

PENINGKATAN POTENSI EKONOMI DIGITAL PEREMPUAN DESA BATUSARI BERSAMA KAMPUS SHOPEE SEMARANG

Khoirul Nissa¹, Gustina Alfa Trisnapradika^{2*}, Sandi Yudha Prayogo³, Muhammad Ivan Khoirur Rizky⁴

¹ Program Studi Akuntansi, Universitas Dian Nuswantoro

^{2,3,4} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Dian Nuswantoro

*e-mail: khoirulnissa44@gmail.com¹, gustina.alfa@dsn.dinus.ac.id², sprayoga82@gmail.com³, ivanriski96@gmail.com⁴

Abstrak

Bagi sebagian pihak, peran ibu rumah tangga sering dipandang sebelah mata karena disebut sebagai peran yang tidak produktif. Padahal, ibu rumah tangga memiliki banyak keterampilan dan kapabilitas dalam pengembangan diri apabila menemukan wadah yang tepat. Desa Batusari memiliki demografi penduduk dengan jumlah populasi yang tinggi yaitu total 35.229 jiwa. Dari total penduduk tersebut, sebanyak 17.625 jiwa adalah perempuan. Hal ini menjadi potensi yang tinggi untuk melakukan berbagai aspek pemberdayaan dan peningkatan kompetensi bagi kaum perempuan khususnya ibu rumah tangga. Para ibu rumah tangga di Desa Batusari memiliki banyak keterampilan dalam memproduksi barang kreativitas maupun produk olahan makanan tetapi terkendala dalam pemasarannya yang masih konvensional. Oleh karena itu, Tim Pengabdian menggandeng mitra Kampus UMKM Shopee Semarang untuk memberikan edukasi dan pelatihan digital marketing yang tepat bagi para ibu rumah tangga di Desa Batusari. Kegiatan diadakan dengan pemaparan materi dilanjutkan dengan praktik optimalisasi pemasaran secara digital di marketplace. Harapannya dengan kegiatan pengabdian ini, para ibu di Desa Batusari dapat meningkatkan potensi ekonomi diri sendiri maupun lingkungan sekitarnya.

Kata kunci: ibu rumah tangga; pemasaran digital; marketplace

Abstract

For some, the role of housewives is often underestimated because it is called an unproductive role. In fact, housewives have many skills and capabilities in self-development if they find the right place. Desa Batusari has a population demographic with a high population of 35,229 people. Of the total population, 17,625 are women. This is also a high potential for carrying out various aspects of empowerment and increasing competence for women, especially housewives. Housewives in Desa Batusari have many skills in producing creative goods and processed food products but are constrained in marketing which is only by word of mouth. Therefore, the Community Service Team collaborated with the Kampus UMKM Shopee Semarang to provide appropriate digital marketing education and training for housewives in Desa Batusari. The activity was held with a presentation of the education followed by the practice of optimizing digital marketing in the marketplace. It is hoped that with this community service activity, housewives in Desa Batusari can increase the economic potential of themselves and their families.

Keywords: housewives; digital marketing; marketplace

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini perkembangan teknologi berperan penting dalam mempercepat proses digitalisasi di berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk di sektor perekonomian. Pesatnya perkembangan teknologi pada dunia digital tentu juga berdampak pada dunia pemasaran, sehingga sebagian besar tren pemasaran telah beralih dari offline ke online [1]. Strategi Pemasaran digital ini lebih prospektif karena memfasilitasi calon pelanggan untuk mengakses informasi produk secara komprehensif dan melakukan transaksi secara online. Pemasaran digital merupakan promosi produk melalui media digital dan platform online [2]. Pemasaran digital menjadi sangat penting di era perkembangan teknologi internet dan era media sosial yang masif dewasa ini [3]. Berbagai aplikasi pemasaran digital, seperti Shopee, telah terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Strategi ini memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan internet dan platform online guna memperluas pasar, mempromosikan produk dengan lebih efisien, serta meningkatkan

interaksi dengan calon pelanggan. Di samping itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk mengelola anggaran pemasaran mereka dengan lebih efektif [4].

Desa Batusari merupakan desa yang berada pada wilayah Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak. Berdasarkan sumber data dari hasil survey Tim Pengabdian pada awal tahun 2024, Desa Batusari memiliki populasi sebesar 35.229 jiwa dengan sebaran jumlah penduduk laki-laki sebanyak 17.604 jiwa dan perempuan sebanyak 17.625 jiwa. Jumlah populasi perempuan yang tinggi ini memberikan potensi pemberdayaan perempuan, terlebih dengan data yang dihimpun oleh Bapak Maghfurin selaku Sekretaris Desa Batusari bahwa ada 2270 perempuan yang tidak bekerja pada rentang usia produktif dan 3964 perempuan yang menjadi ibu rumah tangga.

Melihat kondisi seperti ini, menandakan bahwa banyaknya perempuan yang tidak bekerja dan menjadi ibu rumah tangga. Dalam hal ini, maka pengabdian ini membantu mengembangkan potensi yang dimiliki serta memberikan dampak positif bagi perempuan Desa Batusari. Salah satu cara yang tepat adalah dengan memberdayakan UMKM berbasis Digital. Sebuah fakta menunjukkan tidak semua pelaku UMKM mempunyai keterampilan dan pengetahuan yang cukup memadai untuk mengelola pemasaran digital secara efektif [5]. Pemasaran digital mempunyai peran vital dalam kebutuhan masyarakat era sekarang ini, diantaranya kegiatan promosi [6].

Transisi menuju UMKM berbasis digital memiliki sejumlah tantangan, terutama terkait keterbatasan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai teknologi dan pemasaran digital [7]. UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam pelaksanaannya, dimana salah satu kendalanya adalah keterampilan digital [8]. Untuk membangun UMKM digital yang sukses, diperlukan program sosialisasi dan pendampingan yang intensif serta berkesinambungan. Dalam hal ini, Kampus UMKM Shopee Semarang hadir sebagai mitra strategis, menyediakan pelatihan dan dukungan bagi pelaku UMKM untuk memulai bisnis online. Melalui program ini, UMKM diharapkan mampu memaksimalkan potensi pasar dan memperluas jaringan usaha.

Pengembangan dalam memajukan UMKM melalui pemasaran digital di Desa Batusari memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal dan memperluas jaringan kerja. Selain itu, semangat kewirausahaan dan keberhasilan UMKM dapat menjadi inspirasi bagi generasi muda guna memotivasi mereka untuk mengembangkan usaha mereka sendiri [4]. Dengan demikian, upaya untuk mendorong digitalisasi UMKM bukan hanya tentang adaptasi terhadap teknologi, tetapi juga tentang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberdayakan komunitas lokal agar dapat bersaing di era digital.

2. METODE

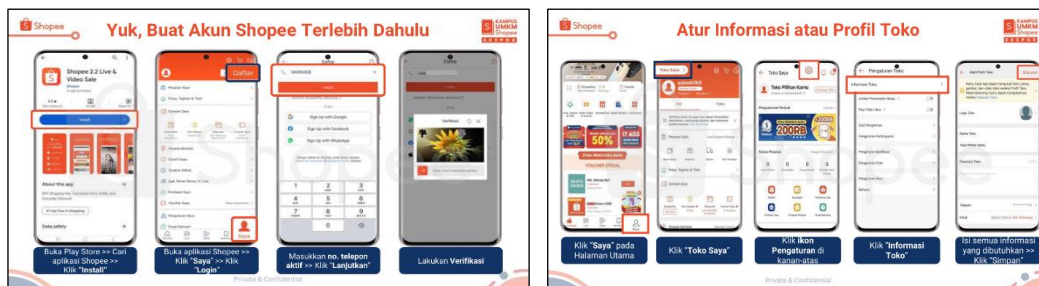
Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Action Research (PAR)* dimana para ibu rumah tangga Desa Batusari yang menjadi aktor perubahan, sedangkan Tim Pengabdian adalah fasilitator yang memberikan edukasi terkait pemasaran digital bersama dengan Kampus UMKM Shopee. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahap seperti pada diagram berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Pemaparan teori dan praktik pelatihan dilakukan karena merupakan pendekatan paling efektif bagi pemberdayaan kaum ibu, sedangkan tahapan lengkapnya yaitu:

- a) **Penentuan Target Audiens:** Desa Batusari dipilih karena demografi populasi ibu rumah tangga yang tinggi, kemudian bersama dengan Tim PPK Ormawa HMTI Universitas Dian Nuswantoro, dibentuklah suatu kelompok yang disebut Sekolah Perempuan Kreatif Batusari (SEKARI) yang memiliki misi pemberdayaan bagi kaum ibu di Desa Batusari
- b) **Survei dan Analisis Potensi:** saat survei, ditemukan fakta bahwa banyak ibu rumah tangga yang memiliki keterampilan membuat produk kreativitas dan makanan olahan yang dijual secara konvensional namun selama ini pemasaran masih terbatas pada tetangga dan kerabat dekat karena menggunakan metode pemasaran konvensional dari mulut ke mulut
- c) **FGD bersama mitra Kampus UMKM Shopee Semarang:** Tim Pengabdian menggandeng mitra Kampus UMKM Shopee Semarang yang memiliki kapabilitas dalam hal *digital marketing*
- d) **Pelaksanaan Kegiatan:** Kegiatan dimulai dengan pretest, edukasi pentingnya peningkatan pemasaran melalui digital yang disampaikan oleh Tim Pengabdian, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan akun Shopee dan praktik optimasi penjualan melalui *marketplace* kemudian ditutup dengan posttest.

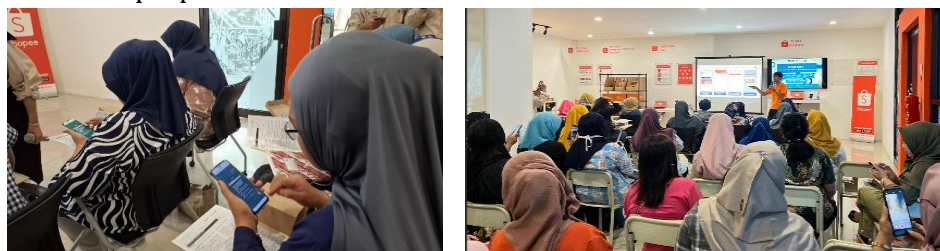


Gambar 2. Materi Presentasi Optimasi Pemasaran Digital

1. **Penyusunan Luaran:** setelah kegiatan selesai, Tim Pengabdian Menyusun luaran berupa video kegiatan, laporan kegiatan dan artikel pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kaum ibu di Desa Batusari sebelumnya telah memiliki kompetensi dan kapabilitas dalam memproduksi barang kreativitas maupun produk olahan makanan, kemudian pelatihan *digital marketing* ini dilakukan untuk menjadi penyempurna kebutuhan tersebut sehingga area pemasarannya tidak terbatas pada tetangga dan kerabat dekat saja. Pelatihan ini diawali dengan pembukaan oleh moderator kemudian dilanjut dengan sesi pretest lalu penyampaian materi edukasi pentingnya peningkatan pemasaran melalui lini digital. Dalam sesi ini, pemateri menjelaskan hal yang perlu dipersiapkan untuk berjualan online seperti mempersiapkan foto, nama produk serta deskripsi produk.



Gambar 3. Pretest dan penyampaian materi

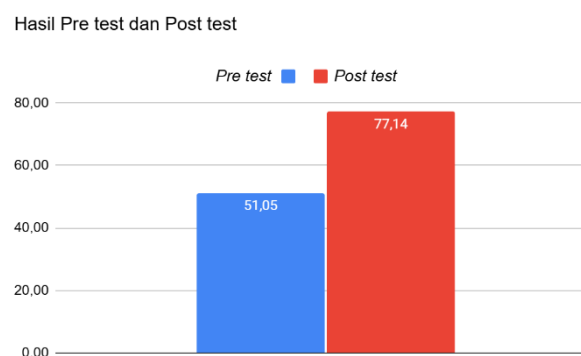
Kegiatan dilanjutkan dengan praktek pembuatan akun toko pada aplikasi shopee. Pada tahap ini, ternyata beberapa akun Shopee para ibu sudah diaktifkan tokonya, dan beberapa lain belum mengaktifkan toko Shopee nya. Untuk ibu ibu yang belum mengaktifkan akun toko tersebut, Tim Pengabdian dan mentor dari Kampus UMKM Shopee Memberikan Pengetahuan tata cara aktivasi toko Shopee kepada peserta, aktivasi yang dilakukan mandiri oleh peserta merupakan upaya agar dapat terjadi *transfer knowledge* oleh peserta kepada warga dan pelaku UMKM pada desa Batarsari.



Gambar 4. Praktek pembuatan akun toko shopee

Setelah melakukan aktivasi toko, kegiatan dilanjutkan dengan edukasi tentang cara optimalisasi pemasaran di toko online, diantaranya dengan menggunakan nama produk yang mudah dicari, menggunakan foto yang menarik dan cara mengaitkan pengiriman ke ekspedisi yang terafiliasi dengan *marketplace*. Akun toko yang telah dibuat dapat diatur secara mandiri melalui informasi toko pada menu profil, di mana informasi toko dapat diperbarui sesuai kebutuhan. Kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan Sharing tips dan trik cara berjualan secara digital pada platform shopee.

Selanjutnya, kegiatan diakhiri dengan post test. Dari hasil pre test dan post test yang telah dikerjakan, terdapat peningkatan sebesar 26,09% terkait pengetahuan ibu-ibu tentang pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung para ibu rumah tangga di Desa Batarsari untuk mengembangkan kompetensinya menjadi usaha yang memiliki area pemasaran yang lebih luas melalui adanya *digital marketing*.



Gambar 5. Diagram hasil pretest dan posttest

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan sebesar 26,09% pada post-test yang dilakukan setelah pelatihan, perhitungan tersebut merupakan bukti dan bentuk keberhasilan dari metode yang digunakan dalam mendukung peningkatan potensi ekonomi ibu rumah tangga Batarsari melalui keterampilan digital.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan di Desa Batarsari, kegiatan ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan pemasaran bagi ibu-ibu rumah tangga Batarsari. Dengan adanya pelatihan ini, peserta tidak hanya belajar mengenai konsep dasar pemasaran digital, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola toko secara online seperti Shopee.

Salah satu manfaat dari pelatihan ini adalah peningkatan penjualan produk yang dimiliki para ibu rumah tangga melalui optimalisasi pemasaran produk, peningkatan efektivitas pengelolaan toko online, hingga pengelolaan deskripsi produk penjualan yang menarik sesuai dengan *trend* pencarian yang ada. Kemampuan ini terbukti menambah peluang ibu rumah tangga Batusari untuk memperluas jangkauan pasar produknya.

4. KESIMPULAN

Berdasar hasil pelatihan dalam pembuatan akun toko pada aplikasi shopee, dapat disimpulkan bahwa kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital bagi para ibu di Desa Batusari berjalan dengan baik dan lancar. Harapannya, pelatihan Pemasaran Digital ini dapat membantu meningkatkan kemampuan pemasaran produk UMKM warga Desa Batusari dengan memperluas jangkauan pasar mereka dan membawa dampak positif terhadap perekonomian desa secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Tirtoni and D. Susanto, "Pemberdayaan Masyarakat UMKM Pemberdayaan Masyarakat UMKM Desa Katerungan Melalui Workshop Pelatihan Branding Produk dan Digital Marketing: Pelatihan Branding Produk dan Digital Marketing," *J. Abadimas Adi Buana*, vol. 7, no. 02, pp. 163–168, 2024.
- [2] A. U. Syukri and A. N. Sunrawali, "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah," *KINERJA J. Ekon. Dan Manaj.*, vol. 19, no. 1, pp. 170–182, 2022.
- [3] E. Zusrony *et al.*, "Peningkatan Kompetensi Technopreneurship Siswa-Siswi SMKT Al-Huda Petak Kabupaten Semarang Melalui Pelatihan Digital Marketing," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Nusant.*, vol. 4, no. 1, pp. 49–55, 2023.
- [4] D. Kumalasari, "Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Penghasilan Melalui Digital marketing di Dusun Karangnongko Desa Sumberagung Kecamatan Plosoklaten Kediri," *Solidar. J. Pengabdi.*, vol. 2, no. 2, pp. 189–198, 2022.
- [5] D. A. Maharani and R. R. Hasibuan, "Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada UMKM di Desa Sumbang Purwokerto Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Jangkauan Pasar," *Abdi Makarti*, vol. 3, no. 2, pp. 130–141, 2024.
- [6] E. Zusrony *et al.*, "Pelatihan Pemasaran Digital dalam Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *ADMA J. Pengabdi. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–8, 2024.
- [7] A. Ambarwari, D. K. Widyawati, and E. Yuniarti, "Pendampingan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Dalam Upaya Peningkatan Efisiensi Penjualan di Era Transisi Menuju Endemi Covid-19," *J. Pengabdi. Nas.*, vol. 3, no. 2, pp. 109–117, 2022.
- [8] T. Tohiroh *et al.*, "Sosialisasi Manajemen Pemasaran Berbasis Online Untuk Pelaku UMKM Di Kelurahan Jombang Kecamatan Cputat Tangerang Selatan," *SAFARI J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 54–63, 2021.