaran atau bauran pemasaran (*marketing mix*) meliputi 4 hal, yaitu : *Product, Price, Place, Promotion*. Contoh strategi pemasaran konvensional yang diterapkan dari dulu hingga sekarang misalnya iklan, *direct marketing*, dan *sales promotion*. Ketiga contoh tersebut bukan berarti tidak bermanfaat lagi di masa sekarang, namun perusahaan tentunya perlu mempertimbangkan media baru dan strategi baru agar pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.

Masalah yang sampai saat ini masih perlu diperhatikan adalah kurangnya kesadaran masyarakat atau pengusaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk mengembangkan kegiatannya. Dengan produk yang relatif sudah cukup bagus, bila pasar yang dijangkau terbatas maka tidak akan cukup untuk menolong kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Karena itu diperlukan langkah-langkah atau strategi mengatasi masalah pemasaran tersebut, salah satunya dengan memanfaatkan media digital. Dewasa ini sudah saatnya pelaku usaha mempersiapkan diri untuk memasuki era baru dalam dunia pemasaran. Sebab selama ini, kelemahan menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien menjadi persoalan bagi hampir seluruh pelaku usaha di tanah air.

Media digital tumbuh pesat seiring dengan bertambahnya pengguna internet di kawasan Asia Tenggara. Media digital pun bahkan sudah menjadi gaya hidup modern, di samping itu penggunaan media digital telah banyak membantu setiap orang dalam melakukan rutinitas. Individu, organisasi, bahkan pemerintahan juga tidak pernah terlepas dari aktifitas menggunakan media digital. Contoh media digital yang sering digunakan saat ini, yaitu : Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Masing-masing media digital tersebut mempunyai fungsi yang sama, yaitu untuk berkomunikasi. Banyaknya kemudahan dan fungsi dari penggunaan media digital, mendorong masyarakat atau pengusaha untuk memanfaatkan media digital tersebut pada setiap kegiatannya. Fungsi lain dari penggunaan media digital meliputi: branding, sharing, promosi, maupun marketing. Perkembangan teknologi informasi dan internet juga berpengaruh besar terhadap perkembangan di bidang promosi produk. Hal tersebut tentunya sangat menguntungkan bagi dunia promosi produk karena kemudian terjadi peningkatan efektivitas jika dibandingkan dengan media konvensional. Aspek utama yang mempengaruhi peningkatan efektivitas promosi produk melalui internet adalah media yang interaktif, bersifat fleksibel dengan pengertian adanya pertukaran pesan dua arah dan media yang responsif.

E-Commerce atau perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-Commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-dagang ini sebagai aplikasi dan penerapan dari elektronik bisnis (e-bisnis) yang berkaitan dengan transaksi komersial seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (Supply chain management), e-pemasaran, atau pemasaran online, pemrosesan transaksi online, pertukaran data elektronik, dan lain-lain. kesadaran pelajar khususnya siswa yang ada di daerah pelosok desa dalam memaksimalkan pemanfaatan teknologi belum produktif di era digital sekarang ini, sedangkan mayoritas para pelajar mempunyai smart phone. Padahal pemanfaatan akses internet

ini sangat memungkinkan seseorang berinteraksi bahkan bertransaksi secara ekonomi di dunia teknologi online (internet), sehingga hal tersebut bisa menjadi lahan baru wirausahawan muda dalam mempromosikan serta memasarkan produknya.

Fakta di atas sudah cukup memberikan alasan mengapa tim pengabdian terjun ke dalam bisnis ini. Diharapkan dari sosialisasi ini dapat membantu ibu rumah tangga, khususnya ibu-ibu Dasawisma Melati 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul dalam pemanfaatan teknologi internet di bidang jual beli secara online. Dari analisa situasi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dirumuskan permasalahan bahwa dengan perkembangan teknologi akan mempermudah dalam menjalankan transaksi perdagangan. Pemahaman tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat ibu-ibu rumah tangga untuk berwirausaha tanpa harus meninggalkan kewajiban utama mengurus rumah tangga.

Ibu rumah tangga anggota Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul adalah bagian dari masyarakat Indonesia yang perlu mendapatkan perhatian oleh semua pihak dalam masalah pemberdayaan perempuan. Sejauh ini aktivitas ibu rumah tangga hanya sebatas mengurus rumah tangga tanpa aktivitas yang lain, sehingga waktunya banyak terbuang sia-sia.

Masalah di atas kemudian mendorong Tim Pengabdian STIE Widya Wiwaha untuk menawarkan solusi bagaimana memanfaatkan waktu luang dengan menambah pendapatan keluarga melalui aktivitas kewirausahaan berbasis e-marketing, khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga sehingga akan diharapkan dapat membantu mengatasi persoalan keuangan keluarga anggota Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul. Dengan pemahaman awal menjalankan bisnis yang dijumpai oleh kemudahan teknologi, maka ibu-ibu rumah tangga tetap bias mengurus rumah tangga sambil melakukan aktivitas bisnis. Kemampuan yang akan didapat oleh para ibu-ibu anggota Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul tentang berwirausaha berbasis e-marketing juga diharapkan akan dapat menciptakan efek yang positif bagi lingkungan. Mereka akan menularkan pengetahuan dan pengalamannya kepada masyarakat sekitarnya.

3. Metode Penerapan

Guna memecahkan masalah para ibu rumah tangga dalam meningkatkan minat berwirausaha, maka tim pengabdian kepada masyarakat STIE Widya Wiwaha sepakat melakukan Pelatihan Pemahaman Pemasaran Elektronik (E-Marketing) guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga Anggota Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul. Diharapkan pelatihan tersebut bisa benar-benar direalisasikan, karena sudah merupakan gagasan lama yang belum terlaksana dan belum ada institusi baik pemerintah maupun lembaga kemasyarakatan sekitar yang akan membantu. Dengan pelatihan ini diharapkan para ibu rumah tangga tertarik untuk menjalankan bisnis dengan memanfaatkan e-marketing.

Selain diadakan pelatihan tim juga akan melakukan layanan bimbingan kepada ibu-ibu rumah tangga yang merasa masih perlu pendalaman atau kasus-kasus kewirausahaan dengan e-marketing yang belum bisa dilakukan oleh para ibu rumah tangga. Secara rinci Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan dua metode utama yaitu Pelatihan serta Pembimbingan dan Konsultasi.

Pelatihan

Pelatihan dimaksudkan untuk memberikan bekal kepada para ibu rumah tangga tentang wawasan kewirausahaan. Pelatihan dilaksanakan di gedung pertemuan RT 12 Bale Roso. Metode pelatihan dilakukan dengan tutorial dan demonstrasi diikuti langsung oleh para peserta pelatihan. Materi pelatihan diuraikan secara rinci sebagai berikut:

- a. Konsep Kewirausahaan,.
- b. Pemasaran elektronik (e-marketing),
- c. Mengadakan evaluasi.

Bimbingan/Konsultasi

Layanan bimbingan diberikan kepada para ibu rumah tangga yang mengalami kesulitan dalam prakteknya. Bagi para ibu rumah tangga yang akan melakukan konsultasi bisa langsung menghubungi tim pengabdian atau menghubungi kampus STIE Widya Wiwaha

4. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Kegiatan pelatihan Pemasaran Elektronik (E-Marketing) guna Menumbuhkan Minat Berwirausaha bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga dilaksanakan pada:

Lokasi : Balai Pertemuan RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul

Waktu : Minggu, 13 Februari 2021

Kegiatan pelatihan Pemasaran Elektronik (E-Marketing) bagi ibu-ibu rumah tangga anggota Dasawisma Melati RT 12 Perumahan Bumi Trimulyo Permai Bantul dihadiri sebanyak 24 ibu-ibu anggota Dasawisma. Peserta terlihat antusias dalam pelaksanaan dibuktikan dengan perhatian yang diberikan serta pertanyaan yang disampaikan pada saat diskusi. Pada pelatihan ini, peserta juga diberikan materi yang mendukung proses pelatihan. Diharapkan peserta pelatihan pasca kegiatan ini mampu mengaplikasikan hasil pelatihan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan, dapat diidentifikasi tingkat pemahaman peserta sebesar 90% peserta dan bersedia untuk menerapkan dalam menjalankan usaha yang sudah ada dan memulai untuk membuka usaha jualan online melalui berbagai media online salah satunya melalui media sosial (facebook, instagram, dan whatsapp) bagi ibu-ibu yang sebelumnya belum ada kegiatan.

6. Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami sampaikan kepada seluruh ibu-ibu pegiat Dasawisma Melati RT 12 dari Perumahan Bumi Trimulyo Permai atas berhasilnya kolaborasi dengan tim pengabdian Masyarakat STIE Widya Wiwaha. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga dan bisa terus berkontribusi untuk perkembangan masyarakat sekitarnya.

7. Sumber Dana

Dana untuk kegiatan ini diambilkan dari alokasi dana Tri Dharma Kampus STIE Widya Wiwaha, yaitu dari Pengabdian Masyarakat.

8. Pustaka

- [1] <http://euissunarti.staff.ipb.ac.id/files/2012/03/Dr.-Euis-Sunarti-Potret-Buram> Keluarga-Indonesia- IKK-IPB.
- [2] Herlambang, D., & Setyawan, D.Y., (2018). Legal Aspects of Business Competition on Electronic Commerce. Retrieved from <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/icitb/article/view/1384>

- [3] Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. Edisi ke-VI:2085-1375.
- [4] Kothler 2001, 401. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- [5] UU No. 52 tahun 2009 Tentang Perkembangan Penduduk dan Pembangunan Keluarga.