

PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DAN PROMOSI ONLINE PRODUK UNGGULAN PADA LEMBAGA KURSUS DAN PELATIHAN DI KOTA TASIKMALAYA

Adang Danial¹, Mumu², Dedi Nurjamil³

^{1,2,3}Universitas Siliwangi, Indonesia

¹ adangdanial@unsil.ac.id

Abstract

In the technology-based era, every organization, both commercial and non-commercial, the activities of the organization must be able to adapt to technological developments. LKP Yuwita and LKP Amanah are LKP located in the city of Tasikmalaya with their superior products being makeup and beauty products. There needs to be training that leads to online promotions and digital marketing of superior products so that products can be marketed more globally than in Tasikmalaya City, of course outside Tasikmalaya City. One of the promotions that can be done is by utilizing social media as a form of informing its activities to the general public, while digital marketing is how products can be marketed more broadly, namely through the use of market places as a means of selling their superior products. The implementation method is carried out offline with a total of 12 participants and the activities are carried out for 2 days, namely September 29 and 30, 2022. Based on the data obtained, it can be concluded that digital marketing training can run according to plan. Based on the results of the questionnaire, participants' understanding of digital marketing increased and all were in the good category. Digital marketing training must be carried out continuously with the hope that the pioneered business can later be marketed on a larger scale.

Keywords: *digital marketing, online promotion, market place, social media*

Abstrak

Di era berbasis teknologi maka setiap organisasi baik komersil maupun non komersil maka kegiatan organisasi tersebut harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. LKP Yuwita dan LKP Amanah merupakan LKP yang berada di kota Tasikmalaya dengan produk unggulannya adalah produk rias dan kecantikan. Perlu adanya pelatihan mengarah bagaimana promosi yang dilakukan secara online dan pemasaran produk unggulan secara digital sehingga produk dapat dipasarkan lebih global selain di Kota Tasikmalaya tentu di luar Kota Tasikmalaya. Salah satu promosi yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai bentuk dalam menginformasikan kegiatannya kepada khalayak umum, sedang digital marketing adalah bagaimana produk bisa dipasarkan lebih luas yaitu melalui pemanfaatan market place sebagai sarana dalam penjualan produk unggulannya. Metode pelaksanaan dilaksanakan secara luring dengan jumlah peserta sebanyak 12 orang dan kegiatan dilaksanakan selama 2 hari yaitu tanggal 29 dan 30 September 2022. Berdasarkan data yang diperoleh didapat kesimpulan bahwa pelatihan digital marketing dapat berjalan sesuai dengan rencana. Berdasarkan hasil angket bahwa pemahaman peserta terkait digital marketing meningkat dan berada pada kategori baik semuanya. Pelatihan digital marketing harus dilaksanakan secara kontinu dengan harapan usaha yang dirintis nantinya dapat dipasarkan secara lebih besar.

Kata Kunci: digital marketing, promosi online, market place, sosial media

Submitted: 2022-09-20

Revised: 2022-10-20

Accepted: 2022-10-25

Pendahuluan

Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan (Biringan, 2021; Noya et al., 2017; Patimah et al., 2020; Sudiapermana, 2009; Wardhani, 2013). Pendidikan nasional yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggungjawab (Undang-Undang No. 20 tahun 2003 Bab II Pasal 3 tentang Sistem Pendidikan Nasional)

Salah satu upaya peningkatan program unggulan pemerintah adalah dengan membentuk lembaga-lembaga yang memberikan kemampuan kepada siswa melalui program pelatihan yang di

bana secara terus menerus sehingga peserta memiliki keahlian di bidang tertentu. Lembaga kursus dan pelatihan (LKP) dimaksudkan yang ada di wilayah tertentu bertujuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat agar dapat memiliki kompetensi yang dapat memberikan pengalaman sekaligus menambah penghasilan bagi pesertanya.

LKP merupakan bagian dari pendidikan nonformal yang sangat aktif dan berperan dalam memberikan layanan pengetahuan ketrampilan dan sikap bagi masyarakat (Andriani, 2014; Herlinda et al., 2017; Sujanto, 2016), hal ini didukung oleh jumlah lembaga kursus dan pelatihan yang mencapai kurang lebih 20.152 LKP tahun 2107 di Indonesia menurut informasi Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan dengan berbagai jenis keterampilan sangat mendukung dan membantu pemerintah dalam memberikan solusi terhadap permasalahan sosial di masyarakat. Pemerintah atau penyelenggara negara bukanlah satu-satunya lembaga atau kelompok yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat, tetapi menjadi tanggung jawab antara pemerintah, swasta maupun masyarakat, oleh karena itu pendekatan kemitraan dalam upaya memberdayakan masyarakat merupakan sesuatu yang diidealkan

Salah satu lembaga kursus dan pelatihan yang ada di Kota Tasikmalaya adalah lembaga kursus dan pelatihan Yuwita beralamat di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya merupakan salah satu LKP yang sudah terakreditasi sejak tahun 2013. Salah satu produk unggulan dari LKP ini adalah pada bidang kecantikan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian didapatkan bahwa permasalahan utama dari LKP ini adalah bagaimana pemasaran yang dilakukan masih dilakukan secara manual sehingga perlu adanya pelatihan yang dapat membantu untuk memasarkan produk unggulan yang ada di LKP tersebut.

Manfaat digital marketing adalah dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media internet memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan cara-cara konvensional seperti brosur, baliho, atau membuat iklan di radio dan televisi (Farell et al., 2019; Pranoto et al., 2019; Susanti, 2020). Oleh sebab itu yang baru memulai bisnis dan ingin bisnis bisa cepat dikenal banyak orang, sebaiknya pilihlah strategi digital marketing untuk melakukan promosi

Salah satu digital marketing yang banyak digunakan adalah dengan cara memasarkan produk melalui market place yang sudah terkenal. Beberapa market place yang terkenal adalah *shopee*, *buka lapak*, *tokopedia* dan sebagainya. Market place merupakan sarana yang dapat ditempuh oleh seseorang agar mampu memasarkan produknya secara luas dengan biaya yang sangat minimal (Hendriadi et al., 2019; Munarsih et al., 2020).

Digital marketing tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam menghasilkan klien. Tapi Digital marketing dapat pula menghemat anggaran iklan. Digital marketing tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam menghasilkan klien. Tapi Digital marketing dapat pula menghemat anggaran iklan. Melalui kegiatan pengabdian ini tim pengabdian ingin membantu pemasaran agar produk unggulan di LKP Yuwita dapat dimaksimalkan lebih luas sehingga mampu memberikan dampak ekonomi yang lebih luas dalam artian produk LKP dapat diterima di masyarakat lebih luas

Berdasarkan analisis dan situasi permasalahan yang terjadi di lapangan maka dilaksanakan solusi yang akan dilakukan tim pengabdian masyarakat Universitas Siliwangi yang terdiri dari mengadakan pelatihan dan pembinaan melalui kegiatan penataan promosi yang dilakukan sampai dengan melakukan pemasaran yang sifatnya memanfaatkan teknologi internet melalui digital marketing. Manfaat dari kegiatan ini adalah agar LKP Yuwita mampu memasarkan produknya secara global dan dapat memberikan penghasilan tambahan untuk pengurus LKP Yuwita, dengan demikian LKP Yuwita bisa mandiri secara ekonomi karena mampu mengelola produknya dan memasarkan produknya secara global

Metode

Pengabdian rencana dilaksanakan di LKP Yuwita, yang beralamat di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya yang terdiri dari pengelola LKP Yuwita jumlah peserta 25 orang dengan target sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman mengenai cara melakukan iklan untuk produk kecantikan di LKP Yuwita
 2. Meningkatkan pemasaran produk unggulan berupa kecantikan di LKP Yuwita melalui digital marketing yang dikelola secara profesional
 3. Bertambahnya jumlah penjualan produk kecantikan di LKP Yuwita
 4. Meningkatnya penghasilan pengelola LKP Yuwita melalui penjualan produk yang lebih besar
- Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengikuti aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Uraian dari langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan

Kegiatan perencanaan dimulai dari:

- a. Melakukan kordinasi dengan LPMP PMP Universitas Siliwangi dan pihak pengelola LKP Yuwita di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya
- b. Melakukan koordinasi dengan kelompok LKP Yuwita di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya
- c. Sosialisasi bahwa akan dilaksanakan pengabdian di LKP di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya
- d. Penyusunan kegiatan pengabdian dengan pengelola LKP di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya

2. Tindakan

Kegiatan tindakan dilaksanakan dengan memberikan pelatihan pada pengelola LKP di Jl. Letjen Mashudi (Lanud) Kelurahan Setiajaya Kecamatan Cibereum Kota Tasikmalaya mengenai media promosi yang efektif dan proses pemasaran secara digital untuk memasarkan produknya secara global, langkah-langkah yang dilakukan dapat di perjelas sebagai berikut:

- a. Mitra memilih orang untuk dilakukan pelatihan
- b. Mitra diberikan pelatihan berupa pembuatan media promosi dan digital marketing
- c. Mitra akan dilatih sampai dengan penjualan langsung

3. Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan secara bersama-sama antara tim pengabdian dan mitra dalam rangka melakukan perbaikan kegiatan selanjutnya.

4. Luaran

Mitra akan mengalami peningkatan pemahaman media promosi dan penjualan berbasis digital marketing sehingga mampu memasarkan produknya secara global

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan pada kegiatan pengabdian ini disesuaikan dengan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu agar peserta pelatihan memiliki kemampuan digital marketing sehingga mampu memasarkan produknya secara lebih luas. Kegiatan pengabdian disusun berdasarkan urutan perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan evaluasi. Kegiatan perencanaan dilakukan dengan mengunjungi 2 LKP yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini yaitu LKP Yuwita dan Amanah. Dua LKP bersepakat untuk melaksanakan kegiatan selama 2 hari yaitu pada tanggal 29 dan 30 september 2022. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini sebanyak 12 orang yang terdiri dari 2 LKP yang ada di Kota Tasikmalaya.

Kegiatan pelaksanaan dimulai dengan pembukaan dan dihadiri oleh tim pelaksana pengabdian yang berjumlah 3 orang. Foto pelaksanaan pengabdian dapat terlihat sebagai berikut:



Gambar 1. Kegiatan Pembukaan Pengabdian Masyarakat

Pada kegiatan pembukaan ini iktua pengabdian menyampaikan bahwa kegiatan ini merupakan bentuk dari tugas dan tanggung jawab sebagai dosen yaitu melaksanakan tri dharma perguruan tinggi yang salah satunya adalah melaksanakan pengabdian kepada Masyarakat. Kami berharap anda sebagai peserta dapat mengikuti kegiatan ini dengan baik sehingga dapat diaplikasikan ketika saudara memiliki usaha. Hari pertama juga di isi materi oleh tiga pemateri mengenai apa itu digital marketing, pentingnya digital marketing sampai dengan tantangan dan hadapan yang akan dihadapi pada era dengan kemajuan teknologi yang tinggi.

Hari kedua dilaksanakan praktik pembuatan usaha online dengan menggunakan salah satu *market place* yang sudah tidak asing dengan kita. Pemateri kedua merupakan praktisi dari staf marketing yang menjual barangnya secara online. Harapannya adalah peserta memiliki wawasan bagaimana untuk melakukan penjualan secara online mulai dari merintis sampai dengan sudah berkembang. Foto kegiatan hari kedua dapat terlihat sebagai berikut:

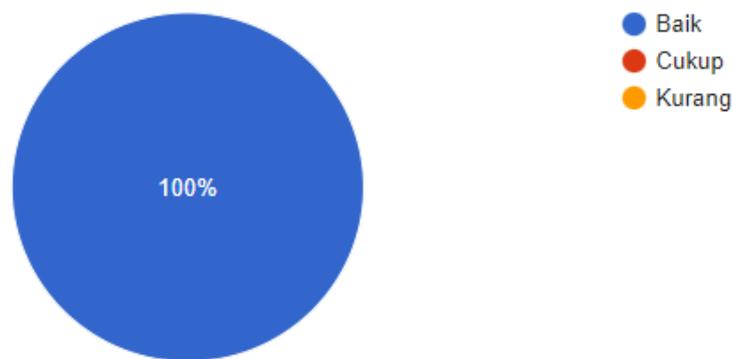


Gambar 2. Praktik Kegiatan Digital Marketing yaitu dengan Membuka Toko Secara Online

Antusias peserta terlihat dengan baik karena materi hari kedua tidak kalah penting dengan materi pertama. Hari kedua merupakan pengaplikasian dari hari pertama sehingga peserta pelatihan antusias mengikuti langkah demi langkah yang diberikan oleh pemateri. Semua peserta langsung praktik mulai dari membuka toko secara online kemudian dilanjutkan dengan praktik menjual barang secara online. Diakhir kegiatan pengabdian peserta diberikan angket untuk melihat umpan balik dari presenter yang memberikan persentasi dari kegiatan pengabdian ini. Hasilnya sebagai berikut:

Bagaimana presenter melakukan persentasi?

12 jawaban

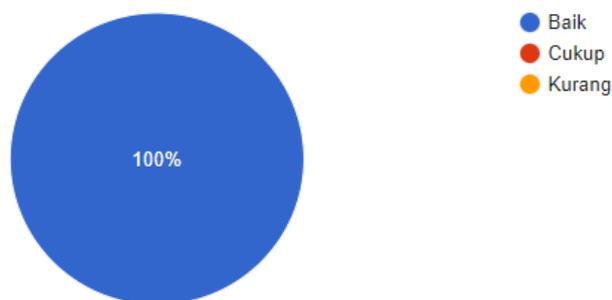


Gambar 3. Respon Peserta terhadap Pemateri

Berdasarkan gambar 3 tersebut bahwa terlihat peserta pelatihan memberikan respon positif kepada pemateri dengan persentase 100% menyatakan baik, dan tidak ada satupun peserta yang memilih baik atau kurang. Hasil ini memberikan gambaran bahwa materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh peserta pelatihan. Kemudian hasil mengenai pemahaman digital marketing setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan, hasilnya sebagai berikut:

Bagaimana pemahaman anda mengenai digital marketing setelah mengikuti kegiatan ini?

12 jawaban



Gambar 4. Respon Peserta Mengenai Pemahaman Terkait Digital marketing Setelah Melaksanakan Kegiatan Pengabdian

Gambar 4 memberikan gambaran bahwa pemahaman peserta pelatihan setelah pelatihan digital marketing menjadi meningkat dengan persentase pemahaman yang baik sebesar 100%.

Hasil ini menunjukkan bahwa peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan mendapatkan pemahaman yang menyeluruh terkait dengan digital marketing. Diakhir penyebaran angket juga diberikan saran setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan beberapa peserta meminta bahwa waktu untuk pelatihan di rasa kurang terutama mengenai praktik serta mengelola toko secara online. Digital marketing merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindarkan dari zaman sekarang. Digital marketing merupakan salah satu aspek yang dapat mendorong produk penjualan dikarenakan jangkauan penjualan bisa lebih luas (Oktaviani & Rustandi, 2018; Smith, 2011). Perlu dilakukan strategi agar usaha yang dirintis dapat bertahan di tengah gempuran persaingan antara penjual yang satu dengan penjual yang lainnya.

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh didapat kesimpulan bahwa pelatihan *digital marketing* dapat berjalan sesuai dengan rencana. Berdasarkan hasil angket bahwa pemahaman peserta terkait digital marketing meningkat dan berada pada kategori baik semuanya. Pelatihan digital marketing harus dilaksanakan secara kontinu dengan harapan usaha yang dirintis nantinya dapat dipasarkan secara lebih besar.

Daftar Pustaka

- Andriani, W. (2014). *Pengelolaan Pelatihan Tata Rias Pengantin Di Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Inge Kabupaten Sumedang* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/id/eprint/10989>
- Biringan, J. (2021). Internalisasi nilai melalui pendidikan informal dalam prospek perubahan sosial. *Jurnal Civic Education: Media Kajian Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4(2), 34. <https://doi.org/10.36412/ce.v4i2.2371>
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Herlinda, S., Hidayat, S., & Djumena, I. (2017). Manajemen Pelatihan Hantaran dalam Meningkatkan Kecakapan Hidup Warga Belajar di Lembaga Kursus dan Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.14758>
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung - Bogor. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i1.6275>
- Noya, F. S., Supriyono, S., & Wahyuni, S. (2017). Strategi Pembelajaran Pendidikan Informal Pada Transfer Pengetahuan Kecakapan Ketog Magic. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 2(9), 1244–1248. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/article/view/9986>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Patimah, I., Rahmatullah, Inanna, Tahir, T., & Hasan, M. (2020). Pendidikan Informal Berbasis Budaya Lokal Pada Masyarakat Adat Kajang. *Jurnal Pendidikan-IPS*, 1(2 Edisi November 2020), 1–60. <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP-IPS/article/view/570/445>

- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>
- Smith, K. T. (2011). Digital marketing strategies that Millennials find appealing, motivating, or just annoying. *Journal of Strategic Marketing*, 19(6), 489–499. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2011.581383>
- Sudiapermana, E. (2009). Pendidikan informal. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2).
- Sujanto, A. (2016). Pengembangan Kemitraan Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) untuk Penjaminan Mutu LKP. *Jurnal Infokam*, 12(1), 59–65. amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/download/110/101
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Wardhani, N. W. (2013). Pembelajaran nilai-nilai kearifan lokal sebagai penguat karakter bangsa melalui pendidikan informal. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(1).