

Pelatihan Digital Marketing Pelaku Usaha Kecil Jemaat Gmim Kharisma Buha Kecamatan Mapanget

Robby Tanod Mamusung*, Willem Gilbert Pomantow

Politeknik Negeri Manado, Indonesia

Email: mamusungrobby@gmail.com*, willempomantow@gmail.com

Abstrak

Pelatihan Digital Marketing untuk pelaku usaha kecil di GMIM Kharisma Buha, Kecamatan Mapanget, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman teknologi pemasaran di kalangan pengusaha lokal. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa banyak pelaku usaha kecil belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal setelah pandemi COVID-19. Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada penggunaan media sosial seperti Instagram dan Google Maps untuk mempromosikan produk mereka. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan keterampilan digital yang signifikan, memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Program ini diharapkan terus berlanjut untuk mendukung pengembangan UMKM di daerah tersebut.

Kata Kunci: Digital Marketing, Pelaku Usaha Kecil, UMKM.

Abstract

The Digital Marketing Training for small business actors in GMIM Kharisma Buha, Mapanget District, aims to enhance marketing technology understanding among local entrepreneurs. This study identifies that many small business owners have not maximized their utilization of digital technology following the COVID-19 pandemic. Through this training, participants were introduced to the use of social media platforms like Instagram and Google Maps to promote their products. The training results indicate a significant improvement in digital skills, enabling business actors to enhance their visibility and product sales. This program is expected to continue supporting the development of SMEs in the area..

Keywords: Digital Marketing, Small Business Actors, SMEs.

Pendahuluan

GMIM Kharisma Buha merupakan salah satu gereja di kelurahan Buha yang berada di kecamatan Mapanget, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia. Kelurahan Buha memiliki luas wilayah 1328,8 Ha. Wilayah kelurahan ini berbatasan di Sebelah Utara dengan Desa Kima Atas Sebelah Selatan dengan Kelurahan Kairagi Dua, Sebelah Timur dengan Kelurahan Kairagi II, Sebelah Barat dengan Kelurahan

Sumompo. GMIM Kharisma Buha yang berlokasi di kelurahan Buha, berjarak sekitar 600 meter dari Politeknik Negeri Manado, tepatnya di jalan Raya Politeknik, yang mengarah ke Kelurahan Buha.

Masyarakat khususnya pelaku usaha kecil di GMIM Kharisma Buha umumnya masih belum memahami teknologi terapan. Padahal para pelaku usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Kelurahan Buha Kecamatan Mapanget ini sudah cukup lama melakukan usahanya. Apalagi setelah pandemi covid-19, banyak usaha kecil yang mengalami permasalahan tersendiri terkait virus yang merajalela tersebut (Rachmadi, 2020);(Das, 2018);(Low et al., 2020). Salah satu kendala yang dialami adalah pembeli atau konsumen menginginkan produk yang akan dibeli bisa dicari melalui internet di rumah (Tariq et al., 2022). Ada beberapa cara yang dilakukan oleh para pelaku usaha kecil ini antara lain menawarkan produknya melalui media sosial (facebook, Instagram, dan lain-lain), namun belum memiliki merek serta konten yang menarik dalam memasarkan produknya (Pektas & Hassan, 2020);(Supendi & Winarko, 2023);(Low et al., 2020).

Dari permasalahan yang ada, maka tergeraklah hati untuk membantu dalam meningkatkan keterampilan kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Kelurahan Buha kecamatan Mapanget. Bantuan tersebut berupa pengaplikasian teknologi dalam bidang ilmu manajemen pemasaran yaitu: Digital Marketing. Dengan pelatihan Digital Marketing, maka diharapkan bisa meningkatkan penjualan produk usahanya yang bisa dilakukan di rumah dan modal yang diperlukan juga tidak terlalu besar.

Adanya pihak yang bisa memberikan pengetahuan tentang Digital Marketing bagi pengembangan usaha sangat mereka harapkan (Tariq et al., 2022);(Pektas & Hassan, 2020). Oleh karena itu, dengan adanya pengabdian berupa pelatihan Digital Marketing yang dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Politeknik Negeri Manado, kiranya bisa memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang manajemen pemasaran (dalam hal ini Digital Marketing) dan bisa meningkatkan usahanya menjadi lebih berkembang serta maju.

Penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dalam memberikan pelatihan digital marketing berbasis media sosial, khususnya Instagram dan Google Maps, kepada pelaku usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha yang sebelumnya belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pemasaran produk mereka. Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam menggunakan strategi pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka pasca-pandemi COVID-19. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan digital pelaku usaha kecil dalam menciptakan konten pemasaran yang menarik, meningkatnya visibilitas produk mereka secara daring, serta

keberlanjutan program pelatihan ini dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut.

Metode Penelitian

Metode pendekatan yang ditawarkan pada mitra pelaku usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Kelurahan Buha kecamatan Mapanget adalah pelatihan Digital Marketing dengan memberikan aplikasi Digital Marketing untuk memasarkan produknya. Setelah melakukan survey lokasi dan bertemu langsung dengan pelaku usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget, kegiatan selanjutnya adalah pelatihan Digital Marketing dengan memasang aplikasi instagram dan google maps untuk memperkenalkan produknya serta pembuatan konten yang menarik, yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha kecil.

Diharapkan setelah adanya pelatihan Digital Marketing, kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget, bisa mempraktekan semua materi dan pelatihan Digital Marketing. Ilmu yang diperoleh menjadi pedoman dalam membuat flyer yang menarik untuk dimuat di media sosial yang ada. Langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget sebagai berikut :

- Survey ulang lokasi, memberi informasi ke kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget tentang pelatihan Digital Marketing.
- Mengadakan sosialisasi (khususnya kepada para pelaku usaha kecil) tentang Digital Marketing, yang bisa dimanfaatkan oleh para pelaku usaha kecil dalam mengembangkan usahanya.

Solusi atas permasalahan yang dihadapi kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget, dari segi sosial budaya adalah budaya gotong-royong / sikap saling bantu antar warga tetap terjalin, dimana jika ada warga yang membuka usaha dapat membagi ilmu Digital Marketing guna meningkatkan usahanya agar lebih berkembang dan maju. Dari segi kehidupan bermasyarakat, dengan adanya pelatihan Digital Marketing, terjadi peningkatan keterampilan kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget

Langkah evaluasi terhadap pelaksanaan program penerapan iptek pada masyarakat di kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget, dimonitoring saat pertama kali diadakan pelatihan Digital Marketing. Setelah mengerti dengan benar cara penggunaannya, maka selanjutnya diberi tanggung jawab penuh pada anggota kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget untuk menggunakan sistem Digital Marketing dalam usahanya. Kelanjutan Program Kemitraan ini adalah mengevaluasi

peningkatan keterampilan kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget dan penerapan sistem pemasaran melalui Digital Marketing yang sudah diberikan.

Kelayakan Perguruan Tinggi

Politeknik Negeri Manado lewat Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) selalu berinovasi dan memberi kesempatan bagi seluruh dosen Politeknik Negeri Manado untuk mengambil bagian pada pelaksanaan penelitian dan pengabdian pada masyarakat. Adapun kinerja Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) untuk satu tahun terakhir adalah mengadakan workshop tentang penelitian dan pengabdian sesuai yang disarankan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan memberi peluang sebesar-besarnya kepada seluruh tenaga pendidik untuk berpartisipasi pada Penelitian dan Pengabdian melalui anggaran DRPM Dikti dan Internal Politeknik Negeri Manado. Dari arahan Kepala Pusat P3M, telah memberi banyak pengalaman kepada Kelompok tenaga pendidik, juga dihasilkan begitu banyak luaran wajib berupa jurnal internasional, jurnal nasional terakreditasi dan produk terapan yang sangat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Tentunya dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi mitra, dalam hal ini kelompok usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha kecamatan Mapanget, diperlukan pengetahuan / kepakaran di bidang teknologi pemasaran berbasis digital, khususnya disesuaikan dengan kebutuhan dalam hal ini mempromosikan usahanya di media sosial dengan menerapkan prinsip-prinsip Digital Marketing (Bian, 2022);(Adiyono et al., 2021);(Ullal et al., 2021). Selain itu keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian ini, mempraktekan teori tentang digital marketing sebagai wujud Project Base Learning (PBL) bidang ilmu Digital Marketing.

Tabel 1. Susunan Tim Pengusul dan Pembagian Tugas

| Nama/ Keanggotaan | Bidang Ilmu/ Kepakaran | Pembagian Tugas |
|---|-----------------------------------|---|
| Dr. Robby Tanod Mamusung,SE.,MM/ Ketua Tim Pengusul | Manajemen Pemasaran | Memimpin tim dalam setiap kegiatan dari survey lokasi, pelatihan, penyusunan laporan pengabdian dan artikel untuk publikasi Koran dan upload di Channel Youtube P3M Polimdo, serta seminar hasil. |
| Willem Gilbert Pomantow,SE.,M.Si/ Anggota Tim Pengusul | Manajemen Pemasaran | Membantu tugas ketua tim pengusul dalam survey lokasi, pengadaan barang (aplikasi Digital Marketing), evaluasi di Lapangan /mitra. |

| | | |
|--|--|--|
| Figio Yuro Poluan Hesti Erika Posuka Glorya Mamusung | Mahasiswa Prodi D-III Manajemen Pemasaran | Membantu tugas ketua tim pengusul dalam survey lokasi, pengadaan barang (aplikasi Digital Marketing), evaluasi di Lapangan /mitra. |
|--|--|--|

Hasil dan Pembahasan

Diawali dengan Surat Keputusan tentang Penugasan nomor 446/PL12/KP/2024 kepada Tim Pengabdian untuk melaksanakan kegiatan Penerapan IPTEK pada Masyarakat dengan judul "Pelatihan Digital Marketing untuk Pelaku Usaha Kecil Jemaat GMIM Kharisma Buha Kecamatan Mapanget". Untuk pelaksanaan di lokasi diselenggarakan pada hari Senin tanggal 16 September 2024 dan sudah terlaksana dengan baik.

Pelatihan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan pelaku usaha kecil secara langsung. Fokus diberikan pada:

- a) Instalasi dan penggunaan aplikasi seperti Instagram dan Google Maps.
- b) Pelatihan pembuatan konten yang menarik, meliputi desain flyer digital dan pengelolaan media sosial.

Langkah Pelaksanaan pelatihan digital marketing adalah sebagai berikut:

1. Survey Lokasi: Mengidentifikasi kebutuhan pelaku usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha.
2. Sosialisasi: Memberikan pemahaman dasar tentang Digital Marketing dan manfaatnya.
3. Pelatihan Praktis:
 - a) Instalasi aplikasi pendukung pemasaran.
 - b) Simulasi pembuatan konten dan strategi pemasaran.
4. Evaluasi dan Monitoring: Mengawasi penerapan materi pelatihan oleh peserta dan memberikan umpan balik untuk perbaikan.

Berikut adalah langkah-langkah untuk membuat akun Instagram untuk pelaku usaha kecil, lengkap dengan penjelasan:

1. Unduh Aplikasi Instagram

- a) Langkah: Unduh aplikasi Instagram dari Google Play Store (untuk Android) atau App Store (untuk iOS).
- b) Penjelasan: Instagram adalah aplikasi berbasis media sosial yang memudahkan pelaku usaha untuk membagikan foto, video, dan cerita tentang produk atau layanan mereka.

Gambar: Tangkapan layar aplikasi Instagram di Play Store atau App Store.

2. Buka Aplikasi dan Pilih "Daftar"

- a) Langkah: Setelah aplikasi terinstal, buka aplikasi dan pilih opsi "**Daftar**".
- b) Penjelasan: Anda dapat mendaftar menggunakan email, nomor telepon, atau akun Facebook.

Gambar: Layar awal Instagram dengan opsi "Daftar".

3. Masukkan Informasi Pendaftaran

- a) Langkah:
 - 1) Masukkan nomor telepon atau email.
 - 2) Pilih nama pengguna (username) yang sesuai dengan nama bisnis Anda.
 - 3) Buat kata sandi yang kuat dan mudah diingat.
- b) Penjelasan: Nama pengguna sebaiknya mencerminkan bisnis Anda agar mudah diingat pelanggan.

Gambar: Formulir pendaftaran Instagram dengan kolom nomor telepon/email, username, dan kata sandi.

4. Tambahkan Foto Profil

- a) Langkah: Pilih gambar yang merepresentasikan bisnis Anda, seperti logo atau produk unggulan.
- b) Penjelasan: Foto profil adalah elemen pertama yang dilihat pelanggan, jadi pastikan menarik dan relevan.

Gambar: Opsi untuk menambahkan foto profil.

5. Isi Informasi Profil Bisnis

- a) Langkah:
 - 1) Buka menu "Edit Profil".
 - 2) Tambahkan nama bisnis, bio singkat, dan link ke kontak atau website Anda (jika ada).
- b) Penjelasan: Bio singkat sebaiknya menjelaskan jenis usaha, produk utama, atau slogan bisnis Anda.

Gambar: Halaman "Edit Profil" dengan kolom bio dan link.

6. Ubah Akun ke Akun Bisnis

- a) Langkah:
 - 1) Masuk ke "**Pengaturan**" > "**Akun**" > "**Beralih ke Akun Profesional**".
 - 2) Pilih kategori bisnis Anda (misalnya, toko online, restoran, dll.).
- b) Penjelasan: Akun bisnis memberikan fitur tambahan seperti analitik dan tombol kontak untuk pelanggan.

Gambar: Opsi untuk beralih ke akun profesional.

7. Mulai Posting Konten

- a) Langkah:
 - 1) Buat postingan pertama Anda dengan gambar produk, caption menarik, dan tagar (#) relevan.
 - 2) Pastikan gambar berkualitas tinggi dan sesuai dengan identitas bisnis Anda.
- b) Penjelasan: Konten berkualitas akan menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kepercayaan mereka.

Gambar: Contoh postingan bisnis di Instagram.

8. Promosikan Akun

- a) Langkah:
 - 1) Bagikan akun Instagram Anda di platform lain (WhatsApp, Facebook, dll.).
 - 2) Undang teman atau pelanggan untuk mengikuti akun Anda.
- b) Penjelasan: Semakin banyak pengikut, semakin besar peluang promosi bisnis Anda.

Gambar: Contoh fitur berbagi profil di Instagram.

Dengan langkah-langkah ini, pelaku usaha kecil dapat memanfaatkan Instagram untuk memasarkan produk, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

Selanjutnya materi pelatihan berikutnya adalah menginstalasi Google Maps. Berikut adalah langkah-langkah lengkap untuk pembuatan Google Maps bagi pelaku usaha kecil:

1. Membuka Google My Business

- a) Buka browser dan akses Google My Business.
- b) Klik tombol "Kelola Sekarang" untuk memulai.
- c) Login dengan akun Google yang akan digunakan untuk mendaftarkan usaha.

2. Menambahkan Informasi Bisnis

- a) Setelah masuk, pilih opsi untuk menambahkan bisnis baru.
- b) Masukkan nama bisnis Anda di kolom yang disediakan.
- c) Pilih kategori bisnis yang sesuai, seperti "Toko Kelontong" atau "Restoran".

3. Memasukkan Alamat Bisnis

- a) Pilih "Ya" jika bisnis Anda memiliki lokasi fisik yang dapat dikunjungi pelanggan.
- b) Masukkan alamat lengkap, termasuk jalan, kelurahan, kota, dan kode pos.
- c) Posisikan pin lokasi di peta agar sesuai dengan lokasi fisik bisnis Anda.

4. Menambahkan Informasi Kontak

- a) Masukkan nomor telepon bisnis yang aktif.
- b) Tambahkan website bisnis (opsional). Jika belum memiliki website, Anda dapat melewati langkah ini.
- c) Klik "Berikutnya".

5. Verifikasi Lokasi Bisnis

- a) Pilih metode verifikasi yang tersedia, biasanya dengan kartu pos yang akan dikirimkan ke alamat bisnis.
- b) Masukkan nama penerima kartu pos untuk memastikan Anda dapat menerima kode verifikasi.
- c) Klik "Kirim" untuk menyelesaikan permintaan verifikasi.

6. Mengelola Profil Bisnis

- a) Setelah verifikasi, login kembali ke Google My Business untuk melengkapi profil bisnis.

b) Tambahkan:

- 1) Foto bisnis (lokasi, produk, atau layanan).
- 2) Jam operasional.
- 3) Deskripsi bisnis (informasi singkat tentang produk atau layanan yang ditawarkan).

7. Memantau dan Mengelola Ulasan

- a) Aktifkan notifikasi untuk ulasan pelanggan di Google Maps.
- b) Tanggapi ulasan pelanggan untuk meningkatkan interaksi dan kredibilitas bisnis.

8. Promosi Profil Google Maps

- a) Bagikan tautan profil Google Maps bisnis ke media sosial atau pelanggan.
- b) Ajak pelanggan untuk memberikan ulasan positif.

Hal-hal yang penting diperhatikan oleh pelaku usaha kecil:

- a) Gunakan foto berkualitas tinggi agar profil terlihat lebih menarik.
- b) Update informasi jika ada perubahan, seperti jam operasional atau alamat.

Langkah-langkah ini sangat membantu pelaku usaha kecil membuat dan memanfaatkan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka.

Tim Pengabdian melakukan evaluasi program pelatihan digital marketing sebagai berikut:

- a) **Monitoring:** Mengamati penerapan strategi Digital Marketing oleh peserta pelatihan selama tiga bulan setelah kegiatan berlangsung.
- b) **Penilaian Keterampilan:** Mengevaluasi kemampuan peserta dalam mengelola media sosial dan membuat konten yang menarik.
- c) **Dampak Ekonomi:** Mengukur peningkatan penjualan dan jangkauan pasar produk usaha kecil di lingkungan GMIM Kharisma Buha.

Acara kegiatan penerapan IPTEK pada Masyarakat oleh Politeknik Negeri Manado merupakan Program kerja dari Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat sempat di liput oleh wartawan dan di publikasikan di media social online. Tim pengabdian juga sempat membuat video yang akan di upload di akun youtube Polimdo.

Kesimpulan

Pelaksanaan Program Penerapan IPTEK pada Masyarakat dari Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Politeknik Negeri Manado tahun 2024, melalui “Pelatihan Digital Marketing untuk Pelaku Usaha Kecil Jemaat GMIM Kharisma Buha Kecamatan Mapanget”, telah dilaksanakan dengan baik pada tanggal 16 September 2024.

BIBLIOGRAFI

- Adiyono, N. G., Rahmat, T. Y., & Anindita, R. (2021). Digital marketing strategies to increase online business sales through social media. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(2), 31–37.
- Bian, B. S. U. M. (2022). The Influence Of Mobile Marketing, Integrated Digital Marketing And Push Digital Marketing On Buying Interest Of Muslim Consumers Instagram Koyu Hijab Followers. *Al-Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 80–94.
- Das, A. (2018). *Application of digital marketing for life success in business*. BPB Publications.
- Low, S., Ullah, F., Shirowzhan, S., Sepasgozar, S. M. E., & Lin Lee, C. (2020). Smart digital marketing capabilities for sustainable property development: A case of Malaysia. *Sustainability*, 12(13), 5402. <https://doi.org/10.3390/su12135402>
- Mamusung, T. Robby, Mandey H.J. Nancy, Langi A.J. Cisca, Kumaat P. Arief dan Longdong Wingston (2021). *Manajemen Merek*. Polimdo Press.
- Mile, Lukman, Sahami, M. Femy, Mulis dan Baruadi, R. S. Alfi. (2018). *Pengemasan, Penyimpanan & Pergudangan: Hasil Olahan Perikanan*. Cetakan ke 1. Penerbit: CV Athra Samudra-Gorontalo.
- Muhamad Stiadi, Didin Herlinudinkhaji, Yunila Dwi Putri Ariyanti, Nindita Erwanti, (2021) Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Bakti Banua* Vol. 2 No. 1, pp. 08-11
- Pektas, S. Y., & Hassan, A. (2020). The effect of digital content marketing on tourists' purchase intention. *Journal of Tourismology*, 6(1), 79–98.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Supendi, V. C., & Winarko, H. B. (2023). The Impact of K-Pop Digital Marketing Communication Strategy on Indonesian Gen Z's Dairy Purchase Intention Behavior. *Conference Proceedings International Conference on Education Innovation and Social Science*, 280–291.
- Sulistiono dan Mumuh Mulyana, (2020) Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor, *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* Vol. 1 No. 2, pp. 87-94
- Tariq, E., Alshurideh, M., Akour, I., & Al-Hawary, S. (2022). The effect of digital marketing capabilities on organizational ambidexterity of the information technology sector. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 401–408.
- Ullal, M. S., Hawaldar, I. T., Soni, R., & Nadeem, M. (2021). The Role of Machine Learning in Digital Marketing. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211050394>

Copyright holder:

Robby Tanod Mamusung, Willem Gilbert Pomantow (2025)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

