

**Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat**  
26 November 2022, Hal. 1219-1226  
e-ISSN: 2686-2964

## **Penyuluhan dan Pelatihan Pemasaran Digital di Kelurahan Brontokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia**

Tatbita Titin Suhariyanto<sup>1</sup>, Hayati Mukti Asih<sup>2</sup>, Muhammad Faishal<sup>3</sup>

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Ahmad Dahlan  
Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah  
Istimewa Yogyakarta 55191

Email: [tatbita.suhariyanto@ie.uad.ac.id](mailto:tatbita.suhariyanto@ie.uad.ac.id)

### **ABSTRAK**

Bank Sampah Kamulyan terletak di wilayah Kelurahan Brontokusuman RW 20-22, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta. Bank Sampah ini dikelola langsung oleh paguyuban warga sekitar yang hampir semuanya adalah ibu rumah tangga. Bank sampah ini mempunyai berbagai macam produk hasil pengolahan sampah seperti eco-brick, pupuk, maggot, dan lain-lain. Namun, permasalahan yang ada adalah anggota paguyuban ini belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk-produk tersebut. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan pelatihan dan penyuluhan pemasaran digital. Program ini telah dilaksanakan pada tanggal 25 dan 26 Agustus 2022. Hasil dari program ini adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pada pengelola dan anggota Paguyuban Bank Sampah Kamulyan.

**Kata kunci:** Pemasaran digital, Bank sampah, Pengabdian masyarakat

### **ABSTRACT**

*Kamulyan Waste Bank is located in the Brontokusuman Village area, RW 20-22, Mergangsan District, Yogyakarta City. This Garbage Bank is managed directly by the local community, almost all of whom are housewives. This waste bank has various kinds of waste processing products such as eco-bricks, fertilizers, maggot, and others. However, the problem is that these women do not have the knowledge and skills to market these products. Therefore, this community service program aims to conduct digital marketing training and counseling. This program has been implemented on August 25 and 26, 2022. The result of this program is an increase in knowledge and skills for the women of the Brontokusuman Village.*

**Keywords:** Digital marketing, Waste bank, Community Dedication

## PENDAHULUAN

Bank Sampah Kamulyan terletak di Wilayah Kelurahan Brontokusuman RW 20-22, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta. Bank Sampah ini dikelola langsung oleh paguyuban warga sekitar yang hampir semuanya adalah ibu rumah tangga. Wilayah ini berada di sekitar Kali Code, Yogyakarta. Selama dua tahun terakhir tim dosen Teknik Industri Universitas Ahmad Dahlan (UAD) telah rutin menjalankan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan paguyuban tersebut. Pada tahun 2020, program pengabdian diinisiasi dengan melatih mitra tentang bagaimana pembuatan detergen secara manual dan menghitung harga pokok produksi (Suhariyanto dan Asih, 2020). Kemudian, pada tahun 2021, program dilanjutkan dengan memberi pelatihan tentang *standard operating procedure* pembuatan detergen ramah lingkungan (Asih dan Suhariyanto, 2021) dan dasar-dasar pemasaran digital (Suhariyanto dan Asih, 2021).

Secara garis besar, analisis situasi dan kondisi mitra dapat dilihat pada Tabel 1. Dari program-program yang pernah diikuti sebelumnya, paguyuban ini memiliki beberapa produk dan karya inovatif, seperti detergen ramah lingkungan, *eco-brick*, pupuk, maggot, kerajinan, dan lain sebagainya. Namun, para pengelola dan anggota paguyuban belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memasarkan produk mereka secara langsung melalui media sosial dan *marketplace*. Permasalahan ini mengakibatkan keterbatasan cakupan penjualan yang bisa berdampak pada menurunnya pendapatan paguyuban. Oleh karena itu, sasaran program kemitraan masyarakat ini adalah pengelola dan anggota Paguyuban Bank Sampah Kamulyan yang minim ketrampilan dalam berwirausaha. Warga yang tergabung di Bank Sampah Kamulyan ini tergolong sebagai mitra yang belum produktif secara ekonomi. Tujuan dari program kemitraan ini adalah memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang pemasaran digital yang didukung dengan praktik langsung menggunakan gawai (ponsel pintar).

**Tabel 1** Situasi dan Kondisi Mitra

Nama Mitra	Bank Sampah Kamulyan, Kecamatan Mergangsan, Kelurahan Brontokusuman RW 20-22 Yogyakarta
Permasalahan	Minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk

Saat pandemi COVID-19, aktivitas belanja daring (*online shopping*) telah mengalami peningkatan. Sebanyak 9 dari 10 responden mengaku berbelanja secara daring selama pandemi (BPS, 2020). Belanja daring merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa melalui media internet, baik *business to business* (B2B) dan *business to consumers* (B2C) (Katawetawaraks dan Wang, 2011). Teknologi digital telah memberikan berbagai manfaat bagi konsumen. Konsumen tidak perlu bertatap muka dengan penjual untuk memperoleh produk yang diinginkan. Penjual pun dapat memperluas jangkauan pemasaran dan menargetkan konsumen dengan lebih luas. Pada era industri 4.0 saat ini, media sosial sudah sangat dikenal masyarakat sebagai sarana komunikasi personal dan bisnis (Sarwono dan Prihartono, 2012), terutama Instagram. Instagram telah memberikan kemudahan untuk berinteraksi dengan calon pelanggan dan membangun *brand awareness*. Selain media sosial, fenomena marketplace juga membuka peluang bagi para pengusaha untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan bisnis mereka (Ardiansyah, 2020). Oleh karena itu, program ini diharapkan dapat membentuk dan mengembangkan sekelompok masyarakat yang mandiri secara ekonomi, serta memberikan wawasan mengenai kewirausahaan dan pemasaran digital. Di samping itu, program seperti ini diharapkan dapat menurunkan tingkat pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan melatih kemandirian, terutama kaum ibu rumah tangga.

## METODE

Metode pelaksanaan dilakukan dengan pembinaan dan pelatihan *digital marketing* bagi pengelola dan anggota Paguyuban Bank Sampah Kamulyan dalam mendukung perekonomian warga yang mandiri. Secara ringkas, metode pelaksanaan program ini dapat dilihat pada Tabel 2. Tahapan dalam pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut:

### a) Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan untuk memberikan informasi mengenai gambaran dan tahapan program yang akan dilaksanakan kepada mitra. Penyuluhan dilakukan di setiap prioritas kegiatan bertujuan untuk memberikan wawasan awal dan teori kepada mitra sebelum dilakukan penyuluhan dan praktik pemasaran digital. Diharapkan mitra akan memiliki wawasan dan motivasi mengenai wirausaha dan peluang usaha rumahan. Sosialisasi disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada peserta. Pada tahapan ini, mitra diharapkan dapat memberikan masukan dan saran untuk program pengabdian masyarakat agar program ini dapat berjalan dengan baik. Seorang mahasiswa akan dilibatkan dalam dokumentasi dan pengumpulan data.

### b) Penyuluhan dan Praktek Pemasaran Digital Lanjut

Penyuluhan pemasaran digital dilakukan dengan mengenalkan masyarakat tentang penjualan produk melalui media sosial (Instagram). Media sosial tersebut memberikan kemudahan untuk promosi dan berinteraksi dengan calon pelanggan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis. Sampai saat ini, Instagram sudah memiliki 700 juta pengguna dan setiap harinya sekitar 60 juta foto dibagikan dan dapat memberikan 1,6 milyar likes. Selain itu, Instagram merupakan aplikasi yang paling populer yang gunanya untuk berbagi foto dan video. Ini menjadi salah satu alasan mengapa Instagram memiliki berbagai manfaat untuk para pengusaha guna membangun dan mengembangkan merek suatu usaha. Pada tahapan ini, mitra diharapkan dapat memahami bagaimana cara memasarkan produk secara digital melalui media sosial dan *marketplace*. Tiga orang mahasiswa akan dilibatkan dalam mendampingi mitra ketika praktik pemasaran digital, sekaligus mendokumentasikan kegiatan.

### c) Evaluasi

Partisipasi mitra akan dilakukan evaluasi baik selama dan setelah program berlangsung. Evaluasi selama pelaksanaan program dilakukan dengan pengamatan secara langsung oleh tim pengabdian. Evaluasi setelah pelaksanaan program dilakukan dengan post-test aupun penilaian terhadap hasil kegiatan. Kriteria evaluasi meliputi kesadaran, antusiasme, pengetahuan, dan keterampilan peserta penyuluhan dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan serta tingkat kemahiran peserta dalam mempraktekkan pelatihan yang telah diberikan. Pada tahapan ini, pengetahuan dan keterampilan mitra diharapkan dapat meningkat. Tiga orang mahasiswa dilibatkan dalam proses evaluasi dengan membantu menyebarkan kuesioner kepada mitra, sekaligus mendokumentasikan kegiatan.

### d) Keberlanjutan Program Pasca Pelatihan

Setelah program pengabdian berakhir, keberlanjutan program dipantau dengan melakukan kunjungan secara berkala, membuka kesempatan konsultasi dan diskusi dengan mitra serta memantau perkembangan pemasaran digital yang dilakukan melalui media sosial yang digunakan.

Tabel 2. Rincian Jam Kegiatan Efektif PPM

No	Uraian Kegiatan	Tanggal Pelaksanaan	JKE-PPM (menit)	Metode Pelaksanaan
1	Sosialisasi kepada mitra	18 Agustus 2022	400	Daring
2	Penyuluhan Pemasaran Digital Lanjut	25 Agustus 2022	400	Luring
3	Praktik Pemasaran Digital Lanjut	26 Agustus 2022	400	Luring
4	Evaluasi (pengukuran peningkatan keberdayaan mitra)	26 Agustus 2022	400	Luring
5	Keberlanjutan program pasca pelatihan	September - Desember	-	Daring dan luring

### HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyampaian materi penyuluhan, praktik, dan dokumentasi.

#### 1. Penyuluhan Pemasaran Digital Lanjut

Penyuluhan Pemasaran Digital Lanjut dilakukan di kantor Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan. Peserta yang hadir adalah ibu-ibu pengelola bank sampah di Kelurahan Brontokusuman. Materi yang disampaikan meliputi fitur-fitur Instagram (*story*, *reels*, *posting*, dan panduan), tips membuat konten yang menarik, dan tips melakukan foto produk yang menarik konsumen. Gambar 1 merupakan tampilan halaman depan materi penyuluhan. Para peserta diberikan wawasan mengenai bagian-bagian yang perlu diperhatikan dalam profil Instagram, mengenali *followers*, menggunakan *hashtag* dan emoji, dan cara berinteraksi positif dengan *followers*. Selain itu, para peserta juga diberikan pemahaman bagaimana membuat foto produk yang mampu ‘bercerita’ melalui angle dan konsep. Beberapa tips yang diberikan kepada para peserta agar menghasilkan foto produk yang menarik antara lain menggunakan resolusi semaksimal mungkin, hindari penggunaan zoom, menggunakan latar yang sesuai dan pencahayaan yang baik, memanfaatkan fitur *editing*, dan menempatkan *angle* produk secara tepat. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 2.

## Penyuluhan dan Pelatihan Digital Marketing Lanjut

Tim Pengabdian Masyarakat:

1. Hayati Mukti Asih, Ph.D.
2. Tatbita Titin Suhariyanto, M.Sc
3. Muhammad Faishal, M.Eng.
4. Tim mahasiswa Teknik Industri UAD



Gambar 1. Materi Penyuluhan Pemasaran Digital Lanjut



(a)



(b)

**Gambar 2.** Dokumentasi kegiatan penyuluhan pemasaran digital lanjut

## 2. Praktek Pemasaran Digital Lanjut

Praktek Pemasaran Digital Lanjut dilakukan di kantor Kelurahan Brontokusuman, Kecamatan Mergangsan. Peserta yang hadir adalah ibu-ibu pengelola bank sampah di Kelurahan Brontokusuman. Peralatan dan perangkat lunak yang diperlukan antara lain kertas manila putih, lakban hitam, ponsel pintar, dan aplikasi lightroom. Para peserta diminta untuk melakukan foto produk dengan ponsel pintar mereka yang didukung peralatan sederhana. Praktik ini bertujuan agar para peserta dapat menghasilkan foto produk yang menarik meskipun menggunakan peralatan yang sederhana. Hasil dari praktik ini dapat dilihat pada Gambar 3. Antusiasme dan keaktifan peserta dalam mengikuti praktik ini dapat dilihat pada Gambar 4.



(a)



(b)

**Gambar 3.** Materi praktik pemasaran digital lanjut



**Gambar 4.** Dokumen kegiatan praktik pemasaran digital

### 3. Dampak dan Manfaat Hasil Kegiatan

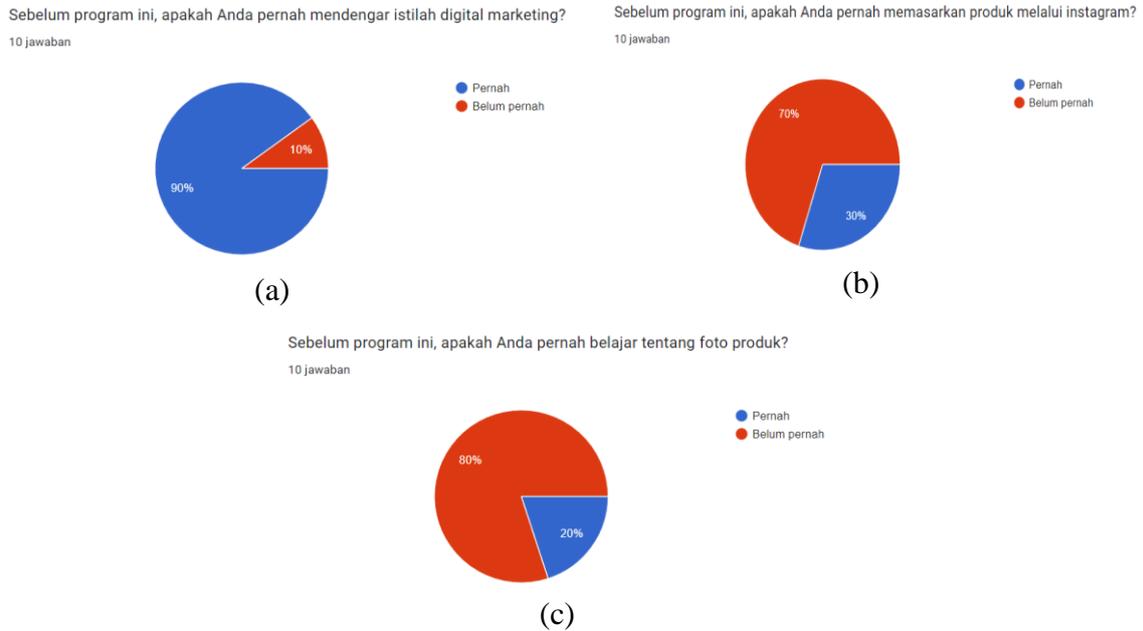
Seperti yang disajikan pada Tabel 3, program ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang pemasaran digital. Evaluasi dilakukan setelah para peserta mengikuti penyuluhan dan praktik langsung melalui penyebaran kuesioner sederhana. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan adalah:

- a. Sebelum program ini, apakah Anda pernah mendengar istilah digital marketing?
- b. Sebelum program ini, apakah Anda pernah memasarkan produk melalui instagram?
- c. Sebelum program ini, apakah Anda pernah belajar tentang foto produk?
- d. Apakah setelah mengikuti program ini pengetahuan Anda tentang digital marketing meningkat?
- e. Apakah setelah mengikuti program ini Anda mampu menggunakan instagram untuk memasarkan produk?
- f. Apakah setelah mengikuti program ini Anda mampu memfoto produk dengan baik?

**Tabel 3.** Keberdayaan Mitra Kegiatan PkM

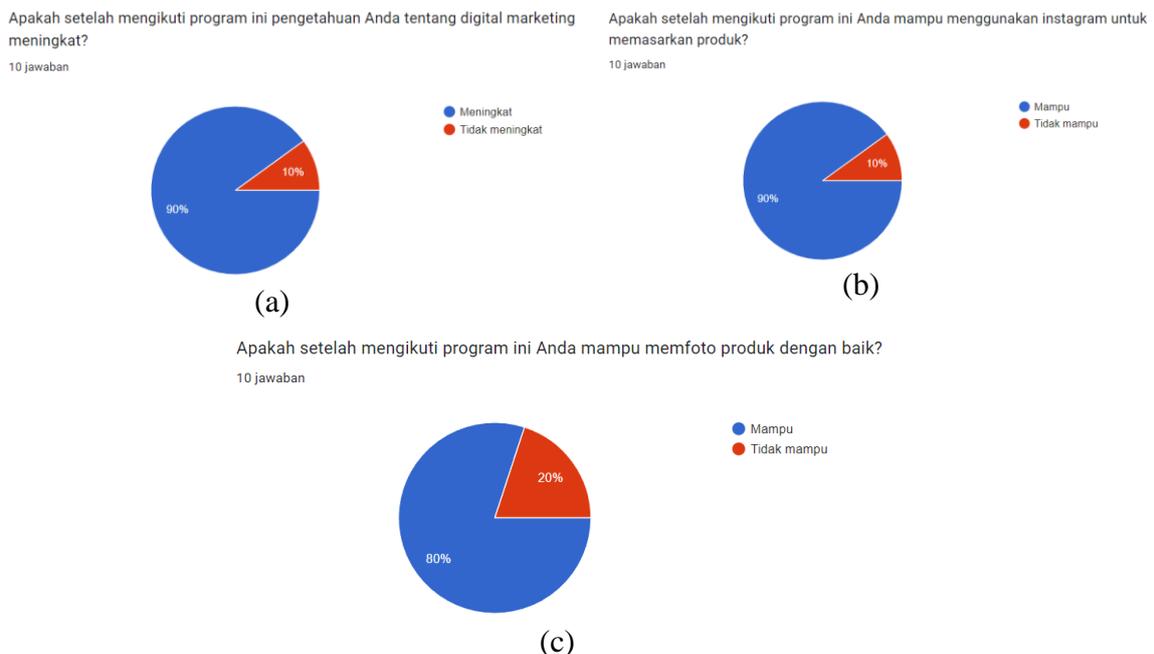
No	Jenis Mitra	Jenis Keberdayaan	Cek List
1	Mitra Non Produktif Ekonomi	Pengetahuannya meningkat Keterampilannya meningkat Kesehatannya meningkat Pendapatannya meningkat Pelayanannya meningkat	√ √
2	Mitra Produktif Ekonomi	Pengetahuannya meningkat Keterampilannya meningkat Kualitas produknya meningkat Jumlah produknya meningkat Jenis produknya meningkat Kapasitas produksi meningkat Jumlah aset meningkat Jumlah omsetnya meningkat Kemampuan manajemennya Keuntungannya meningkat Produk tersertifikasi Produk terstandarisasi Unit usaha berbadan hukum Jumlah wirausaha baru mandiri meningkat	

Seperti yang disajikan pada Gambar 5, sebagian peserta sudah pernah mendengar istilah pemasaran digital, namun belum mempraktikkan secara langsung untuk memasarkan produk. Sebelum mengikuti program ini, sebesar 90% dari peserta program sudah pernah mendengar istilah digital marketing. Namun, sebesar 70% dari peserta belum pernah mencoba memasarkan produk melalui media sosial. Selain itu, sebesar 80% dari peserta program belum pernah mempelajari teknik foto produk untuk pemasaran.



**Gambar 5.** Kondisi pengetahuan dan keterampilan sebelum program

Setelah pelaksanaan program, pengetahuan dan keterampilan peserta meningkat (lihat Gambar 6). Sebesar 90% dari peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang pemasaran digital dan mampu menggunakan media sosial untuk memasarkan produk. Selain itu, sebesar 80% dari peserta program mampu memfoto produk dengan baik setelah praktik.



**Gambar 6.** Kondisi pengetahuan dan keterampilan peserta setelah program

## SIMPULAN

Setelah mengikuti penyuluhan dan praktik pemasaran digital, pengetahuan dan keterampilan para peserta meningkat. Para peserta lebih memahami teknik pemasaran digital melalui media sosial dan teknik memfoto produk menggunakan peralatan yang sederhana. Selama program berlangsung, para peserta terlihat aktif dan antusias untuk mempelajari dan mempraktikkan materi pemasaran digital. Secara menyeluruh, kegiatan ini berjalan lancar dan efektif karena para peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga praktik secara langsung. Ke depan, tim dosen Teknik Industri UAD akan menghadirkan program-program yang bermanfaat untuk memberdayakan masyarakat mitra.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan (LPPM UAD) yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga program ini dapat terlaksana. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Paguyuban Bank Sampah Kamulyan, Brontokusuman, Yogyakarta yang telah bersedia menjadi mitra program.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, T. (2020). Model Platform E-Commerce dalam Mendukung Kesuksesan UMKM di Indonesia. *Jurnal Usaha*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.30998/juuk.v1i1.286>
- Asih, H.M., dan Suhariyanto, T.T. (2021). Peningkatan produktivitas pembuatan detergen ramah lingkungan dengan penyusunan standard operating procedure (SOP) di Bank Sampah Kamulyan, Yogyakarta. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan*, 147-154.
- BPS. (2020). Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19. <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/01/669cb2e8646787e52dd171c4/hasil-survei-sosial-demografi-dampak-covid-19-2020.html>.
- Katawetawaraks, C., & Wang, C. L. (2011). Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision. *Asian Journal of Business Research*, 1(2), 66–74. <https://doi.org/10.14707/ajbr.110012>.
- Sarwono, J., & Prihartono, K. (2012). *Perdagangan Online : Cara Bisnis di Internet*. Elex Media Komputindo
- Suhariyanto, T.T., dan Asih, H.M. (2020). Pelatihan Detergen Ramah Lingkungan untuk Bank Sampah Kamulyan Wilayah Kelurahan Brontokusuman RW 20-22 Kecamatan Mergansan Kota Yogyakarta. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan*, 179-186.
- Suhariyanto, T.T., Asih, H.M. (2021). Pemanfaatan Pemasaran Digital sebagai Strategi Promosi Produk Ramah Lingkungan pada Masa Covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SNPPM)*, 108-116.