
PELATIHAN BERWIRAUSAHA MELALUI *DIGITAL MARKETING*

| **Diterima:** 2 Februari 2021 |

Direview: 30 Maret 2021 |

Disetujui: Agustus 2021 |

***Nurul Farida¹, Triani Ratnawuri², Lilian Mega Puri³**

Pendidikan Matematika, Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara No. 116 Kota
Metro¹

Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara No. 116 Kota
Metro^{2,3}

E-mail: nurulfaridamath@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian bertujuan untuk melatih kemampuan berwirausaha melalui *digital marketing*. Kegiatan pengabdian diikuti oleh remaja panti asuhan Tuma'ninah Yasin kota Metro yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Metode yang digunakan teknik demonstrasi, tanya jawab, diskusi dan praktik. Hasil pelatihan yang didapat adalah sejumlah 91,71. % peserta memiliki keterampilan memanfaatkan *digital marketing* untuk berwirausaha dengan menjual produk kerajinan kain flanel.

Kata kunci : berwirausaha, *digital marketing*

ABSTRACT

The purpose of of this dedication is to train entrepreneurial skills through digital marketing. The community service activity was followed by the teenagers of the Metro city Tuma'ninah Yasin orphanage who became partners in this service activity. The methods used were demonstration techniques, question and answer, discussion and practice. The results of the training obtained were 91.71. % of participants have the skills to take advantage of digital marketing for entrepreneurship by selling flannel craft products.

Keywords: *entrepreneurship, digital marketing*

PENDAHULUAN

Remaja Panti Asuhan Tuma'ninah Yasin di kota Metro menjadi salah satu lembaga sosial yang menaungi anak-anak dan remaja yang tidak memiliki orangtua. Menjadi perhatian bersama untuk mendidik dan membekali anak-anak panti asuhan untuk dapat berdikari kelak menjadi pribadi yang dapat hidup mandiri. Selama di panti asuhan, mereka diberikan berbagai pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan pengalamannya. Salah satunya dengan melatih bagaimana cara berwirausaha yang sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat modern saat ini. Dengan harapan nantinya anak-anak panti asuhan bisa menjadi wirausahawan ataupun pelaku usaha. Wirausahawan adalah pelaku wirausaha atau seseorang yang memiliki jiwa dalam melakukan kepemimpinan dan berinovasi untuk melakukan peluang usaha. *Entrepreneur* atau wirausahadapat diartikan juga sebagai seseorang yang

mampu mewujudkan ide ke dalam sebuah inovasi yang sukses (Werdhaningsih, dkk, 2017: 3).

Penghuni Panti Asuhan Tuma'ninah Yasin kota Metro mayoritas adalah anak-anak dan remaja usia 5 – 19 tahun. Dengan banyaknya jumlah remaja yang terdapat pada mitra menjadi potensi untuk pengembangan SDM dengan bekal berwirausaha. Melatih *skill* dan kemampuan guna menambah pengalaman menciptakan peluang usaha baru. Maka, dibutuhkan kegiatan pelatihan yang sesuai dengan perkembangan zaman dan potensi dari remaja Panti Asuhan Tuma'ninah Yasin di kota Metro.

Menghadapi perkembangan teknologi informasi saat ini juga akan berdampak pada kegiatan usaha dan perekonomian. Sehingga dalam berwirausaha memerlukan perhatian yang khusus terhadap era modern digitalisasi pada berbagai sektor perekonomian. Salah satu faktor keberhasilan dalam berwirausaha adalah bagaimana produk yang menjadi daya jual memenuhi strategi pemasaran yang tepat. Menurut Nasir (2019:6) bahwa keberhasilan strategi pemasaran tergantung keeratn hubungan antara strategi dan pemasararan bisnis. Esensi dari pemasaran adalah bagaimana memahami, mengembangkan dan selanjutnya mengimplementasikan strategi yang telah dibuat untuk memperoleh keuntungan. Lebih lanjut Kotler dan Keller (2012) mengemukakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan pasar akan suatu produk. Ada 4 hal dari strategi pemasaran (*marketing mix*) yaitu : *Product, Price, Place, Promotion*. Menggunakan iklan, *direct marketing*, dan *sales promotion* adalah beberapa contoh strategi pemasaran konvensional yang telah diterapkan dari dulu hingga sekarang. Contoh strategi pemasaran saat ini telah berkembang mengikuti perkembangan zaman . Sebagaimana yang diungkapkan oleh Baladraf, dkk (2018:86) bahwa saat ini perlu mempertimbangkan media dan strategi baru agar pemasaran produk menjadi lebih efektif dan efisien.

Pemanfaatan teknologi saat ini merupakan kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat. Dengan adanya teknologi, masyarakat akan dimudahkan dalam melakukan segala aktivitas. Masyarakat tidak perlu datang ke pasar untuk membeli bahan atau kebutuhan rumah maupun kebutuhan lainnya. Layanan antar pun sekarang marak digunakan sebagai bentuk layanan penjual terhadap konsumen. Dalam segi iklan atau memasarkan produk yang dijual juga telah mengalami perubahan, sekarang konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi dari produk yang akan dibelinya, mulai dari harga, spesifikasi produk, kelebihan dan kekurangan produk bahkan sampai dengan testimoni pelanggan yang sudah menggunakan produk

tersebut.

Di era modern teknologi informasi berkembang pesat searah dengan berbagai cara dan strategi pemasaran yang terkoneksi dengan teknologi yaitu digital marketing. Menurut Purwana E.S., dkk. (2017:2), *digital marketing* merupakan kegiatan promosi melalui media *digital* secara *online* dengan cara memanfaatkan berbagai media misalnya jejaring sosial. Media sosial menjadi salah satu sarana digital yang sangat efektif dalam strategi untuk memasarkan produk yang akan dijual. Penggunaan media sosial digunakan oleh hampir semua kalangan profesi, usia dan gender.

Media sosial telah memudahkan pelaku usaha dalam berkomunikasi dengan banyak orang mengenai produk yang dihasilkan. Selain itu, media social dapat menciptakan pemasaran yang jangkauannya lebih luas. Purwana, dkk (2017:15) menemukan bahwa *digital marketing* juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan *awareness* dan *engagement* masyarakat terhadap produk dan merek tertentu. terutama *Facebook* dan *Instagram* merupakan contoh dari *digital marketing*. Hal utama yang perlu diperhatikan dalam pemasaran adalah bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang tepat, efisien dan efektif (Faizah, 2018:4). Dengan memiliki *online shop* diharapkan remaja panti asuhan memiliki kemandirian dalam beribwasaha dan menjadi sumber penghasilannya.

METODE PELAKSANAAN

Metode penyuluhan digunakan untuk menyampaikan hal-hal yang perlu diketahui oleh peserta atau mitra pengabdian. Memberikan informasi terkait aplikasi media sosial yang akan digunakan, kelebihan dan kegunaannya.

Metode tanya jawab dan diskusi

Metode ini digunakan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan dari peserta pelatihan kepada pemateri tim pengabdian apabila terdapat hal-hal yang belum paham pada saat kegiatan pelatihan berlangsung. Selain itu juga untuk mengukur pemahaman dari peserta pelatihan setelah tim pengabdian menyampaikan materi pada metode sosialisasi. Tim pengabdian juga dibantu oleh mahasiswa guna melakukan dialog mengenai cara pemanfaatan media sosial. Peserta dari mitra pengabdian dengan pemateri tim pengabdian saling berdiskusi untuk masukan atau ide-ide yang bisa saling dibagi.

Metode praktik

Metode ini merupakan kegiatan utama yang dilakukan peserta untuk membuat dan mengatur setting media sosial instagram yang digunakan. Peserta dilatih tips dan trik dalam memposting iklan atau memasarkan produk yang akan dijual.

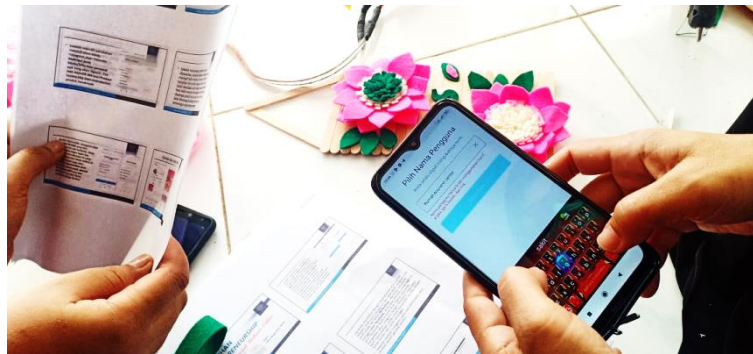
HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Peserta yang hadir pada pelatihan ini sebanyak 12 orang, melebihi target dari 10 orang. Produk yang akan dipasarkan adalah produk kerajinan dari bahan kain flanel. Produk yang mereka buat merupakan produk baru dari pelatihan keterampilan yaitu berupa *wall decoration* yaitu hiasan dinding berbentuk bunga-bunga yang terbuat dari kain flanel dan ditempelkan pada stik es krim. Produk ini dapat digantungkan di dinding sebagai penghias ruangan, kreasi lainnya *wall decoration* kain flanel juga bisa dibentuk nama yang dapat digantungkan di pintu. Peserta mitra telah membuat beberapa produk *wall decoration* dalam berbagai bentuk yang unik dan menarik. Setelah memilih dan memfoto produk yang akan dipasarkan, peserta diidentifikasi dari ponsel yang mereka gunakan apakah telah terinstal sosial media. Dari data yang didapat dari keseluruhan peserta mitra terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data peserta yang menggunakan sosial media

No	Nama	Facebook	Instagram
1	Dewi Kusuma	Ada	Belum ada
2	Ilen Damayanti	Ada	Ada
3	Nurhayati	Ada	Belum ada
4	Dewi Novitasari	Ada	Ada
5	Dhora Karlyna	Ada	Ada
6	Siti Kholipah	Ada	Belum ada
7	Sinta Asmara	Ada	Ada
8	Tri Setyaningsih	Ada	Belum ada
9	Ririn Septiyani	Ada	Ada
10	Lismiati	Ada	Belum ada
11	Mistoati	Ada	Belum ada
12	Eka Aprilianti	Ada	Ada
Jumlah pengguna media sosial		12	6

Berdasarkan identifikasi penggunaan media sosial ternyata peserta mitra sudah menggunakan media sosial *facebook* di ponselnya, namun hanya 50% yang telah menggunakan *instagram*. Dengan pelatihan ini peserta mitra diminta untuk menginstall aplikasi *instagram* di ponselnya. Kemudian dikenalkan fitur-fitur yang ada di *instagram*, cara edit profil *instagram* sebagai *online shop*, posting produk yang akan dipasarkan dilengkapi dengan *caption* atau keterangan produk, serta bagaimana membalas pesan langsung dari konsumen. Para peserta juga dilatih untuk *follow* pengguna *instagram* secara umum supaya dapat berbagi informasi produk dengan *followers*. Gambar 1 menampilkan kegiatan praktik peserta pelatihan.

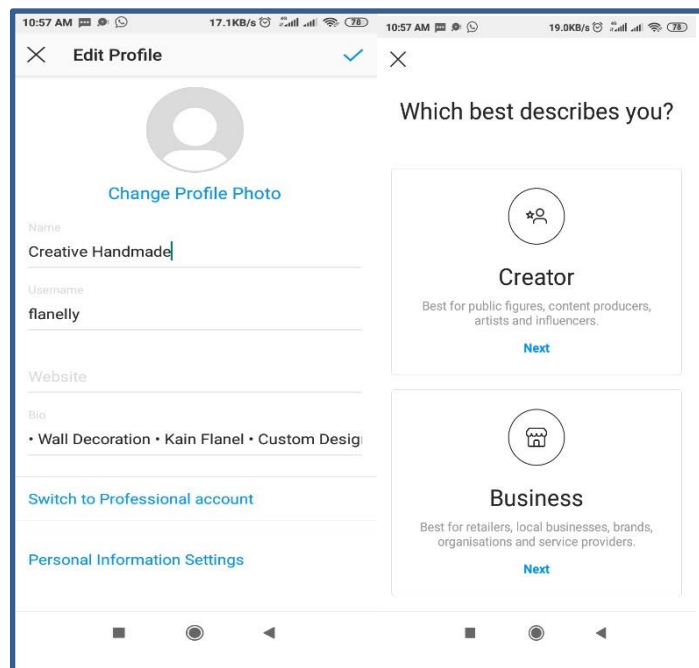


Gambar 1. Praktik penggunaan media sosial *instagram*

Kegiatan pelatihan ini sebagai target untuk praktik langsung pembuatan akun *online shop* bagi peserta mitra yang memiliki ponsel *smartphone*. Langkah-langkah pembuatan akun *online shop* pada aplikasi *instagram* sebagai berikut.

1. Pertama, peserta yang belum memiliki aplikasi *instagram*, mengunduh aplikasi *instagram*.
2. Kemudian setelah *instagram* terinstall, peserta membuka aplikasi *instagram*, lalu mengklik tombol Daftar dengan pilihan Email atau Nomor Telepon, lalu mengisi alamat email atau nomor telepon yang akan memerlukan kode konfirmasi, lalu mengklik tombol Berikutnya, lalu mengklik Login dengan Facebook untuk mendaftar menggunakan akun Facebook.
3. Langkah selanjutnya, *Instagram* mengirimkan kode verifikasi, setelah peserta menerima kode verifikasinya, peserta memasukkan kodenya pada kolom kode verifikasi kemudian pilih Lanjut, lalu peserta memasukkan tanggal lahir.

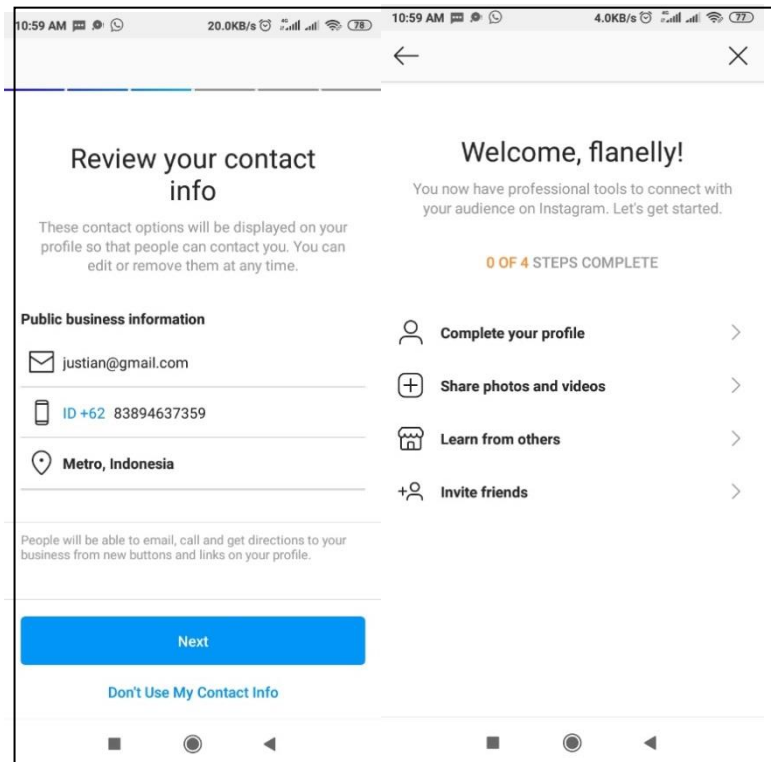
- Langkah terakhir, peserta dapat membuat nama pengguna dan kata sandi, melengkapi info profil, lalu mengklik Berikutnya. Sedangkan peserta yang mendaftar menggunakan Facebook, akan diminta untuk login ke akun Facebook apabila telah logout. Peserta diminta untuk mengaitkan akun Instagram dengan Facebook, sehingga lebih memudahkan untuk menambah koneksi dengan teman-teman dan calon pelanggan.
- Akun *instagram* telah siap digunakan untuk berjualan *online*. Sebagai akun yang akan digunakan untuk berjualan, kita dapat mengubah akun biasa menjadi akun bisnis. Dengan cara merubah personal *account* pada profil yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Merubah Akun Pribadi Menjadi Akun Bisnis

- Setelah memilih perubahan menjadi akun bisnis, Instagram akan meminta deskripsi jenis bisnis/informasi personal apa yang akan digeluti. Memilih *Art* atau *Product* karena akan memasarkan produk *handmade*.
- Setelah selesai memilih, *Instagram* akan meminta info kontak yang akan digunakan dalam jalur berbisnis. Mengisinya dengan tepat dan terpercaya karena informasi ini yang akan menentukan karir bisnis *online* di *Instagram*. *Instagram*

juga akan membantu mempromosikan akun anda. Tuliskan alamat email, alamat toko, juga nomor aktif yang bisa dihubungi untuk transaksi bisnis. Tampilan laman disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pengisian Data Akun Bisnis Pada Sebagai Profil Pada Instagram

8. Akun Instagram bisnis telah selesai dibuat. Langkah selanjutnya adalah memposting foto produk yang akan dipasarkan. Sebelumnya kita bisa terlebih dahulu mengubah tampilan foto profil dan juga biodata sebagai penarik minat pembeli. Usahakan biodata berisi informasi yang sah dan tidak menipu. Tips membuat profil akun :
 - a. Pilih nama yang menarik/unik
 - b. Gunakan gambar/foto yang berwarna pada profil
 - c. Tulis Caption atau keterangan pada gambar dengan bahasa yang baik
 - d. Sertakan hastag atau tagar yang sedang booming
9. Setelah memposting produk yang akan dipasarkan, tampilan halaman *Instagram* akan menjadi lebih menarik. Kemudian mengubah tampilan foto produk dengan *edit* warna yang telah disediakan oleh Instagram supaya tampilan foto lebih

menarik, juga bisa menambahkan deskripsi produk serta nomor atau alamat yang bisa dihubungi di biodata profil atau juga keterangan pada setiap postingan.

Peserta pelatihan yang hadir tidak semuanya ikut membuat akun Instagram dari tahap awal, karena sebagian peserta telah memiliki akun Instagram, karena saat ini Instagram merupakan salah satu sosial media yang paling banyak diminatin dan digunakan oleh semua usia. Untuk peserta yang belum memiliki aplikasi Instagram di smartphone diminta untuk menginstall aplikasi Instagram melalui Playstore, kemudian dilatih untuk membuat akun Instagram seperti langkah-langkah pembuatan akun Instagram yang telah dijelaskan. Sehingga hasilnya untuk semua peserta telah memiliki akun Instagram. Selanjutnya, peserta memulai pengelolaan toko, artinya akun Instagram yang dimiliki dikelola sebagai akun bisnis. Selanjutnya kemampuan yang perlu dimiliki oleh peserta adalah cara mengelola toko, yaitu memposting produk yang akan dijual dimulai dengan teknik memfoto produk sehingga tampilan produk dapat menarik minat pembeli. Kemudian bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan pembeli atau pelanggan. Tips dan trik dalam berkomunikasi dengan pembeli harus dimiliki oleh peserta nantinya dalam menghadapi komentar dan pertanyaan pembeli atas produk.

SIMPULAN

Anak-anak panti asuhan Tuma'ninah Yasin Kota Metro telah mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mengenai pembuatan akun *online shop* pada aplikasi sosial media instagram. Sebelum pelatihan 50% peserta belum memiliki akun instagram, setelah pelatihan 91,7% peserta telah memiliki akun instagram dan dapat mengelolanya dengan baik. Peserta yang terlibat dalam kegiatan pelatihan dapat mengembangkan kegiatan berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital yaitu dengan digital marketing melalui akun media sosial. Sehingga produk yang akan dipasarkan menjangkau pengguna media sosial secara lebih luas dan dapat meningkatkan profit atau keuntungan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih tim pengabdian disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pertama, pengabdian ucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Metro. Kedua, kepada

pihak panti asuhan Tuma'ninah Yasin Kota Metro atas kerja sama dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini, serta mahasiswa yang telah membantu terlaksanananya kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Baladraf, Mochammad Ilham Faris, dkk. (2018). Pelatihan Sukses Berbisnis Online Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemasaran Online Putat Jaya Surabaya. *Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa* 1 (1), 86-90.
- Faizah, Nuryana Khoirotul. (2018). Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online Dan Offline Di Toko Bibishop Grosir Nganjuk (Studi Komparasi). Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri. <https://simki.unpkediri.ac.id>.
- Kotler, Philip and Keller Kevin Lane. (2012). *Principles of Marketing: 14th Edition*. Prentice Hall. New Jersey.
- Nasir, Munawir, dkk. (2019). Kegiatan E-Marketing sebagai bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar. *Celebes Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (1), 1-8.
- Purwana, E.S., Dedi, dkk. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1 (1), 1-17.
- Werdhaningsih, Hendriana, dkk. (2017). *Prakarya dan Kewirausahaan/ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan-Edisi Revisi*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.