

---

# PELATIHAN STRATEGI DIGITAL MARKETING BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL PADA BISNIS UMKM SKINCARE ARLOVA

Ni Wayan Fitriana<sup>1</sup>, Amroni<sup>2</sup>, Linda Norhan<sup>3</sup>, Turini<sup>4</sup>, Ramdan Nurjati<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

<sup>2</sup>Prodi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

<sup>3</sup>Prodi Manajemen Informatika, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

<sup>4</sup>Prodi Komputerisasi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia, Kota Cirebon, Jawa Barat

Email:

[NiWayan.FitrianaAyuLestari@cic.ac.id](mailto:NiWayan.FitrianaAyuLestari@cic.ac.id)<sup>1</sup>, [amroni@cic.ac.id](mailto:amroni@cic.ac.id)<sup>2</sup>, [linda.norhan@cic.ac.id](mailto:linda.norhan@cic.ac.id)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan dampak digital marketing terhadap volume penjualan bagi pelaku UMK di kota Cirebon. Penelitian ini berjenis kualitatif, dengan menggunakan model triangulasi, yang menggabungkan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UMKM yang terdaftar aktif di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Pasar – Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota. Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMK. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan.

**Kata Kunci:** *Pelatihan, Strategi, Digital, Marketing.*

## PENDAHULUAN

Pada masa pandemi saat ini perekonomian Indonesia mengalami penurunan di segala bidang usaha dari kegiatan perusahaan besar, menengah maupun kecil. Berbicara mengenai penurunan perekonomian, dan efek terbesar dari hal tersebut adalah kondisi ekonomi rumah tangga mengalami dampak yang sangat besar. Dimana diperoleh data sekitar 50 % rumah tangga yang mengalami kesulitan keuangan, PHK, keterbatasan lapangan pekerjaan, layanan dasar social, layanan kesehatan, pendidikan anak, harga pangan yang terus meningkat yang akhirnya menurunkan kualitas pangan dan gizi (hasil penelitian UNDP, UNICEF, Prospera, The SMERU Research Institute yang didukung BPS kepada 12.000 rumah tangga di 247 kabupaten di 34 propinsi periode Oktober- Desember 2020). Untuk menghambat potensi penurunan kemampuan keuangan rumah tangga tersebut harus dilakukan suatu daya dan upaya berkelanjutan. Untuk mengatasi masalah besar tersebut, Masyarakat harus didukung dan dibangkitkan semangatnya agar dapat keluar dari keterpurukannya. Salah satunya adalah memberikan pelatihan-pelatihan dalam segala bidang yang akan meningkatkan daya tahan

---

keberlangsungan hidup rumah tangga. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan hidup masyarakat.

Penurunan Perekonomian Indonesia 2020 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp15.434,2 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp56,9 Juta atau US\$3.911,7 dan mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07 persen (c-to-c) dibandingkan tahun 2019. Dari sisi produksi, kontraksi pertumbuhan terdalam terjadi pada Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan sebesar 15,04 persen. Sementara itu, dari sisi pengeluaran hampir semua komponen terkontraksi, Komponen Ekspor Barang dan Jasa menjadi komponen dengan kontraksi terdalam sebesar 7,70 persen. Sementara, Impor Barang dan Jasa yang merupakan faktor pengurang terkontraksi sebesar 14,71 persen. Pada triwulan IV-2020 terhadap triwulan IV-2019 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,19 persen (y-on-y). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Transportasi dan Pergudangan mengalami kontraksi pertumbuhan terdalam sebesar 13,42 persen. Dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang dan Jasa mengalami kontraksi pertumbuhan terdala sebesar 7,21 persen. Sementara, Impor Barang dan Jasa yang merupakan faktor pengurang terkontraksi sebesar 13,52 persen. Begitu pula pada triwulan IV-2020 terhadap triwulan sebelumnya mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 0,42 persen (q- to-q). Dari sisi produksi, kontraksi pertumbuhan terdalam terjadi pada Lapangan Usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 20,15 persen. Dari sisi pengeluaran, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh Komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah (PK-P) yang tumbuh sebesar 27,15 persen. Struktur ekonomi Indonesia secara spasial pada 2020 didominasi oleh kelompok provinsi di Pulau Jawa sebesar 58,75 persen, dengan kinerja ekonomi yang mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,51 persen. (Berdasarkan data Biro Pusat Statistik).

Kondisi seperti ini tentunya menjadi peluang dan sekaligus tantangan tersendiri bagi masyarakat luas, khususnya ibu-ibu rumah tangga agar lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu produk barang dan jasa dalam upaya membangun dan membangkitkan kegiatan , yang selama ini hanya sebagai konsumen, sekarang diupayakan menjadi produsen produk minuman kesehatan, yang dapat membantu meningkatkan ekonomi keluarga. Langkah-langkah Penyelamatan Keuangan Keluarga dengan membangun usaha kreatif dalam skala kecil, seperti yang telah dilaksanakan sebelumnya, terdapat beberapa tahapan, yaitu :

### **1. Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga**

Berbicara mengenai daya dan upaya peningkatan pendapatan keluarga tidak bisa hanya tergantung kepada pendapatan kepala keluarga (suami) diharapkan kini mulai ada solusi, ibu-ibu RT yang tadinya hanya di rumah menjadi ada kegiatan yang bermanfaat dan menjadi ibu-ibu yang kreatif dengan demikian bisa menjadi usaha keluarga yang tetap didampingi oleh tim pengabdian masyarakat FEB UCIC, tetapi juga harus melibatkan beberapa pihak yang konsen / peduli dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh 50 % dari seluruh rumah tangga di Indonesia. Dalam hal ini diperlukan keterlibatan pihak-pihak yang terkait, seperti : pemerintah setempat, kalangan akademisi, karang taruna dan pihak lain yang memiliki empati dan simpati terhadap keberlangsungan rumah tangga di wilayah setempat.

### **2. Pelatihan digital marketing**

Pemberian pelatihan digital marketing dengan benar diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di perkotaan yang mudah untuk mendapat akses internet, begitu pula dengan UMKM Skincare Arlova. Dan mereka juga telah mempunyai persatuan anak remaja dan juga orang tua yang membuat menjadi lebih mudah dalam berinteraksi maupun melakukan marketing secara digital.

## **METODE**

---

Terkait dengan Solusi dan Target Luaran dari rencana pelaksanaan program Abdimas, maka tim Abdimas menetapkan metode pendekatan sebagai berikut : Penjelasan secara langsung cara pengolahan digital marketing dan dilakukan Tanya jawab, Diskusi yang dilakukan setelah penyampaian materi dari para penyaji, pengabdian kepada remaja-ibu rumah tangga, dapat pembekalan tentang pentingnya meningkatkan kreatifitas potensi remaja-ibu rumah dalam menghadapi masa pandemi sekarang ini.

Cara-cara pengolahan digital marketing dengan melalui media sosial ayaupun ikut masuk dalam aplikasi yang ada. Tata Cara Pelaksanaan Digital Marketing :

1. Masuk dan buat account kedalam media sosial yang ingin dijadikan media promosinya
2. Cari dalam media tersebut fasilitas promosinya.
3. Jika tidak ada buat postingan yang menggambarkan produk apa yang kita jual.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk mewujudkan rencana program Abdimas, tim menetapkan prosedur kerja sebagaiberikut:

1. Menyusun Rencana Operasional Kegiatan  
Dalam tahap ini tim, menyusun rencana melalui rencana rapat koordinasi tim, surat menyurat, mengidentifikasi kriteria, jumlah instruktur, pembimbing dan pendamping, penyusunan modul, Jadwal kegiatan, pelaksanaan program pelatihan, pembimbing dan pendamping, pelaksanaan monitoring dan evaluasi, serta rencana penyusun laporan kegiatan dan penulisan artikel ilmiah pada Jurnal Nasional.
2. Melakukan Rapat Koordinasi Tim Pelaksana  
Dalam tahap ini tim melaksanakan rapat pembagian tugas tim, mengagendakan rapat koordinasi, yang ditujukan agar pelaksanaan kegiatan mulai dari persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, sampai pada penyusunan laporan sehingga dapat berjalan sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan.
3. Menyiapkan Calon Mitra dan Instruktur, Pembimbing dan Pendamping.
  - a. Menyiapkan Calon mitra  
Calon mitra ada satu mitra, dengan kriteria sebagai berikut : Ibu-ibu Rumah Tangga atau sederajat, memiliki keuangan yang masih minim dan berpotensi untuk dikembangkan, membutuhkan transfer Ipteks, memiliki kemampuan dan semangat

---

tinggi, bersedia mengikuti dan mentaati jenis program yang telah direncanakan / yang telah disepakati.

b. Penetapan Instruktur, Pembimbing dan Pendamping Program

Instruktur, Pembimbing dan Pendamping kegiatan dalam program ini, melibatkan ahli atau pakar dalam bidangnya.

c. Menyusun Jadwal Kegiatan Program Abdimas

Pelaksanaan Program Abdimas ini, direncanakan selama 3 (tiga) bulan dengan pertimbangan kegiatan mulai dari persiapan, pelaksanaan program (Instruktur, Pembimbing dan Pendamping, Fasilitasi dan Media, monev, dan penyusunan laporan kegiatan).

d. Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi

Pelaksanaan Monitoring merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pelaksana kegiatan dalam mengamati dan memonitor pelaksanaan baik Pelatihan, Bimbingan Teknis (Bimtek), Pendamping yang di jalankan atau di laksanakan. Sedangkan Pelaksanaan evaluasi merupakan kegiatan penilaian yang dilaksanakan oleh tim pelaksana mulai dari Persiapan sampai pasca program Pelatihan, Bimbingan Teknis, Pendamping, Fasilitasi dan Mediasi. kegiatan ini di tujukan untuk menilai hasil semua kegiatan atau mengukur indikator keberhasilan, juga kelemahan yang mungkin ada dengan mencari faktor-faktor penyebabnya, dan juga sebagai bahan penyusunan laporan dan rekomendasi kegiatan serta sebagai bahan Rencana Tindakan keberlanjutan program Menjadi Mitra Binaan Tim Abdimas FEB UCIC.



**Gambar-1 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**



**Gambar-2 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

## **SIMPULAN**

1. Bagi Remaja dan ibu rumah tangga , pelatihan dan bimbingan ini adalah sebuah motivasi untuk peningkatan kemampuan dan keterampilan untuk membuat suatu produk yang ada dipasaran dapat mempunyai nilai jual.
2. Peningkatan kemampuan remaja maupun ibu rumah tangga, yang tadinya hanya bisa mengurus kegiatan remaja dan juga seputar rumah tangganya saja, sekarang mempunyai kemampuan untuk menambah keuangan rumah tangganya.
3. Kerjasama para remaja dan ibu rumah tangga di lingkungan setempat menumbuhkan rasa

---

empati terhadap penderitaan sesamanya dan rasa saling pengertian akan kesulitan yang dihadapi.

4. Hasil akhirnya adalah kemampuan untuk mengangkat taraf kehidupan dari keterpurukan dan mampu untuk bangkit dari kesulitan apapun dimasa datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N. R., Lailyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92-101.
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716-724.
- DRPM. Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi RI. *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, Edisi XII. 2018.
- Islami, N. N., & Fitria, F. L. (2019). Pelatihan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Dan Hardskill Bidang Keahlian Pemasaran Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Nuris Hidayat Desa Curahnongko, Kec. Tempurejo Kab. Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 34-40.
- Kusnadi, K., Rachmawati, I., Parman, S., Wijaya, A., Fahrudin, R., Asfi, M., ... & Pranata, S. (2022). Food photography training with natural light concept using smartphone at SMKN 2 Cirebon City. *Community Empowerment*, 7(6), 1110-1114.
- Stephen P. Robbins, Timothy A Judge. 2015. *Organizational Behavior*, 16<sup>th</sup> ed, Pearson Education.
- Suwandi, S., Lestari, W. J., & Asfi, M. (2022). Nasi Kemanusiaan (Nasi Sehat untuk Pasien Covid-19 yang Isolasi Mandiri). *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 1(1), 9-19.
- 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), 36-50.

---

Suwandi, S., Syafrinal, I., Lestari, W. J., & Turini, T. (2022). Peningkatan Minat dan Motivasi Belajar melalui 'Games Edukasi' di Rumah Belajar YKBS Cirebon. *Jurnal Pengabdian UCIC*, 1(1), 51-58.