

## **Pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran bagi usaha mikro dimasa pandemi di kota depok**

**Hafniza Amir, Eva Zulfa Nailufar\*, Mawarta Onida Sinaga**

\* Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

\* Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy Kampus, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16425

### **INFORMASI ARTIKEL**

*Article History:*

*Submission: 29-11-2022*

*Revised: 21-12-2022*

*Accepted: 29/12/2022*

\* *Korespondensi:*

**Eva Zulfa Nailufar**

[eva.zulva@bisnis.pnj.ac.id](mailto:eva.zulva@bisnis.pnj.ac.id)

### **ABSTRAK**

Setelah melewati masa krusial pandemic virus corona, saat ini masyarakat mulai kembali beraktivitas normal dengan kebiasaan baru seperti menggunakan masker dan berjaga jarak antar sesama sehingga masih banyak masyarakat yang menghindari kerumunan orang banyak, salah satunya ke tempat pasar tradisional dan pasar tempat aktivitas jual beli lainnya. Melalui penelitian sebelumnya didapatkan kesimpulan terjadi penurunan pendapatan bagi pengusaha mikro yang berdagang dengan warung dan gray di wilayah kota Depok, dan berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan pada tahun lalu terdapat empat problem lapangan yang dihadapi oleh pengusaha mikro yang berdagang dengan gray dan warung serta belum maksimalnya para pedagang mikro gerai dan makanan dalam memasarkan produknya secara online baik dengan media social, *marketplace* dan aplikasi order makanan lainnya, sebagaimana telah diketahui bersama kehadiran internet sebagai sarana atau media informasi online ternyata memberikan manfaat yang sangat besar bagi setiap aspek kehidupan yang ada Baik dalam bidang pendidikan, sarana komunikasi tanpa batas, maupun dalam hal pengembangan usaha. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi pemanfaatan media online secara maksimal sebagai sarana pemasaran pengusaha mikro yang berdagang dengan gerai dan warung di Kota Depok dengan harapan dapat memperluas area pemasaran yang akan memberikan efek terhadap peningkatan pendapatan. Kegiatan ini menggunakan metode pendekatan kontekstual yaitu memberikan materi teori terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan workshop langsung membuat akun di media online dan mengunggah produk-produk yang dihasilkan oleh pedagang.

*Kata kunci: Digital marketing; media online; zoom.*

***During a pandemic, Depok city residents received training on how to use online media as a marketing tool for small enterprises***

### **ABSTRACT**

The Business Administration study program participates in community-based science and technology service projects as a volunteer. With the intention of increasing the marketing area, which will have an effect on income, this service is provided to better the understanding of digital marketing among microbusinesses in the city of Depok. This activity uses a contextual approach technique, whereby theoretical material is first presented, and then a workshop creates an account on online media and quickly uploads goods produced by merchants. so that people who are unable to attend at the service location can still take part in this act of



---

community service by using the Zoom platform elsewhere. The participants received guidance throughout the entire process of downloading an account creation program, creating a digital store, and marketing product images with narration and descriptions. The attendees were quite eager to take part in the series of activities that the committee had planned, both in terms of hearing the speaker's presentation and carrying out implementation practices in online media. From the morning to the afternoon, this activity proceeded without a hitch and in perfect order.

Keywords: *Digital marketing; online media; zoom.*

---

## 1. PENDAHULUAN

Sejak kedatangan virus covid 19 ke Indonesia pada bulan maret 2020 indonesia termasuk negara yang mengalami pandemic terhadap virus covid 19 [1]. Hal itu menimbulkan banyak korban jiwa dan menyebabkan negara harus fokus dalam penanganan pandemic virus covid 19. Berbagai kebijakan dikeluarkan seperti wajib memakai masker, selalu mencuci tangan dan diharapkan untuk tetap di rumah kecuali ada hal yang sifatnya sangat penting [2]. Tak hanya kebijakan terhadap kegiatan masyarakat kebijakan mengenai perekonomian pun juga dikeluarkan dengan tujuan untuk menurunkan angka penyebaran dan itu menyebabkan perekonomian mengalami penurunan hingga defisit kemajuan perekonomian secara makro ekonomi [3]. Secara mikro ekonomi pedagang mengalami penurunan pendapatan drastis, salah satu dampak pandemi COVID-19 ialah pedagang mikro pedagang gerai dan warung di kota Depok [4]. Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di temukan permasalahan yang dihadapi oleh antara lain: a) Harga bahan Baku tidak stabil, b) Kendala keuangan dan penurunan kapasitas produksi, c) Penurunan Pendapatan, d) Tidak mendapatkan bantuan dari Pemerintah [5][6].

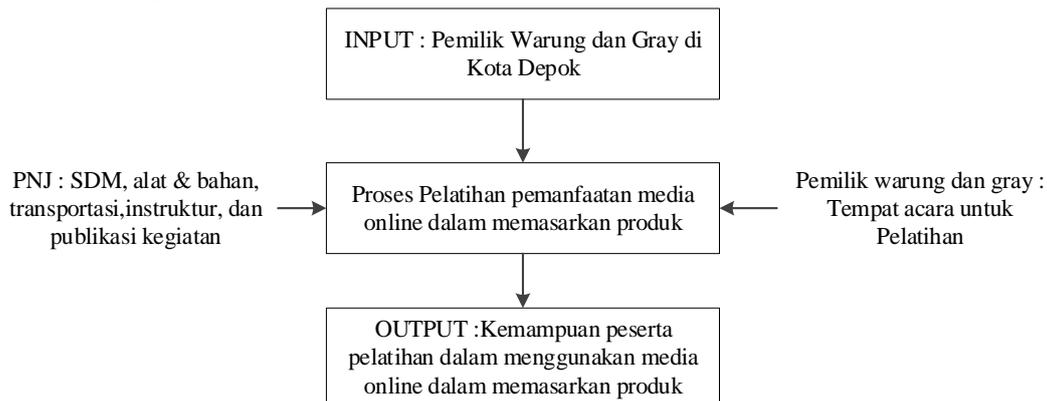
Belum maksimalnya para pedagang mikro gerai dan warung makanan dengan memasarkan produknya secara online yang tersedia baik di media sosial, *marketplace*, dan aplikasi order makanan [7]. Dari permasalahan yang di dapatkan pada poin peneliti melakukan sebuah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan penerapan iptek berupa sebuah pelatihan pemanfaatan media online sebagai wadah pemasaran produk dengan tujuan ketika permasalahan pada point diatas bisa ikut serta menyelesaikan permasalahan. Pada kendala keuangan dan penurunan pendapatan kegiatan tersebut telah dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2022, secara khusus tujuan program ini adalah memberikan pelatihan penggunaan media *online* dalam memasarkan produk sebagai wujud pengembangan kerja sama antara UKM dengan PNJ [8].

Sebagaimana telah disebutkan pada point sasaran yang masalah yang akan diselesaikan adalah memaksimalkan para pedagang mikro gerai dan warung makanan dalam memasarkan produknya melalui media online dengan cara memberikan pelatihan pemanfaatan media online dengan metode pendekatan kontekstual yaitu memberikan materi teori terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan workshop langsung membuat akun di media online dan mengunggah produk-produk yang dihasilkan oleh pedagang [9].

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini tentu dibutuhkan kerjasama antar tim, ketua bertugas sebagai penanggung jawab serta distribusi manpower untuk mengisi lini tugas yang akan diberikan sebagai berikut: a) Dosen Anggota: Anggota tim akan memberikan Pendidikan dasar tentang pemasaran terlebih dahulu secara ilmu pengetahuan dan menentukan indikator dalam proses pemasaran, b) Mahasiswa: Membantu dalam memberikan pelatihan media online seperti pembuatan akun pada media online seperti akun pada media social, *marketplace*. Dalam pelaksanaan hal ini mitra yaitu para pedagang mikro gerai dan warung makanan sebagai peserta pelatihan dan akan diberikan pendampingan dalam pembuatan akun hingga pemasaran untuk memastikan produk pedagang bisa di jangkau oleh masyarakat.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Diagram alir proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pelatihan penggunaan media *online* dalam memasarkan produk untuk pengembangan kerja sama UMKM pemilik warung dan gray adalah *Input*, *Proses*, *Output*, dan *Outcome*, seperti yang terlihat pada Gambar 1 *Input* kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pemilik warung dan gray di kota Depok. Politeknik Negeri Jakarta sebagai penyelenggara memberikan kontribusi kegiatan antara lain. SDM, alat & bahan, transportasi, instruktur, konsumsi, dan publikasi kegiatan [5]. Warung dan gray makanan di kota Depok memberikan kontribusi berupa lokasi untuk pelatihan dan penunjukan peserta untuk mengikuti pelatihan, serta monitoring kegiatan *pasca* pelatihan. Gambar 1 proses pengabdian yang dilakukan untuk memudahkan dalam pelaksanaan pelatihan.



Gambar 1. Diagram alir proses pengabdian kepada masyarakat.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Salah satu upaya konkret guna menyelesaikan masalah belum maksimalnya para pedagang mikro gerai dan warung makanan dengan memasarkan produknya secara online yang tersedia baik di media sosial, *marketplace*, dan aplikasi order makanan yaitu dengan mengadakan sebuah kegiatan pelatihan yang dikemas dengan pengabdian penerapan iptek berbasis masyarakat dengan sasaran peserta para pemilik usaha mikro dan menengah [10], melalui program pengabdian masyarakat program studi Administrasi Bisnis pada tanggal 21 Agustus 2022 telah dilaksanakan pelatihan media online dengan tema “Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran bagi Usaha Mikro Pada Gerai dan Warung” di rumah digital Media. Center No.33, Sukmajaya, kegiatan ditujukan kepada Masyarakat UMKM yang memiliki minat dan keingintahuan di bidang Digital Marketing. Acara ini selain diikuti masyarakat yang memiliki UMKM dari berbagai bidang usaha yang ditekuni, usaha UMKM yang sudah berjalan mulai dari tahun 2006 maupun UMKM yang masih start-up, dan beberapa Dosen PNJ [11].



Gambar 2. Flyer informasi kegiatan pelatihan

## Pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran bagi usaha mikro dimasa pandemi di kota Depok

Selain itu acara ini mendatangkan seorang profesional di bidangnya, yaitu Bapak Irwan S. Kom. lulusan manajemen informatika, Institut Pertanian Bogor (IPB) yang ahli dalam bidang *operating system*, programming, database, online meeting Apps dan broadcast. Sebelum acara kegiatan berlangsung, dua minggu sebelum kegiatan informasi kegiatan disebarakan ke masyarakat melalui media online seperti Whatsapp group facebook luas guna menjaring peserta pelatihan, sesuai [Gambar 2](#).

Masyarakat yang hendak mengikuti pelatihan ini mendaftarkan dirinya melalui google form yang telah di format dan di sediakan oleh tim panitia. Seminggu sebelum kegiatan diketahui terjaring 31 peserta sudah mendaftarkan dirinya melalui google form melebihi kuota target yang telah ditetapkan tim panitia yaitu 30 peserta saja, sesuai tampilan pada [Gambar 3](#).

Pertanyaan Jawaban 31 Setelan

Bagian 1 dari 2

### PENDAFTARAN PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA PEMASARAN BAGI USAHA MIKRO

Waktu Acara: 21 Agustus 2022  
Alamat Acara: Jl. Lamandau IV No.33, Abadijaya, Kec. Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat 16417  
Hubungi kami di (+62) 081219552410 atau [no\\_reply@example.com](mailto:no_reply@example.com)

Setelah bagian 1 Buka bagian 2 (Bagian Tanpa Judul)

Bagian 2 dari 2

Gambar 3. Google form pendaftaran peserta pelatihan

Acara dimulai dengan pembukaan yang di laksanakan dilapangan bulu tangkis RW 12 pukul 09.00 pagi hari, Ketua RW dan struktural jurusan Administrasi Bisnis menyampaikan sambutan ke peserta dan di buka acara pelatihan oleh ketua jurusan Administrasi Bisnis. [Gambar 4](#) foto bersama tim panitia dan struktur jurusan Administrasi Bisnis dari PNJ.



Gambar 4. Tim panitia dan struktural jurusan dan pejabat lingkungan RW

Selanjutnya acara berpindah tempat ke ruangan pelatihan, sebelum masuk kemateri pelatihan para peserta di suguhi coffe break selama 30 menit, pelatihan yang berlangsung kurang lebih 8 jam ini dibagi menjadi 3 sesi inti. Dimana sesi pertama membahas materi umum seperti Berdagang di Era Digital yang disampaikan oleh Ibu Hafniza Amir, S.Sos., M.Si. Berlanjut pada sesi kedua, topik pembahasan lebih terfokus pada Motivasi terkait Berdagang yang disampaikan oleh Ibu Dr. Eva Zulva N,S.Si, MM. Lalu, terakhir pada sesi ketiga, para peserta pelatihan diberikan waktu untuk mencoba membuat akun

marketplace, **Gambar 5** pemaparan materi perihal pemanfaatan media online, seperti WhatsApp Business, Tokopedia, dan Shopee yang dipandu oleh Bapak Irwan, S.Kom.



Gambar 5. Praktisi IT mengajar proses pembuatan akun di media online

Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan lancar dan tertib dari awal kegiatan hingga akhir acara, para peserta selama pelatihan sangat antusias menyimak materi pelatihan dan proaktif dalam praktek pembuatan warung online. Tepat pukul 17.45 kegiatan pelatihan selesai diakhiri dengan pembagian sertifikat kepada seluruh peserta dan ditutup secara resmi oleh ketua tim panitia [12].

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian tidak lepas dari berbagai kendala. Setiap kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan berbagai strategi yang cukup baik sesuai dengan penjelasan **Tabel 1**. Strategi pelatihan dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini adalah selalu menjaga komunikasi serta berkonsultasi dengan mentor dan coach [13][14]. Kegiatan dipilih yang dianggap aman dilakukan selama masa pandemi dengan selalu memperhatikan protokol kesehatan. Kegiatan juga lebih ditekankan pada aktivitas yang sebagian besar dapat dilaksanakan mandiri dengan memanfaatkan berbagai teknologi sehingga meminimalisir adanya kontak dengan orang banyak [15]. Meskipun begitu, output yang dihasilkan tepat sasaran dan mampu mengatasi permasalahan yang ada sesuai dengan **Tabel 2**.

Tabel 1. Kendala dan cara mengatasi masalahnya

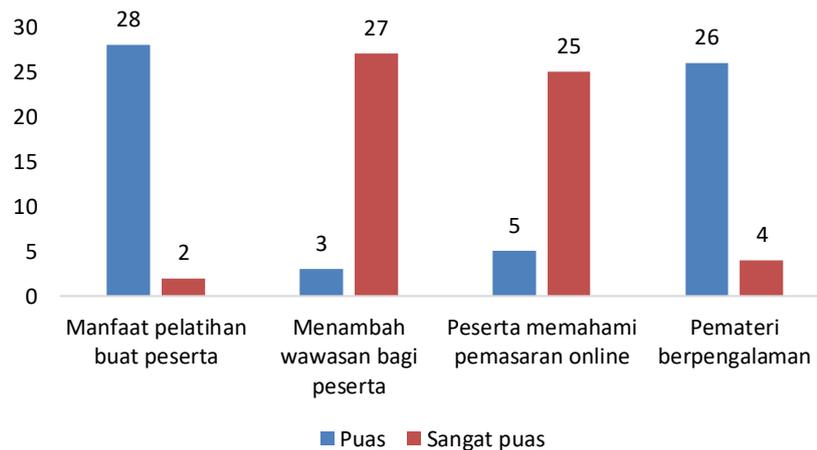
No	Kendala	Strategi Mengatasinya
1	Pembatasan Aktivitas untuk menjaga prokol kesehatan	Membatasi Peserta yang mengikuti pelatihan
2	Peserta terdaftar terkendala dengan kehadiran tepat waktu	Mengadakan pelatihan dengan metode hybrid yaitu dengan luring dan daring melalui zoom
3	Terbatasnya waktu pelaksanaan kegiatan	Di buat WA group antara peserta dan pemateri sebagai media mentoring lanjutan dalam pelaksanaan

Tabel 2. Indikator kinerja pengabdian kepada masyarakat

No	Kategori	Jenis Luaran Sub Kategori	Indikator Capaian
1	Mitra Non Produktif	Kawasan/lingkungannya semakin baik	✓
		Kelembagaannya semakin baik	✓
		Manajemennya meningkat	✓
		Pengetahuannya meningkat	✓
		Keterampilannya meningkat	✓
		Pendapatannya meningkat	✓
		Pelayanannya meningkat	✓
2	Mitra Produktif Ekonomi	Pengetahuannya meningkat	✓
		Keterampilannya meningkat	✓

Kualitas produknya meningkat	✓
Jumlah produknya meningkat	✓
Berhasil melakukan pemasaran	✓
Jumlah omsetnya meningkat	✓

Dari kuisisioner yang disampaikan ke peserta, dari total 30 peserta yang mengisi kuisisioner puas dan sangat puas. **Gambar 6** peserta senang dan sangat puas mengikuti pelatihan, dan menambah wawasan dalam pemasaran secara online.



Gambar 6. Kepuasan peserta dalam mengikuti pelatihan

### 3.2 Pembahasan

Berdasarkan pemaparan materi yang di sampaikan oleh pemateri, dimana materi pelatihan membantu memberikan solusi dalam pemasaran online. Antusias peserta dalam kegiatan ini didukung oleh aparat lingkungan ditingkat RW, agar masyarakat memahami pengelola usaha berbasis online. Diharapkan kedepannya pelatihan ini sering dilakukan terjadwal dan sesuai kebutuhan di masyarakat.

## 4. SIMPULAN

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh tim pengabdian Politeknik Negeri Jakarta. Dimana kegiatan berjalan sesuai dengan rencana, dan dari hasil pengabdian peserta yang hadir sangat puas dengan kegiatan pelatihan. Dari 30 peserta secara umum sudah mempunyai usaha skala kecil maupun menengah. Dengan materi yang disampaikan menambah wawasan perihal pemasaran produk melalui media online, seperti whatsapp, instagram, facebook, dll. Kendala yang selama ini dialami oleh peserta minimnya pembelajaran secara langsung ke semua pelaku UMKM. 30 peserta yang hadir dalam kuesioner perihal peserta memahami pemasaran online yang mengisi sangat puas ada 25 peserta. Disini peserta benar-benar memahami tentang pemasaran online

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] MA Pahmi, AFM Ayob, and G Suprayitno, "Review: Dampak Disrupsi ICT dan Covid 19 terhadap Perubahan Perilaku Konsumen dan Digital E-Commerce di Indonesia," *JENIUS J. Terap. Tek. Ind.*, vol. 3, no. 1, pp. 22–32, 2022, doi: 10.37373/jenius.v3i1.234.
- [2] I. W. R. Junaedi, I. G. Bagus Rai Utama, and D. Waruwu, "PKM PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING DALAM PEMBANGUNAN DESA CATUR KINTAMANI MENGWI," *Pros. Konf. Nas. Pengabd. Kpd. Masy. dan Corp. Soc. Responsib.*, vol. 4, 2021, doi: 10.37695/pkmcsr.v4i0.1243.
- [3] H. Iskandar, R. M. Ritonga, R. F. Marta, S. Supina, and J. Kurniawan, "Peningkatan sumber daya manusia dan optimalisasi promosi desa pabuaran menjadi destinasi wisata religi," *J. Community Dev. Soc.*, vol. 2, no. 1, 2020, doi: 10.25139/cds.v2i1.2498.
- [4] R. Jati Saputro and H. Amir, "Tingkat Adopsi Penggunaan E-Commerce Oleh UMKM Pada Masa Pandemi di Kota Depok," vol. 03, no. 1, pp. 1–7, 2022.

- [5] Sumardiono, "LINGKUNGAN EKSTERNAL BISNIS DALAM PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI PADA PERUSAHAAN KERUPUK DI KABUPATEN INDRAMAYU," *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 1, no. 1, 2020, doi: 10.37373/bemas.v1i1.39.
- [6] Y. Elanda and A. Alie, "STRATEGI MASYARAKAT NELAYAN DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN SUBSISTENNYA DI DESA WISATA PASIR PUTIH DALEGAN GRESIK," *J. Urban Sociol.*, vol. 3, no. 2, 2021, doi: 10.30742/jus.v3i2.1234.
- [7] A. Wilarso, Domodite, I. N. Saputri, and H. S. L. Pahmi, M Ali, "Assistance in the Production of Cracker Snacks in the Cileungsi Area," vol. 18, no. 2, pp. 36–47, 2021.
- [8] Munawaroh, A. Suhendi, Putri, B. Safitri, A. Nadiyah, and S. Mulyadi, "Pkm Pengenalan Pentingnya Peran Digital Dalam Mengenalkan Wisata Budaya Dan Wisata Religi Kasunyatan Banten," *JIPAM J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–60, 2022.
- [9] Maryatun and Aulia Uswatun Khasanah, "Inovasi Produk untuk Peningkatan Ekonomi di Era Pandemi bagi Kelompok Usaha Bersama Kader Kesehatan," *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 2, no. 2, 2021, doi: 10.37373/bemas.v2i2.166.
- [10] S. Rizal and E. Zulfa, "Evaluasi Kegiatan Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan (Pkbl) Bank Mandiri," *Epigram*, vol. 4, no. 2, pp. 61–67, 2012, [Online]. Available: <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/epigram/article/view/48>.
- [11] M Ali Pahmi, Ahmad Maulana, Mansyur Sidik, and Rizki Maulana, "PERSEPSI GAP KUALITAS DAN PENGEMBANGAN PRODUK PADA INDUSTRI BERBASIS KEDELAI DI UMKM TAHU CILEUNGSI," *TEKNOSAINS J. Sains, Teknol. dan Inform.*, vol. 7, no. 2, 2020, doi: 10.37373/tekno.v7i2.12.
- [12] A. Surya, F. Azharul, W. Wilarso, M. Idris, Y. Z. Azziqi, and I. H. Retno, "Improving High School and Vocational School Teachers in Writing Skill," *J. Dedik.*, vol. 17, no. 1, p. 64, 2020, doi: 10.22219/dedikasi.v17i1.12021.
- [13] Yanti Anggraini, R. Dewi Mutia, Rizky Wahyu Hadiyana, and Djoko Subali, "Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Dan Penggunaan Bahasa Inggris Untuk Pelaku Usaha Pemula," *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 2, no. 1, 2021, doi: 10.37373/bemas.v2i1.127.
- [14] Muhammad Ilham Alhabsyie, Awang Surya, Aswin Domodite, and Wilarso, "OLAHAN PISANG ULI MENJADI PISANG CRISPY," *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 1, no. 1, 2020, doi: 10.37373/bemas.v1i1.40.
- [15] Irwan Idrus and Arfianty, "PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PROGRAM PENDAMPINGAN PEMASARAN USAHA TERNAK SAPI DI DESA BULO KECAMATAN PANCA RIJANG KABUPATEN SIDRAP," *BEMAS J. Bermasyarakat*, vol. 1, no. 2, 2021, doi: 10.37373/bemas.v1i2.86.