

Pelatihan Praktis Pemasaran Online Untuk Pertumbuhan Bisnis yang Berkelanjutan di Desa Cicalengka Kabupaten Tangerang

Ade Rachmawan¹, Wawan Supriyatna², Dede Abdurrohman³

¹²³ Universitas Pamulang

E-mail: Dosen02027@unpam.ac.id

Diterima 15/April/2024 | Direvisi 20/Mei/2024 | Disetujui 01/Juni/2024

Abstract

The aim of this Community Service activity is to implement one of the Tri Dharmas of Higher Education. Apart from that, through this Community Service activity, the existence of universities is expected to make a major contribution to the development and application of science in society. The activity method used was that the implementing team visited and provided material in Cicalengka Village, Tangerang Regency. The aim of delivering this material is to increase productivity among local residents. With this activity, it is hoped that good cooperation can be established in the future so that results are achieved in accordance with the objectives. The result of this Community Service activity is to provide local residents with understanding and skills in utilizing digital technology to increase the visibility and sales of their products effectively, thereby hopefully helping to increase the competitiveness and sustainability of their business in facing ever-changing market challenges.

Keywords: Online marketing, business growth, MSMEs

Abstrak

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Selain itu, melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, keberadaan perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan kontribusi besar kepada pengembangan dan penerapan keilmuan dalam masyarakat. Metode kegiatan yang digunakan adalah tim pelaksana mengunjungi dan memberikan materi pada Desa Cicalengka Kabupaten Tangerang. Penyampaian materi ini bertujuan Meningkatkan Produktivitas Pada Warga Sekitar, dengan kegiatan ini diharapkan dapat terjalin kerjasama yang baik di kemudian hari sehingga hasil tercapai sesuai dengan tujuan. Hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan ketrampilan Warga sekitar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka secara efektif, dengan demikian diharapkan dapat membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka dalam menghadapi tantangan pasar yang terus berubah.

Kata kunci: Pemasaran online, Pertumbuhan bisnis, UMKM

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, pemasaran online telah menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam mempromosikan bisnis dan meningkatkan penjualan. Namun, banyak pelaku usaha, terutama yang beroperasi dalam skala kecil atau menengah, masih menghadapi kendala dalam menerapkan strategi pemasaran online yang efektif. Oleh karena itu, pelatihan praktis dalam bidang ini menjadi penting untuk membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis lokal.

Beberapa permasalahan yang mungkin dihadapi oleh warga desa Cicalengka Kabupaten Tangerang ini antara lain: Keterbatasan Akses dan Teknologi: Beberapa bisnis, terutama yang berada di daerah terpencil atau berkembang, mungkin menghadapi keterbatasan akses internet dan teknologi yang diperlukan untuk menerapkan strategi pemasaran online dengan efektif. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan: Banyak pelaku usaha, terutama yang memiliki bisnis tradisional atau skala kecil, mungkin tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan yang memadai dalam pemasaran online. Ini dapat menjadi hambatan dalam menerapkan strategi yang efektif. Perubahan Algoritma dan Platform: Platform pemasaran online seperti Google, Facebook, dan Instagram terus mengubah algoritma mereka, yang dapat memengaruhi cara bisnis mengakses dan berinteraksi dengan audiens mereka. Ini memerlukan pembaruan dan adaptasi terus-menerus dari strategi pemasaran.

Persaingan yang Ketat: Lingkungan pemasaran online yang semakin kompetitif membuat sulit bagi bisnis untuk menonjol di antara pesaing mereka. Ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran yang efektif dan diferensiasi yang jelas. **Manajemen Waktu dan Sumber Daya:** Pelaksanaan pemasaran online yang efektif membutuhkan waktu, sumber daya, dan konsistensi yang signifikan. Bagi bisnis kecil atau pemilik usaha tunggal, ini bisa menjadi tantangan karena mereka mungkin memiliki keterbatasan dalam hal waktu dan tenaga. **Kebijakan dan Regulasi:** Adanya peraturan dan kebijakan baru terkait dengan privasi data, iklan online, dan praktik bisnis lainnya dapat mempengaruhi cara bisnis melakukan pemasaran online dan memerlukan pemahaman yang baik serta kepatuhan yang ketat. **Perubahan Preferensi Konsumen:** Perubahan dalam perilaku dan preferensi konsumen juga dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran online. Bisnis perlu dapat mengikuti tren dan beradaptasi dengan cepat untuk tetap relevan bagi audiens mereka.

Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Awal: Banyak peserta pelatihan mungkin memiliki pengetahuan yang terbatas tentang pemasaran online, sehingga mereka memerlukan pendekatan yang sangat dasar. Ini dapat menjadi permasalahan karena materi pelatihan perlu disesuaikan dengan tingkat pengetahuan mereka agar efektif. **Keterbatasan Akses Teknologi:** Tidak semua peserta memiliki akses yang sama terhadap teknologi yang diperlukan untuk pelatihan, seperti komputer atau koneksi internet yang stabil. Ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk mengikuti pelatihan secara optimal. **Tantangan Finansial:** Biaya pelatihan atau akses ke perangkat lunak dan alat pemasaran online tertentu mungkin menjadi permasalahan bagi beberapa peserta, terutama bagi bisnis skala kecil atau individu dengan anggaran terbatas.

Kekhawatiran Terhadap Perubahan: Beberapa peserta mungkin menghadapi ketakutan atau keengganan untuk mengadopsi strategi pemasaran online baru karena perubahan yang diperlukan dalam cara mereka beroperasi atau pandangan mereka tentang bisnis. **Kesulitan dalam Menerapkan Konsep ke Bisnis Mereka:** Meskipun peserta dapat memahami konsep-konsep pemasaran online dalam teori, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam menerapkannya ke bisnis mereka sendiri dengan cara yang relevan dan efektif. **Ketidakpastian tentang Hasil:** Beberapa peserta mungkin ragu tentang potensi hasil yang dapat mereka capai melalui pemasaran online, terutama jika mereka tidak memiliki pengalaman sebelumnya dalam domain ini. **Keterbatasan Waktu:** Bagi banyak peserta, waktu mungkin menjadi sumber permasalahan karena mereka harus mengimbangi pelatihan dengan tugas-tugas sehari-hari mereka dalam menjalankan bisnis. **Kesulitan Mengukur Kinerja dan ROI:** Bagi peserta, sulit untuk mengukur kinerja dan pengembalian investasi (ROI) dari upaya pemasaran online mereka. Hal ini dapat menjadi penghalang dalam mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan.

Mengatasi kondisi permasalahan ini memerlukan pendekatan yang holistik dan disesuaikan, yang mencakup penyediaan sumber daya, dukungan teknis, pelatihan yang disesuaikan, dan membangun kepercayaan untuk mendorong partisipasi dan penerapan konsep yang dipelajari secara efektif. **Potensi keberhasilan dalam pelatihan ini mencakup beberapa hal sebagai berikut:** **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan:** Peserta dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep pemasaran online dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan strategi pemasaran secara efektif dalam bisnis mereka. **Peningkatan Daya Saing Bisnis:** Dengan menerapkan strategi pemasaran online yang efektif, bisnis dapat memperluas jangkauan mereka, menjangkau target pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Peningkatan Penjualan dan Pendapatan: Melalui penerapan strategi pemasaran online yang tepat, bisnis dapat meningkatkan penjualan produk atau layanan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan mereka secara keseluruhan. **Peningkatan Keterlibatan Konsumen:** Dengan menggunakan media sosial dan platform online lainnya dengan baik, bisnis dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka, meningkatkan keterlibatan, dan memperoleh umpan balik yang berharga untuk meningkatkan produk atau layanan mereka. **Peningkatan Brand Awareness dan Citra:** Strategi pemasaran online yang efektif dapat membantu memperkuat citra merek bisnis dan meningkatkan kesadaran merek di antara audiens target, yang pada gilirannya dapat membantu membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.

Pertumbuhan Bisnis yang Berkelanjutan: Dengan menerapkan praktik pemasaran online yang berkelanjutan, bisnis dapat menciptakan dasar untuk pertumbuhan yang stabil dan berkelanjutan di masa depan, yang memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan kompetitif dalam jangka panjang. **Pembentukan Komunitas dan Jaringan:** Pelatihan ini juga dapat memfasilitasi pembentukan komunitas bisnis yang saling mendukung dan berbagi pengetahuan, yang dapat menjadi sumber dukungan dan inspirasi bagi peserta di masa depan. **Dampak Positif pada Ekonomi Lokal:** Dengan memperkuat bisnis lokal melalui pelatihan ini, ada potensi untuk dampak positif lebih luas pada ekonomi lokal, termasuk

peningkatan lapangan kerja, pertumbuhan sektor bisnis kecil dan menengah, dan peningkatan kegiatan ekonomi secara keseluruhan.

2. METODE

- 1) Sesi Presentasi dan Penjelasan: Mengadakan sesi presentasi untuk memperkenalkan konsep-konsep dasar pemasaran online, termasuk strategi, alat, dan teknik yang digunakan dalam praktiknya.
 - a. Pengenalan Pemasaran Online: Sesi ini bertujuan untuk memperkenalkan peserta dengan konsep dasar pemasaran online, termasuk definisi pemasaran online, pentingnya pemasaran online dalam konteks bisnis modern, dan perbedaan antara pemasaran online dan tradisional.
 - b. Strategi Pemasaran Media Sosial: Fokus pada strategi pemasaran media sosial, sesi ini membahas berbagai platform media sosial yang tersedia, penggunaan algoritma dan fitur-fitur khusus platform, serta praktik terbaik untuk membangun dan mengelola kehadiran bisnis di media sosial.
 - c. Pemasaran Konten: Sesi ini membahas pentingnya pemasaran konten dalam strategi pemasaran online, termasuk jenis konten yang efektif, strategi pembuatan konten, distribusi konten, dan pengukuran kinerja konten.
 - d. Email Marketing: Fokus pada strategi pemasaran melalui email, sesi ini membahas penggunaan email untuk membangun hubungan dengan pelanggan, menyampaikan promosi dan informasi, serta teknik untuk meningkatkan tingkat konversi dan retensi pelanggan.
 - e. Pengiklanan Online: Sesi ini membahas berbagai bentuk pengiklanan online, termasuk iklan pencarian, iklan display, dan iklan media sosial. Peserta akan mempelajari cara merencanakan, meluncurkan, dan mengoptimalkan kampanye iklan online untuk mencapai tujuan bisnis mereka.
- 2) Diskusi Interaktif: Mendorong diskusi interaktif antara peserta untuk berbagi pengalaman, ide, dan pertanyaan mereka terkait pemasaran online. Ini memungkinkan peserta untuk belajar satu sama lain dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep yang dipelajari.
- 3) Studi Kasus: Menggunakan studi kasus untuk mengilustrasikan bagaimana konsep-konsep pemasaran online diterapkan dalam situasi nyata dan hasilnya. Ini membantu peserta untuk memahami relevansi dan efektivitas strategi pemasaran dalam berbagai konteks bisnis.
- 4) Latihan Praktis: Memberikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan latihan praktis, seperti membuat konten media sosial, merencanakan kampanye iklan online, atau menganalisis data pemasaran. Ini memungkinkan mereka untuk mengaplikasikan konsep yang dipelajari dalam konteks nyata dan memperkuat keterampilan mereka.
- 5) Pembelajaran Berbasis Proyek: Mengorganisir proyek kolaboratif di mana peserta bekerja dalam tim untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kampanye pemasaran online. Ini memberi mereka pengalaman langsung dalam menerapkan strategi pemasaran dalam lingkungan bisnis yang simulatif.
- 6) Sesi Konsultasi Individu: Menyediakan sesi konsultasi individu dengan instruktur atau ahli pemasaran online untuk membantu peserta dalam merencanakan dan mengeksekusi strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Peserta dapat memahami konsep dasar pemasaran online, termasuk strategi-strategi yang relevan untuk mempromosikan produk atau jasa secara efektif melalui internet. Peserta dilatih dalam menggunakan platform digital yang populer untuk pemasaran online seperti media sosial (Facebook, Instagram), platform e-commerce (Tokopedia, Bukalapak), dan mungkin juga teknik pemasaran melalui email atau situs web. Ada upaya untuk meningkatkan keterampilan digital peserta, termasuk kemampuan dalam mengelola akun media sosial, mengedit konten

visual sederhana, atau memahami analitik digital dasar. Pelatihan mungkin mengadaptasi strategi pemasaran online agar sesuai dengan kondisi dan karakteristik Desa Cicalengka, seperti mengutamakan pemasaran produk lokal atau menghubungkan produsen dengan pasar yang lebih luas. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk membantu peserta meningkatkan jangkauan pasar mereka melalui pemasaran online sehingga dapat mendukung pertumbuhan bisnis mereka secara berkelanjutan.

b. Pembahasan

Pelatihan ini tentu saja harus disesuaikan dengan konteks dan karakteristik Desa Cicalengka. Desa-desanya sering kali memiliki tantangan tersendiri dalam hal infrastruktur digital, akses internet, dan tingkat literasi digital. Oleh karena itu, pendekatan dalam pelatihan harus mengakomodasi tingkat pemahaman dan kesiapan teknologi yang dimiliki peserta. Pemasaran online bukan hanya tentang kehadiran di internet, tetapi juga tentang bagaimana melakukan promosi secara efektif. Pelatihan harus memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai strategi pemasaran online, seperti penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), penggunaan iklan digital, dan analisis hasil kampanye. Pelatihan yang efektif juga harus mencakup studi kasus dan implementasi praktis. Peserta seharusnya tidak hanya mendengarkan teori, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menerapkan langsung apa yang mereka pelajari dalam konteks bisnis mereka sendiri. Ini bisa dilakukan melalui workshop, latihan praktis, atau proyek pemasaran yang nyata.

Penting untuk memiliki mekanisme pengukuran dan evaluasi hasil dari pelatihan ini. Hal ini melibatkan pengukuran seberapa jauh peserta berhasil meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran online, seberapa efektif strategi yang diterapkan, dan apakah ada peningkatan yang signifikan dalam jangkauan pasar atau penjualan setelah pelatihan. Untuk memastikan keberhasilan jangka panjang, penting untuk menyediakan dukungan pasca-pelatihan. Ini dapat berupa akses ke sumber daya tambahan, forum diskusi online, atau konsultasi dengan para ahli dalam hal pemasaran digital. Dukungan ini membantu peserta dalam mengatasi hambatan yang mungkin mereka hadapi setelah pelatihan selesai. Selain memberikan manfaat langsung bagi bisnis peserta, pelatihan ini juga diharapkan memberikan dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas di Desa Cicalengka. Ini termasuk peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha lokal, penciptaan lapangan kerja baru, dan perluasan jaringan bisnis dalam komunitas.

Penting untuk terus mengevaluasi keberhasilan pelatihan ini dan merencanakan kegiatan lanjutan atau pengembangan lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan dan respons dari peserta. Perubahan teknologi yang cepat berarti bahwa pelatihan ini juga harus fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perkembangan baru di bidang pemasaran digital. Dengan memperhatikan semua aspek ini, pembahasan mengenai pelatihan praktis pemasaran online untuk pertumbuhan bisnis di Desa Cicalengka haruslah komprehensif dan berfokus pada memberikan nilai tambah yang konkret bagi peserta serta komunitas secara keseluruhan.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

4. KESIMPULAN

Pelatihan ini diharapkan memberikan dampak positif berikut: Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Peserta diharapkan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara-cara efektif menggunakan platform digital untuk pemasaran produk mereka. Dukungan terhadap Ekonomi Lokal: Dengan mempromosikan produk lokal secara online, pelatihan ini dapat membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi di Desa Cicalengka. Peningkatan Daya Saing: Bisnis lokal yang menerapkan strategi pemasaran online yang efektif dapat menjadi lebih kompetitif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Langkah Pertama Menuju Transformasi Digital: Pelatihan ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital di komunitas, membuka peluang lebih besar untuk pertumbuhan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, kesimpulan dari pelatihan ini adalah bahwa investasi dalam peningkatan keterampilan pemasaran online di Desa Cicalengka diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan bisnis lokal dan ekonomi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilliani, S., Supriyatna, W., & Solihin, D. (2023). Pelatihan Meningkatkan Jiwa Berwirausaha pada Santri Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *DEDIKASI PKM*, 4(2), 174–179. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.29747>
- Fauzi, D. "Rahasia Sukses Pemasaran Online: Jalan Praktis Mendatangkan Pelanggan dengan Digital Marketing." PT Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Hasanah, T., Markus, M., Hartini, I., Eduawar, R., Iskandar, I., & Sholiha, E. (2024). Pengembangan UMKM PPUMI Dengan Inovasi Produk Gula Aren Sebagai Upaya Peningkatan Bagi Masyarakat Desa Talang Pagar Agung Lahat Sumatera Selatan. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 307–314. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38656>
- Pradipta, Andi. "Digital Marketing 5.0: Solusi Efektif & Praktis Meningkatkan Penjualan." PT Elex Media Komputindo, 2020.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Sanusi, Ahmad. "Social Media Marketing Praktis: Strategi Pemasaran Online dengan Media Sosial." PT Elex Media Komputindo, 2019.
- Sumaji, S., Prasetyaningsih, E., Hari Abrianto, T., & Sugianto, A. (2024). Pelatihan Seni Batik Guna Meningkatkan Ekonomi Warga Muhammadiyah Dusun Trenceng Mrican Ponorogo. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 391–397. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38937>
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*. Kogan Page
- Solihin, D., Ahyani, A., & Aprilliani, S. (2023). Pemanfaatan Media Pemasaran Online Melalui Media Sosial Instagram Bagi Umkm Sindanglaut Carita Pandeglang Banten. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*. 3(4).
- Wikipedia. (2023, December 4). Cicalengka, Pagedangan, Tangerang
- Wulandari, E. C., Prawesti, Y., & Phoa, V. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Digital Pada Kios UMKM Desa Kembangkuning, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 456–463. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39090>
- Yuwono, W., & Kamilatu Naimah, M. (2024). Pengembangan Branding Melalui Digital Marketing pada UMKM Egy Juice. *DEDIKASI PKM*, 5(2), 298–306. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.38655>