

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
26 November 2022, Hal.957-963
e-ISSN: 2686-2964

Pelatihan Promosi Online Bagi Ibu-Ibu Aisyiyah Depok Sleman Yogyakarta

Gita Indah Budiarti¹, Endah Sulistiawati², Rachma Tia Evitasari³, Olivi Sabilla Sa'dani⁴
Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Ringroad Selatan, Tamanan, Bantul, Yogyakarta¹²³⁴
Email: gita.indah@che.uad.ac.id

ABSTRAK

Aisyiyah dan Muhammadiyah ada suatu majelis yang mewadahi bagi anggota untuk meningkatkan perekonomiannya dengan cara dilatih untuk berwirausaha, majelis tersebut bernama Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK). Salah satu anggota Ibu Marlina menuturkan anggota MEK yang berjumlah sekitar 5 orang memiliki kesulitan dalam menumbuhkan semangat berwirausaha pada anggota lain. Dahulu pernah ada wacana untuk membuat toko atau usaha dibawah naungan Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA), namun usaha ini tidak berjalan lagi. Sebenarnya toko PCA ini sangat potensial karena letak PCA Depok yang strategis karena banyak sekolah, dan perumahan warga. Keuntungan dari toko ini dapat menyejahterakan anggota maupun persyarikatan. Bidang permasalahan yang tim akan selesaikan dengan mitra adalah bidang teknologi promosi online untuk meningkatkan penjualan. Tujuan program pengabdian ini adalah memberikan pelatihan kepada ibu-ibu anggota PCA Depok bekerja sama dengan MEK untuk meningkatkan ketrampilan dan kemampuan promosi untuk menghidupkan kembali toko PCA Depok. Toko PCA Depok ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan anggota PCA Depok dan memperkuat persyarikatan. Metode yang dilakukan adalah pelatihan promosi online menggunakan *marketplace* dan aplikasi ojek online. Hasil yang diperoleh berupa peningkatan ketrampilan peserta menggunakan aplikasi dan membuat akun penjualan di *marketplace* dan aplikasi ojek online.

Kata kunci : promosi online, PCA Aisyiyah Depok, *marketplace*

ABSTRACT

Aisyiyah and Muhammadiyah there is an assembly that accommodates members to improve their economy by being trained for entrepreneurship, the assembly is called the Economic and Entrepreneurship Council (MEK). One of the members, Mrs. Marlina, said that there are about 5 MEK members who have difficulty in fostering entrepreneurial spirit in other members. In the past there was a discourse to create a shop or business under the auspices of the Aisyiyah Branch Manager (PCA), but this effort is no longer running. Actually, this PCA shop has a lot

of potential because of the strategic location of PCA in Depok because there are many schools, and housing residents. The advantages of this store can be for the welfare of members and the association. The problem area that the team will work on with partners is the area of online promotion technology to increase sales. The purpose of this service program is to provide training to PCA Depok members in collaboration with MEK to improve their skills and promotional abilities to revive the Depok PCA store. The Depok PCA shop is expected to be able to improve the welfare of PCA Depok members and strengthen the association. The method used is online promotion training using the marketplace and online motorcycle taxi applications. The results obtained are in the form of increasing participants' skills in using applications and creating sales accounts in the marketplace and online motorcycle taxi applications.

Keywords : *online promotion, PCA Aisyiyah Depok, marketplace*

PENDAHULUAN

Kecamatan Depok yang memiliki luas wilayah sebesar 2.687,6485 Ha terdiri dari 3 desa yaitu Desa Caturtunggal, Desa Maguwoharjo dan Desa Condongcatur. Jumlah Dusun/Padukuhan sebanyak 58, jumlah RT 704 dan RW 256. Kecamatan Depok sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Ngaglik, Timur berbatasan dengan Kecamatan Kalasan, Selatan berbatasan dengan Kecamatan Gondokusuman, Yogyakarta dan Banguntapan, Bantul, serta di bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Mlati (Kapanewon Depok, 2021). Kecamatan Depok memiliki jumlah penduduk pada tahun 2020 sebesar 123.689 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki sebesar 61.159 jiwa, sisanya perempuan sebesar 62.530 jiwa. Agama mayoritas di Depok adalah Islam sebanyak 104.653 jiwa. Pekerjaan penduduk Depok didominasi oleh karyawan swasta 25%, wirausaha 15,7%, dan ibu rumah tangga 19,8%. Pendidikan terakhir penduduk didominasi SMA/K 31%, Diploma/Strata I 16,5% dan tidak sekolah 16,2% (Pemprov Jogja, 2021).

Kelompok ibu-ibu di Depok salah satunya diwadahi oleh Aisyiyah atau Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Depok. Pimpinan Cabang Aisyiyah (PCA) Depok mempunyai kesekretariatan yang terletak di SD Muhammadiyah Condongcatur. Pada Aisyiyah dan Muhammadiyah ada suatu majelis yang mewadahi bagi anggota untuk meningkatkan perekonomiannya dengan cara dilatih untuk berwirausaha, majelis tersebut bernama Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan (MEK). Salah satu anggota Ibu Marlina menuturkan anggota MEK yang berjumlah sekitar 5 orang memiliki kesulitan dalam menumbuhkan semangat berwirausaha pada anggota lain. Dahulu pernah ada wacana untuk membuat toko atau usaha dibawah naungan PCA, namun usaha ini tidak berjalan lagi. Sebenarnya toko PCA ini sangat potensial karena letak PCA Depok yang strategis karena banyak sekolah, dan perumahan warga. Keuntungan dari toko ini dapat menyejahterakan anggota maupun persyarikatan.

Usaha ini berhenti karena tidak ada manajemen yang baik. Para anggota jalan sendiri-sendiri dengan usaha masing-masing. Selain manajemen yang kurang baik, kekurangan lain adalah promosi yang kurang menyebar, promosi yang dilakukan hanya di sekitar warga PCA saja. Selain manajemen dan promosi, benda yang dijual belum bervariasi yaitu hanya sembako dan air mineral. Apabila ditambahkan aneka makanan dan minuman seperti kafe dan toko pasti akan lebih menarik. Promosi perlu ditingkatkan dengan menggunakan *e-commerce* dan sosial media seperti instagram, facebook atau memasukkan usaha ke Gofood, Grab Food dan Shopee Food (Budiarti, Mardhia, & Azhari, 2019).

Pada tanggal 18 April 2022, tim melakukan tinjauan lapangan dan wawancara dengan anggota PCA Aisyiyah Depok. Permasalahan yang dialami anggota MEK PCA Depok adalah target pasar hanya masyarakat lokal saja. Padahal beberapa produk tidak tahan lama. Adanya promosi melalui media sosial dan e-commerce, akan memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan para ibu-ibu anggota MEK PCA Depok

Tujuan program pengabdian ini adalah memberikan pelatihan kepada ibu-ibu anggota PCA Depok bekerja sama dengan MEK untuk meningkatkan ketrampilan dan kemampuan promosi untuk menghidupkan kembali toko PCA Depok. Toko PCA Depok ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan anggota PCA Depok dan memperkuat persyarikatan..

METODE

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dan disepakati oleh tim dan mitra yaitu mengenai inovasi produk herbal dan membantu promosi untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan. Solusi yang ditawarkan adalah berdasarkan roadmap pengabdian Fakultas Teknologi Industri UAD yang ingin mewujudkan akselerasi wilayah marginal menuju kawasan cerdas, sehat, ramah lingkungan yang berkarakter sosio-ekopreneur, nilai universal dan keislaman. Maka solusi yang ditawarkan oleh tim mendukung roadmap tersebut pada bagian sektor ekonominya membantu meningkatkan pendapatan melalui pelatihan promosi.

Metode pelaksanaan menggunakan penyuluhan dan pelatihan atau demo. Pelaksanaan dilakukan secara luring. Metode penyuluhan digunakan untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada peserta. Setelah penyuluhan dilanjutkan dengan pelatihan atau praktek langsung untuk menambah ketrampilan peserta. Evaluasi hasil diberikan setelah pelatihan selesai. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui ketercapaian peningkatan pemahaman dan ketrampilan peserta.

Pelaksanaan direncanakan pada bulan Juni 2022- Oktober 2022 dengan rincian sebagai berikut :

1. Koordinasi Kegiatan

Koordinasi kegiatan dilaksanakan secara online oleh tim dengan mitra pada tanggal 18 Juni 2022.

2. Pelatihan Promosi Online/ Digital Marketing

Pelatihan ini meliputi penjelasan dan tutorial mengenai media promosi online serta penggunaannya, kemudian dilanjutkan praktek oleh peserta. Pemateri pada pelatihan ini adalah Gita Indah Budiarti, S.T., M.T Kegiatan ini direncanakan pada hari Sabtu tanggal 2 Agustus 2022. Kegiatan ini akan dibantu secara teknis (pelaksanaan maupun dokumentasi) oleh dua orang mahasiswa. Kontribusi mitra pada kegiatan ini adalah penyediaan tempat dan sarana prasarana serta undangan untuk peserta.

3. Evaluasi kegiatan

Evaluasi setiap kegiatan dilakukan menggunakan kuisisioner yang diisi peserta pada awal dan akhir kegiatan. Evaluasi kegiatan keseluruhan melalui pameran produk dan umpan balik untuk mitra.

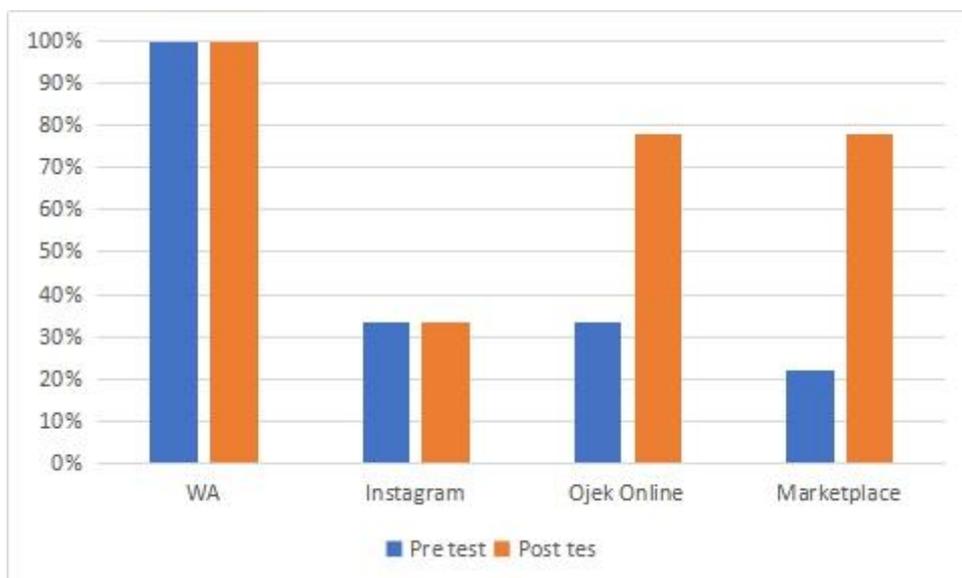
HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Hasil dari kegiatan pelatihan yang dilakukan berupa peningkatan pengetahuan peserta setelah adanya penyuluhan dan pelatihan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Peningkatan Pengetahuan Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan

Gambar 1 menunjukkan bahwa peserta sudah mengetahui mengenai digital marketing dan manfaatnya, namun belum mahir dalam menggunakan digital marketing untuk usahanya. Hal ini dibuktikan dengan hasil pertanyaan yang ke dua yaitu mengenai media yang digunakan. Data yang diperoleh selanjutnya adalah media yang digunakan sebelum pelatihan disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pemasaran Peserta Sebelum Pelatihan

Peserta berhasil membuat akun ojek online dan memasarkan hasil penjualannya. Hasil produk yang diunggah peserta pelatihan melalui ojek online (Go Food) ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Praktek Peserta Kegiatan

Foto pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Respon aktif peserta saat pelatihan Digital Marketing

Pelatihan diawali dengan penyuluhan pengertian digital marketing dan *marketplace* kepada peserta kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan akun pemasaran online Tokopedia (*marketplace*) dan ojek online (Go Biz untuk Go Food). Penyuluhan dilakukan

sebelumnya sebagai *brainstorming* dan penyampaian pengetahuan. Metode ini sering digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat (Chasanah et al., 2021). Respon peserta di pelatihan pertama disampaikan melalui pre test. Gambar 1 menunjukkan bahwa sebelum pelatihan pengetahuan peserta rata-rata sama dengan setelah mengikuti penyuluhan pengetahuan. Hal ini karena beberapa peserta sudah ada yang menggunakan media online untuk penjualan. Rata-rata media yang digunakan adalah Whatsapp status. Setelah penyuluhan dan pelatihan media yang digunakan menjadi lebih bervariasi seperti instagram, marketplace dan ojek online. Data media pemasaran yang digunakan sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan disajikan pada Gambar 2. Gambar 3 menunjukkan peserta telah mempraktekkan pelatihan dan sudah mendapatkan pembeli. Adanya pembeli menunjukkan peserta akan mendapatkan peningkatan pendapatan. Hal tersebut sejalan dengan pelatihan terdahulu yang pernah dilakukan, menunjukkan pemasaran menggunakan media online membantu meningkatkan penjualan di era pandemi COVID 19 (Ayu & Lahmi, 2020; Rianty & Rahayu, 2021). Media yang digunakan e-commerce seperti shopee, bukalapak, tokepedia. Peningkatan pendapatan juga ditunjukkan dengan adanya perubahan promosi dari konvensional menjadi online (Haris et al., 2018; Hutahaean, Mulyani, & Azhar, 2020; Nurcahya, Nilasari, & Bharata, 2021). Metode baru pemasaran ini selain memperluas jangkauan pemasaran juga dapat membantu mencegah penyebaran virus COVID-19.

SIMPULAN

Berdasarkan penyuluhan dan pelatihan yang telah dilaksanakan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang pelatihan yang diberikan
 2. Peserta mendapatkan ketrampilan dan berhasil membuat, akun marketplace/ Go Food
- Saran bagi program ini adalah semoga dapat berlanjut setiap tahun agar pemberdayaan menjadi optimal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1). LPPM UAD selaku pemberi dan hibah, 2). Mitra PPM ibu-ibu PCA Aisyiyah Depok, Sleman, Yogyakarta, dan 3). Pihak-pihak yang berkontribusi secara langsung yaitu sekretaris PCA Aisyiyah Depok (ibu Tien Suhartini, M.M.), tim mahasiswa (Qaulina Tsabit dan Mitha) serta semua pihak yang membantu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(September), 114–123. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Budiarti, G. I., Mardhia, M. M., & Azhari, A. (2019). Penerapan Teknologi Toko Online untuk Pemasaran Produk Bagi Ibu-Ibu Aisyiyah Gunung Kidul. *JCES*.
- Chasanah, U., Nursyifa, A., I, I. S., Pamulang, U., Surya, J., No, K., ... Tangerang, K. (2021). Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 melalui Pembuatan Sabun Cuci dari Minyak Jelantah sebagai Upaya Mengurangi Pencemaran Lingkungan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 2(1), 8–16.
- Haris, A., Ningrum, R. F., Siswipraptini, P. C., Djunaidi, K., Aziza, R. N., Siregar, R. R., ... Ilir, C. (2018). Pelatihan internet dan pengenalan e-commerce bagi masyarakat desa ciaruteun. *Terang*, 1(1), 10–20.

- Hutahaean, J., Mulyani, N., & Azhar, Z. (2020). Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-kisaran Kabupaten Asahan. *JPM : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 41–45.
- Kapanewon Depok.(2021). Monografi Kecamatan Depok. depokkec.slemankab.go.id. Diakses tanggal 6 Februari 2021 pukul 16.00
- Nurcahya, Y. A., Nilasari, A. P., & Bharata, R. W. (2021). Pelatihan Penjualan Produk di Era Digital Melalui E-Commerce pada Penyandang Disabilitas di Kota Magelang. *Jurnal Abdimas BSI*, 4(2), 222–233.
- Pemprov Jogja. (2021). Data Kependudukan Kecamatan Depok 2020. kependudukan.jogjaprov.go.id. Diakses tanggal 6 Februari 2021 pukul 17.00.
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153–167.