

## Platform Digital Untuk Pemasaran Digital Modern

<sup>1\*</sup>Budi Susilo, <sup>2</sup> Mateus Panji, <sup>3</sup> Lukman

STMIK Pontianak<sup>1</sup>, STMIK Pontianak<sup>2</sup>, STMIK Pontianak<sup>3</sup>

\*Email: [budi.susilo@stmikpontianak.ac.id](mailto:budi.susilo@stmikpontianak.ac.id)

### ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan karena adanya permasalahan yang dihadapi warga masyarakat yang menjadi anggota KPM PKH kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak. Persoalan berkaitan pemahaman tentang platform digital dan penggunaan untuk pemasaran produk atau jasa usaha kecil dan menengah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menjadi solusi dari persoalan tersebut. Penggunaan metode pelatihan dipilih dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan. Pelatihan yang diberikan terbagi atas dua sesi, yaitu presentasi dan praktik latihan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Tik tok, dan Pinterest untuk pemasaran produk dan jasa. Hasil evaluasi setelah kegiatan pelatihan ini dilakukan menunjukkan para peserta lebih memahami penggunaan platform digital bukan suatu yang susah untuk dikuasai dan digunakan dalam pemasaran secara online dan perlu membiasakan diri dalam menggunakannya. Para peserta terlihat bersemangat ingin mencoba memasarkan produk mereka melalui media sosial. Kedepannya perlu ada pelatihan-pelatihan lebih lanjut untuk masyarakat usaha kecil dan menengah terutama tentang pembuatan konten media sosial.

**Kata kunci** : pengabdian kepada masyarakat, platform digital, pemasaran digital

### ABSTRACT

*The implementation of this community service activity was carried out because of the problems faced by community members who were members of KPM PKH kelurahan Sungai Jawi Dalam, Pontianak city. Issues related to understanding digital platforms and their use for marketing small and medium business products or services. This service activity aims to be a solution to this problem. The use of the training method was chosen in the implementation of the community service that was carried out. The training provided is divided into two sessions, namely presentations and practice exercises on the use of social media such as Instagram, Facebook, Whatsapp, Tik tok, and Pinterest for marketing products and services. The results of the evaluation after the training activities were carried out showed that the participants had a better understanding of using digital platforms, not something that was difficult to master and use in online marketing and needed to get used to using them. The participants looked excited to try marketing their products through social media. In the future there needs to be further training for the small and medium business community, especially about creating social media content.*

**Key words**: community service, digital platforms, digital marketing

### PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dengan berbagai platform digital semakin pesat dan masyarakat usaha kecil dan

menengah dituntut untuk mengikuti dan mempelajari hal tersebut, agar bisa bersaing dengan pangsa mikro kecil maupun nasional. Semakin besarnya pasar

online juga mendorong untuk menguasai platform digital sebagai media pemasaran secara online. Fakta yang disampaikan oleh Sumarliah, Khan, dan Khan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan daya konsumtif melalui belanja online sehingga bertambah nilai produktif penjualan online masyarakat Indonesia melalui *e-commerce* (Yowanda, D & Kurniawati, 2022).

Namun, pemahaman tentang platform digital dan pemanfaatannya untuk seberapa besar orang Indonesia khususnya mereka yang termasuk golongan kecil dan menengah masih belum dikatakan baik. Hal ini merujuk hasil survei kominfo yang terpublikasi dalam situs Kementerian Kominfo Republik Indonesia yang secara nasional disimpulkan bahwa “Literasi Digital di Indonesia belum sampai level “baik”. Sub-indeks Informasi & Literasi Data skornya paling rendah. Responden di wilayah tengah skornya lebih tinggi daripada barat dan timur.” (Status Literasi Digital Indonesia, 2020). Masih banyak masyarakat kecil dan menengah berpikiran bahwa pemasaran menggunakan platform digital adalah suatu yang sulit dan mahal.

Persoalan kurangnya pemahaman tentang platform digital dan penggunaan untuk pemasaran produk atau jasa usaha kecil dan menengah juga ada pada masyarakat yang tergabung dalam Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Keluarga Harapan (PKH) Kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak yang menjadi binaan dari Dinas Sosial kota Pontianak. Hasil wawancara dengan penanggung jawab KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam, ibu Nurlaila, S.E, mereka semua memiliki usaha kecil dan rumahan, terdiri dari usaha kue dan makanan ringan, penjahit, serta tanaman sayuran, tetapi belum menggunakan perangkat seluler yang dimiliki untuk memasarkan produk atau jasanya. Permasalahan ini ada karena mereka belum paham tentang platform

digital yang ada sekarang dan cara pemanfaatannya untuk usaha.

Kurang pemahannya tentang platform digital dan penggunaan untuk pemasaran secara digital tentu membawa kerugian pada usaha kecil dan menengah yang mereka kelola. Kerugian dikarenakan tidak memanfaatkan kelebihan-kelebihan yang dapat diperoleh dengan melakukan pemasaran secara digital di masa sekarang. Aditya dalam makalahnya menyatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *e-commerce* akan berpeluang menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing (Irfani, H., Yeni, F. & Wahyuni, R., 2020).

Memperhatikan persoalan yang ada di masyarakat yang ada di Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Keluarga Harapan (PKH) Kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak maka merasa perlu untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk dengan tujuan menjadi solusi. Kegiatan PKM ini berupa pelatihan tentang penggunaan berbagai platform digital untuk memasarkan produk atau jasa. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan mempertimbangkan analisis situasi seperti yang ditampilkan pada Tabel 1. Di bawah ini.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Permasalahan	Solusi
1	Teknologi Informasi	Pemahaman tentang platform digital	Presentasi dan diskusi
2	Pemasaran	Promosi memanfaatkan platform digital	Latihan dan contoh

Memperhatikan analisis situasi yang ada maka kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan utama yaitu memberikan tambahan wawasan pengetahuan dari sudut pandang teoritis

dan praktis tentang penggunaan dan manfaat berbagai platform digital berupa media sosial untuk sarana pemasaran produk dan jasa UKM.

### RUMUSAN MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi oleh anggota KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak terdiri dari 2 hal. Pertama, bagaimana meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang platform digital yang umum digunakan sekarang? Kedua, Bagaimana cara memanfaatkan platform digital untuk memasarkan usaha yang ada?

### METODE

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh anggota KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan. Kegiatan ini terbagi dalam dua sesi sesuai permasalahan yang ada.

Sesi pertama dalam bentuk presentasi dan diskusi. Tujuannya untuk memberi pengetahuan dan membangun pemahaman tentang platform digital, khususnya media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Tik Tok, Facebook, dan Pinterest. Alasannya adalah agar memiliki wawasan sebagai bentuk pengetahuan literasi digital. Terlebih lagi bagi para pelaku UKM sebab Platform digital berbasis ekosistem memungkinkan untuk UKM melakukan penyelarasan sumber pengetahuan strategis sekaligus mengonfigurasi sumber daya internal dan eksternal untuk merespons lingkungan yang dinamis dan bergejolak dengan lebih baik (Juwita, O., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R., 2022). Hal ini penting karena Secara umum yang dimaksud dengan literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi (Nasrullah, R., 2017), sehingga kemampuan literasi digital tidak hanya

kemampuan teknis tetapi juga mencakup kemampuan kognitif (Susilo, B., 2022).

Sesi kedua adalah melakukan praktik latihan dalam menggunakan platform digital untuk mempromosikan dan menunjukkan contoh-contoh promosi atau pemasaran melalui media sosial yang ada. Pelatihan juga berkaitan dengan karakteristik media sosial dan kontennya. Tujuannya supaya terbiasa dan dapat menyesuaikan media sosial yang dipilih untuk memasarkan usaha UKM mereka.

### PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berisikan pemamaparan dan presentasi yang dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan platform digital yang terdiri dari Instagram, Whatsapp, Tik Tok, Facebook, dan Pinterest untuk pemasaran secara online. Peserta yang mengikuti adalah warga masyarakat yang menjadi binaan Dinas Sosial kota Pontianak yang tergabung dalam KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak, yang hadir berjumlah 16 orang. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melibatkan 2 orang mahasiswa STMIK Pontinak dan 1 orang penanggung jawab KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di rumah salah satu anggota KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam yang berlokasi di di Kompleks Mandau Permai jalan Tebu kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak seperti yang tampak pada Gambar 1. dibawah ini.



Gambar 1 Penggunaan gambar dengan resolusi yang cukup untuk pencetakan

Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, 14 Desember 2022 jam 15.30.00 – 17.30. Ada 16 peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian ini, semua adalah wanita yang memiliki usaha kecil dan rumahan sebagai usaha pendamping untuk penghasilan keluarga bahkan ada juga yang menjadi sumber penghasilan utama keluarga.

Ada dua sesi kegiatan yang dilakukan, sesi pertama adalah presentasi dan pemaparan tentang platform digital khususnya platform media sosial. Pembahasan meliputi perubahan dunia ke era digital, peran media sosial, strategi mengelola media sosial yang dimiliki, membuat konten yang viral di media sosial, dan pola pikir dalam menggunakan media sosial di era pemasaran digital sekarang ini selama 1 jam. Sesi kedua adalah praktik menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau jasa yang dilakukan selama 1 jam.

Sesi pertama diawali dengan kegiatan persiapan. Kegiatan ini diisi dengan tanya jawab seputar pengetahuan tentang media sosial yang diketahui dan yang dimiliki serta pemakaian sehari-hari. Hasil tanya jawab yang dilakukan menggambarkan sebagian besar peserta yang hadir tidak mengetahui istilah-istilah yang biasa digunakan dalam bidang teknologi informasi seperti platform, konten, dan lainnya. Demikian juga tentang besarnya pengaruh platform media sosial dalam kehidupan masyarakat di era digital sekarang ini serta belum memahami pentingnya pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital untuk usaha, baik kecil hingga besar. Berdasarkan gambaran hasil tanya jawab maka presentasi dan pemaparan materi Platform digital untuk pemasaran digital modern dikomunikasikan secara lebih sederhana dalam penjelasan istilah dan diperbanyak dalam contoh-contoh yang ada agar lebih mudah diterima dan dipahami.

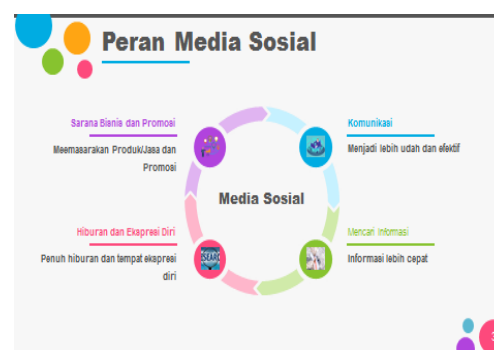
Materi yang dipresentasikan diberikan untuk menambah pengetahuan dan

wawasan tentang platform digital dan perlunya perubahan pola pikir untuk mendasari kemampuan peserta dalam literasi digital. Pemaparan awal seperti yang ditunjukkan gambar 2. membahas bahwa dunia telah mengalami perubahan karena besarnya pengaruh teknologi informasi sehingga manusia bisa dikatakan tergantung kepada teknologi yang serba digital.



Gambar 2 Slide presentasi awal

Meskipun telah mengenal media seperti Whatsapp, facebook dan instagram, tetapi para peserta masih belum mampu untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran produk. Pelaku usaha juga tidak mengetahui apa itu digital marketing. Untuk itu, pembahasan dalam presentasi membicarakan peran media sosial sekarang ini, ditunjukkan pada Gambar 3 berikut. Penjelasan juga disertai contoh tentang banyak produk atau jasa yang sebenarnya sudah dipasarkan melalui media sosial yang ada dan itu efisien dan efektif. Pemaparan ini juga untuk memberikan wawasan tentang maksud pemasaran digital sesungguhnya.



Gambar 3 Slide Peran Media Sosial

Presentasi diakhiri dengan membahas tentang konten yang harus dipersiapkan saat untuk memasarkan produk atau jasa di media sosial. Pemasaran pada dasarnya memperkenalkan dan itu perlu menarik perhatian. Oleh karena itu, UKM juga harus bisa menjadi suatu industri kreatif. Industri kreatif dapat memanfaatkan kemajuan teknologi global untuk dipergunakan oleh para pengusaha dibidangnya dalam mempromosikan, menjual produknya di internet. Hal ini dapat dilakukan dengan mudah, cepat, murah, dan menyebar ke seluruh dunia dalam waktu yang bersamaan (Udayana, A. A. G. B., 2020). Menjadi penting untuk membahas berkenaan tentang karakteristik konten yang berpotensi viral, lihat Gambar 4. dan disertai contoh dari konten media sosial yang viral namun dalam pembuatannya sederhana, yang dapat ditemukan melalui berbagai media sosial yang dapat diakses melalui internet.



Gambar 4 Slide Konten Berpotensi Viral

Setelah sesi presentasi, kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan preteknik dan latihan penggunaan platform media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk usaha dan pemasaran produk atau jasa UKM dari para peserta kegiatan. Pelatihan dimulai dengan meminta para peserta mengikuti dalam pembuatan akun media sosial yang belum mereka miliki, seperti Tik Tok dan Pinterest, dengan menggunakan telepon selular yang mereka bawa. Kemudian mereka diminta untuk mencoba fitur-fitur yang disediakan oleh setiap media sosial untuk pemanfaatan dalam pemasaran produk dengan mengikuti tutorial yang

dilakukan oleh tim PKM. Penggunaan konten di media sosial terbukti mampu membawa peningkatan bagi UMKM seperti TikTok (Delicia, C., & Paramita, S., 2022). Pemberian contoh pembuatan konten untuk disebar melalui media sosial juga disampaikan baik itu dalam bentuk gambar maupun video. Setelah itu, peserta diminta kembali untuk mempraktikkan cara pembuatan menurut versi pemasaran mereka. Pada sesi praktik latihan ini, ditemui beberapa kendala yaitu beberapa peserta tidak mengikuti dengan alasan tidak membawa telepon selular mereka dan ada yang merasa kesulitan dalam mengedit foto atau video agar sesuai dengan ide pemasaran mereka. Namun ada suatu yang menarik, yang terlihat selama sesi praktik, yaitu para peserta begitu bersemangat saling bertukar ide dalam membuat konten sebagai cara memasarkan produk mereka

Setelah sesi praktik dilakukan evaluasi dengan meminta para peserta memberi komentar tentang yang dilakukan selama praktik dan melakukan tanya jawab tentang kesulitan dan penggunaan media digital untuk memasarkan usaha mereka. Hasilnya dapat dikatakan bahwa peserta sudah lebih memahami dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dan kelebihan dari media sosial yang ada, namun, kelemahannya ada pada saat pembuatan konten untuk pemasaran usaha, utamanya dalam mengedit gambar dan video serta dalam penyusunan informasi yang ingin disampaikan secara singkat, informatif, dan menarik.

## SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan sangat membantu menyelesaikan masalah peserta dalam memahami bahwa platform digital bukan suatu yang susah untuk dikuasai dan digunakan dalam pemasaran secara online. Penggunaan platform media sosial hanya perlu pembiasaan dalam penggunaannya untuk promosi sehingga ide yang lebih baik dan efektifitas akan diperoleh.

Dampak yang terlihat setelah kegiatan pengabdian dilakukan adalah para peserta terlihat bersemangat ingin mencoba memasarkan produk mereka melalui media sosial.

Pelatihan-pelatihan lebih lanjut perlu dilaksanakan terutama tentang pembuatan konten baik itu cara pengambilan foto maupun video dan mengeditnya supaya lebih menarik. Demikian juga dalam pembuatan narasi untuk foto dan video yang dibuat.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada KPM PKH Kelurahan Sungai Jawi Dalam kota Pontianak dan para anggotanya atas peran sertanya yang aktif, terima kasih juga kepada STMIK Pontianak dan Kepala LPPM STMIK Pontianak untuk dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dapat terlaksana dengan lancar. Dengan semua itu maka penyusunan artikel pengabdian ini pun dapat terwujud..

### DAFTAR PUSTAKA

- Delicia, C., & Paramita, S. (2022). Konten tiktok untuk meningkatkan umkm di masa pandemi covid-19 (studi kasus rude basic dan agate deluxe). *Koneksi*, 6(1), 218-225.
- Irfani, H., Yeni, F. & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.
- Juwita, O., Ali, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R. (2022). Studi Literatur Platform Digital Sebagai Sarana Dalam Mengembangkan UMKM. *INFORMAL: Informatics Journal*, 7(1), 59-63.
- Nasrullah, R., (eds), 2017, Materi Pendukung Literasi Digital. Jakarta: Kemdikbud, pp. 3-10.
- Status Literasi Digital Indonesi. Kementerian Kominfo RI. Direktorat

Jenderal Aplikasi Informatika website:<https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Survei-Literasi-Digital-Indonesia-2020.pdf>

- Susilo, B. (2022). Kemampuan Literasi Digital dan Finansial Siswa SMA Negeri 9 Pontianak. *Seminar Nasional CORIS 2022*, 203-208.
- Udayana, A. A. G. B. (2020). Disrupsi teknologi digital: tumbuh kembangnya industri kreatif berbasis budaya. In *Seminar Nasional Envisi* pp. 1-16.
- Yowanda, D & Kurniawati. (2022). Penentu Sikap dan Pengaruhnya Terhadap Niat Pembelian pada Situs Web Penjualan Kembali. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 40-53.