

# PKM Pemberdayaan Digital Marketing Pada Usaha Kreatif Brownis Al-Baroroh Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru

Prily Fitria Aziz<sup>1</sup>, Sanjaya Pinem<sup>2</sup>, Zalzulifa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Negeri Media Kreatif

Jl. Srengseng Sawah No.5, RW.12, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

E-mail: prilyfa@polimedia.ac.id<sup>1</sup>, pinemsanjaya@gmail.com<sup>2</sup>, zalzulifa@gmail.com<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Era Pandemi covid-19 mendorong para pengusaha termasuk juga industri rumah tangga mengadopsi era kebiasaan baru. IRT Al-baroroh dengan fokus usaha brownies cokelat juga terdampak covid-19 terutama pada bidang pemasaran. Pelatihan ini diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan akan *digital marketing* yang dapat digunakan sebagai salah satu cara dalam meningkatkan pemasaran pada era pandemi covid-19. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode partisipatif, dimana pengabdian dan mitra sama-sama ikut serta dari awal sampai akhir. Tahapan pelaksanaan dimulai dari 1). Pembimbingan *e-commerce*, 2). Program pelatihan foto produk, 3). Program pelatihan SEO dan terakhir 4). Evaluasi Penelitian. Hasil dari pelatihan ini mitra mampu menguasai penggunaan *e-commerce* dan juga memaksimalkan pengambilan foto untuk produk dengan aplikasi dan penggunaan Google *MyBusiness* sebagai pengenalan produk mitra pada mesin pencari.

**Kata kunci :** *e-commerce*, digital marketing, metode partisipatif

## ABSTRACT

Covid-19 encourages entrepreneurs, including household industries, to adopt a new era of habits. Al-baroroh, focusing on the chocolate brownie business, is also affected by covid-19, especially in marketing. This Community Service is needed to increase knowledge of digital marketing that can improve marketing in the era of the covid-19 pandemic. The method used in this community service is the participatory method, in which the service and partner both participate from start to finish. The implementation phase starts from 1). *E-commerce* guidance, 2). Product photo training program, 3). The SEO training program, and lastly 4). Evaluation of research. As a result of this training, partners can master *e-commerce* and maximize photo capture for products with applications and the use of Google *MyBusiness* as the introduction of partner products on search engines.

**Keyword :** *e-commerce*, digital marketing, participatory method

## 1. PENDAHULUAN

Gelombang kedua Covid-19 di Indonesia semakin mengganas yang disebabkan oleh banyaknya pasien positif

mengidap covid-19 varian delta (Ngrah Diksa, 2021). Dengan kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang terjadi terutama di Pulau Jawa dan Bali mengakibatkan

usaha-usaha pada sektor non-esensial mendapatkan efek yang cukup signifikan, mulai dari segi pendapatan dan pemasaran (Mahbubah & Putri, 2021; Nuraeny et al., 2021).

Peningkatan pemakaian *e-commerce* mengalami tren peningkatan selama pada tahun pandemi covid-19, mulai dari tahun 2020 (Orinaldi, 2020). Hal ini disebabkan karena pembatasan pergerakan oleh pemerintah yang membuat kegiatan masyarakat sangat terbatas. Mitra dalam hal ini Brownies Al-Baroroh, sudah berupaya untuk menerapkan *e-commerce* meskipun belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari penggunaan teknologi informasi masih sebatas menggunakan media Whatsapp sebagai media komunikasi. Disamping coverage (cakupan) dari produk yang dijual sangat terbatas karena hanya mengandalkan status (*story*) Whatsapp sebagai media marketing kepada calon pembeli, dari sisi laporan juga tidak memungkinkan secara otomatis untuk dibentuk kedalam laporan penjualan.

Mengingat pesatnya perkembangan *e-commerce* saat ini, apalagi pada era industrial 4.0 ditambah dengan pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat seminimal mungkin untuk melakukan pertemuan jual beli (Rangkuty, 2021). Oleh karena itu, pengabdian ini mengusulkan pelatihan, penyuluhan, pembimbingan dan pelatihan.

## 2. PERMASALAHAN

Permasalahan yang ditemukan pada mitra dikumpulkan dari wawancara langsung kepada mitra Brownis Al-Baroroh. Dari hasil wawancara disimpulkan bahwa ada beberapa masalah utama yang dihadapi oleh mitra, antara lain sebagai berikut:

### Permasalahan media pemasaran untuk pemesanan produk

Dari tahun awal mitra membuka membuka Industri Rumah Tangga (IRT), mitra hanya berfokus kepada kualitas kue yang ingin dijual kepada pelanggan, sehingga faktor pemasaran dikesampingkan. Hal itu menyebabkan pemasaran kurang optimal. Hal itu dapat dilihat dari pesanan yang diterima oleh mitra berasal dari orang-orang terdekat dengan mitra saja (Samsiana et al., 2020).

Berikut bentuk contoh pemesanan dari pelanggan dengan menggunakan *whatsapp message*.



Gambar 1 Pemesanan dari pelanggan

### Permasalahan media pemasaran untuk pengenalan produk

Mitra mengenalkan produk kepada orang-orang yang mempunyai potensi untuk membeli produk yang dibuat dengan cara memberikan foto menu yang dibuat sedemikian rupa. Tetapi, produk yang difoto hanya menggunakan keahlian yang seadanya, sehingga produk tersebut kurang optimal di mata pelanggan.

Penggunaan foto produk yang optimal akan memberikan kesan positif kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan

cenderung membeli produk yang ditampilkan (Nurlaily et al., 2021).



Gambar 2 Foto Produk dari Mitra

### Permasalahan media pemasaran untuk pencarian produk

Dikarenakan Brownis Al-Baroroh masih menggunakan media Whatsapp saja untuk memasarkan produknya, maka ketika mencari produk atau tempat mitra tersebut pada mesin pencari dari salah satu *e-commerce* atau mesin pencari google, maka yang ditampilkan adalah hasil yang kurang relevan yang tidak ada kaitan dengan Brownis Al-Baroroh.

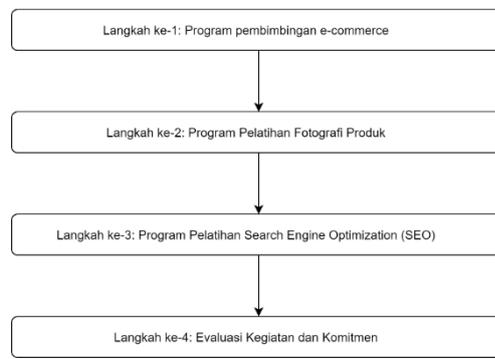


Gambar 3 Google Mybusiness Mitra

Informasi mengenai mitra juga sangat terbatas apabila dilihat dari Gambar 3 diatas. Dengan memasukkan informasi yang tidak lengkap akan membuat pelanggan yang mencari mitra di Google Map akan kebingungan.

### 3. METODOLOGI

Metode pelaksanaan yang dipakai dalam pengabdian ini menggunakan metode partisipatif. Metode partisipatif merupakan metode penyuluhan yang terdiri dari pembimbingan dan pelatihan yang dilakukan oleh pengabdian bersama mitra yang ikut serta dalam proses awal hingga akhir (Goraph & Sengi, 2020; Hadita et al., 2021). Langkah-langkah yang dilakukan selama proses pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 4 Langkah dan Solusi

Adapun kegiatan secara rinci dapat dideskripsikan sebagai berikut:

#### Program pembimbingan *e-commerce*

Sistem *e-commerce* yang dibangun dengan menggunakan *Woocommerce* yang mempunyai kelebihan dari sisi modifikasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan mitra dan pelanggan (Abdullah et al., 2021). Tahapan yang dilakukan pada proses ini adalah sebagai berikut:

- a. Penyuluh melakukan pengenalan *e-commerce* dengan lisan dan presentasi, kelebihannya dan studi kasus yang sudah dilakukan, sehingga mitra mengerti dan mau berkomitmen untuk menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasaran.
- b. Penyuluh melakukan pembimbingan konfigurasi sederhana pada *e-commerce* yang sudah dibuat, mulai dari memasukkan produk, mengisi stok produk dan konfigurasi pembayaran dari pelanggan. Pembimbingan ini dilakukan

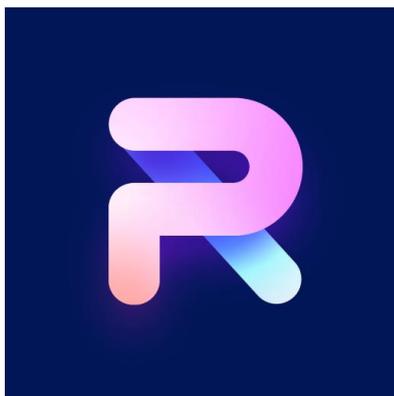
secara presentasi sekaligus lokakarya dan di akhir acara akan dilakukan diskusi intensif.

- c. Langkah aktifitas penambahan, perubahan dan perbaikan (*maintenance*) sistem *e-commerce* yang sudah dibangun, aktifitas ini dilakukan untuk menambah dan membimbing mitra dalam melakukan penambahan konten, perubahan tampilan dan perbaikan sistem *e-commerce*.

### Program Pelatihan Fotografi Produk

Foto produk adalah salah satu aspek yang tidak dapat ditinggalkan ketika memasarkan suatu produk. Tahapan yang dilakukan pada aktifitas ini adalah sebagai berikut:

- a. Penyuluh melakukan pelatihan teknik dasar fotografi untuk foto produk. pada pelatihan ini akan digunakan aplikasi Photoroom yang cocok diterapkan untuk pengambilan foto produk.
- b. Pada pelatihan ini, mitra akan dilatih bagaimana penggunaan penggunaan aksesoris dalam foto produk. Penggunaan aksesoris yang relevan dengan produk akan menambah nilai dari sebuah produk jika berada dalam satu frame (tangkapan).
- c. Pada tahapan pelatihan ini juga mitra akan diberi trik mengubah foto biasa menjadi foto produk yang maksimal.



Gambar 5 Logo Aplikasi PhotoRoom

### Program Pelatihan Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization merupakan salah satu aspek yang paling

penting dalam mesin pencari, pada pengabdian ini difokuskan mesin pencari Google. Tahapan yang dilakukan pada aktifitas ini adalah sebagai berikut:

- a. Pada pelatihan ini pengabdian melakukan pembimbingan Google Mybusiness terutama untuk konfigurasi jam, waktu layanan.
- b. Pada tahapan ini mitra akan dilatih juga untuk memilih kata kunci yang tepat sebagai judul produk *e-commerce*.
- c. Mitra juga dilatih untuk melakukan riset sederhana dalam penentuan kata kunci yang relevan dengan produk

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

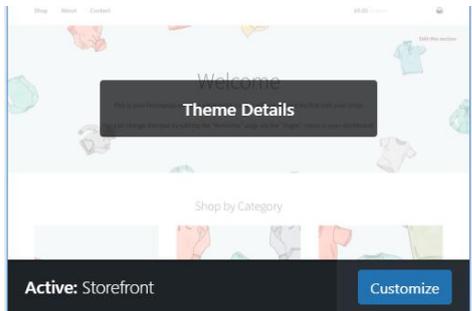
Solusi dari permasalahan utama mitra selanjutnya akan dilaksanakan dalam bentuk pengabdian. Adapun tahapan dan solusi yang dilaksanakan dapat dideskripsikan sebagai berikut:

### Pembimbingan *e-commerce*

Pembimbingan *e-commerce* dimulai dari pembangunan sebuah website yang berbasis *wordpress* dengan bantuan *woocommerce*. Berikut langkah-langkah kegiatan yang dihasilkan pada tahapan ini, yang dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Pembelian nama mitra dalam domain yaitu *al-baroroh.online*. Domain ini mempunyai masa aktif selama satu (1) tahun yang disertai dengan sertifikat HTTPS untuk melindungi website yang dibangun dari serangan luar.
- b. Pemesanan hosting sebagai wadah domain yang sudah dibeli, penyedia layanan yang dipilih adalah Domainsia, yang memberikan layanan *support* kurang dari 5 menit, hal ini akan menunjang penjualan produk mitra. Dengan tim *support* yang responsif, akan membuat mitra terbantu apabila mengalami kendala.
- c. Menginstal *wordpress* lengkap dengan *woocommerce* dan beserta *plugin*.
- d. Template yang dipakai pada *woocommerce* adalah template standar

dari *woocommerce* yaitu storefront dengan modifikasi secukupnya.



Gambar 6 Template Storefront

- e. Pelatihan mitra untuk mengolah aplikasi *e-commerce* yang sudah dibuat, termasuk mengubah nama toko, konfigurasi *layout e-commerce*.
- f. Melatih mitra untuk membuat kustomisasi *e-commerce* dengan memberikan buku panduan.



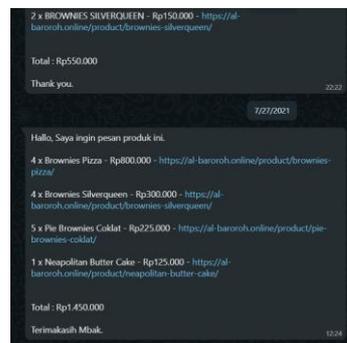
Pie Brownies Coklat  
Rp45000



Neapolitan Butter Cake  
Rp125000

Gambar 7 Produk yang Sudah di Unggah

- g. Pelatihan bagaimana memasukkan konten produk yang akan dijual, termasuk membuat deskripsi produk, membuat harga, diskon, dan konfigurasi whatsapp pada keranjang belanja (cart). Dan setelah mitra sudah cukup menguasai, selanjutnya mitra memeberikan demo kepada pengabdi tentang hasil yang sudah didapatkan pada pelatihan tahap pertama ini.



Gambar 8 Konfigurasi Pemesanan ke Whatsapp

### Pelatihan Fotografi Produk

Kegiatan yang dihasilkan pada tahapan ini adalah melatih mitra untuk dapat menggunakan aplikasi PhotoRoom. Aplikasi PhotoRoom adalah aplikasi yang menggunakan kecerdasan buatan untuk mengubah foto terutama pada *background* menjadi gambar yang dapat di modifikasi hanya dengan beberapa klik. Kegiatan pada tahap ini dapat ditemukan seperti dibawah ini:

- a. Persiapan penggunaan aplikasi dengan mengunduh di playstore.
- b. Membuat akun pribadi mitra untuk dapat masuk dan memakai aplikasi PhotoRoom.
- c. Melakukan percontohan pengambilan foto dengan foto produk mitra sendiri sebelum melatih mitra.
- d. Memberikan pelatihan kepada mitra dengan bantuan disetiap tahapnya.
- e. Mengevaluasi hasil pelatihan mitra tanpa bantuan dari pengabdi.

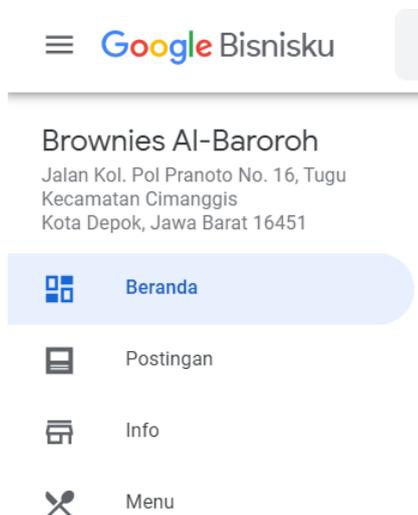


Gambar 9 Pelatihan Foto Produk

## Pelatihan *Search Engine Optimization* (SEO)

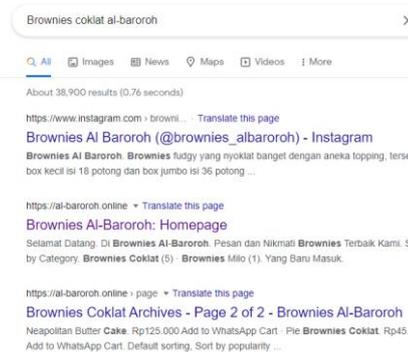
Pada tahapan ini mitra akan dilatih untuk membuat Google Mybusiness dengan data yang lebih lengkap dan terbaru. Selanjutnya mitra juga akan dilatih untuk menggunakan kata kunci pada judul produk lebih menarik dan fokus pada target pelanggan mitra (Puspita et al., 2020). Adapun kegiatan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- Menginstal aplikasi Google Mybusiness pada *smartphone* mitra untuk manajemen lebih baik.
- Melatih mitra untuk memverifikasi entitas mitra di Google Maps.
- Menerapkan pelatihan teknik-teknik menaikkan exposure entitas pada mitra, serta memberikan buku panduan.
- Melatih mitra untuk menentukan riset kata kunci yang dipakai dalam menentukan judul penjualan produk.



Gambar 10 Google Mybusiness

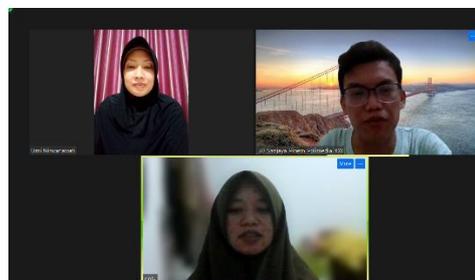
- Melatih mitra untuk menganalisis dampak penggunaan judul dan kata kunci pada judul produk.



Gambar 11 Kata Kunci Pada Google Pencarian

## Evaluasi Kegiatan dan Komitmen

Tahapan ini merupakan tahapan paling akhir pada pengabdian ini. Setelah semua kegiatan dievaluasi dengan diskusi setelah selesai pelatihan dan pengabdian, dan satu (1) bulan setelah pengabdian selesai dilakukan, sehingga terlihat apakah mitra menjalankan komitmen selama pelatihan ataupun setelah pelatihan berlalu.



Gambar 12 FGD dengan Pemilik Mitra

Mitra juga akan ditanya mengenai langsung dampak atas pelatihan yang sudah dilakukan. Dan selanjutnya pengabdian akan mengevaluasi seluruh kegiatan dengan indikator yang relevan pada penelitian. Hasil evaluasi pada pengabdian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Evaluasi pada Mitra

No	Kegiatan	Indikator	Penilaian
1	Pembimbingan <i>e-commerce</i>	a. Kemampuan mitra dalam menggunakan <i>e-commerce</i> . b. Kemampuan mitra dalam melakukan konfigurasi produk, stok, harga, dan diskon.	80
2	Pelatihan Fotografi Produk	a. Kemampuan mitra mengoperasikan aplikasi PhotoRoom b. Kemampuan mitra dalam mengubah foto dalam aplikasi Photoroom secara virtual c. Kemampuan mitra dalam memberikan inovasi pada foto dengan menggunakan kecerdasan buatan	85
3	Pelatihan Search Engine Optimizati on (SEO)	a. Kemampuan mitra dalam memperbanyak kata kunci yang relevan terhadap satu produk b. Kemampuan mitra untuk mengubah informasi yang lengkap di Google Mybusiness c. Kemampuan mitra untuk melakukan riset sederhana dalam menentukan kata kunci produk.	75

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan pada mitra Brownies Al-Baroroh menghasilkan *e-commerce* yang keranjang belanja (*cart*) langsung terintegrasi kedalam whatsapp. Selain membantu mitra untuk meningkatkan marketing pada produk yang dijual, juga memudahkan mitra untuk mengatur pesanan karena berada pada satu aplikasi.

Hasil lainnya yang didapat pada pengabdian ini adalah mitra dapat memanfaatkan Google Mybusiness untuk meningkatkan nilai jual produk pada mesin pencari, dan aplikasi PhotoRoom untuk mengubah foto yang biasa menjadi

maksimal dan layak untuk dibuat menjadi foto produk karena kemampuan kecerdasan dari aplikasi tersebut. Dari hasil evaluasi setelah diberikan waktu selama satu (1) bulan untuk penerapan tanpa dibantu pengabdian, ditemukan bahwa kemampuan mitra untuk mengolah dan mengoperasikan *e-commerce* dan teknik marketing yang diberikan selama pelatihan diserap dengan baik oleh mitra.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada P3M Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah mendanai pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada mitra yaitu Brownies Al-baroroh memberikan waktunya menjadi objek pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Fauzan, G. A., & Prasetyo, R. W. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE E-COMMERCE DENGAN WOOCOMMERCE. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(April), 121–133. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v5i1.1686>
- Goraph, F. A., & Sengi, E. (2020). PKM Metode Partisipatif Dalam Penyusunan Peraturan Desa Di Desa Pitu Kecamatan Tobelo Tengah Kabupaten Halmahera Utara Provinsi Maluku Utara. *Dharmakarya*, 9(2). <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i2.23774>
- Hadita, A., Yusuf, R., & Darmawan, E. D. (2021). METODE PARTISIPATIF PADA PELATIHAN FINANCIAL LIFE SKILLS UNTUK MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN PENGAJAR TRIDAYA GROUP BANDUNG. *Sebatik*, 25(1). <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1266>
- Mahbubah, I., & Putri, S. Y. (2021). DAMPAK PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN SAAT PANDEMI COVID-19 PADA PENINGKATAN

- PENJUALAN BISNIS E-COMMERCE DI KABUPATEN SUMENEP. *Behavioral Accounting Journal*, 4(1), 239–248.  
<https://doi.org/10.33005/baj.v4i1.119>
- Ngurah Diksa, I. G. B. (2021). Peramalan Gelombang Covid 19 Menggunakan Hybrid Nonlinear Regression Logistic – Double Exponential Smoothing di Indonesia dan Prancis. *Jambura Journal of Mathematics*, 3(1), 37–51.  
<https://doi.org/10.34312/jjom.v3i1.7771>
- Nuraeny, R., Azizah, S. N., & Salam, A. N. (2021). Pengaruh Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat (Ppkm) Pengaruh Terhadap Ketahanan Keluarga Pedagang Di Kebumen. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi: P-ISSN: 2723 - 6609*, 2(9), 5–48.
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356.
- Orinaldi, M. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 4(2), 36.  
<https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i2.594>
- Puspita, Y., Novarisa, G., & Elian, N. (2020). PENINGKATAN PROMOSI DAN PENGELOLA OBJEK WISATA MELALUI PELATIHAN GMB (GOOGLE MY BUSINESS) DI KAMPUNG WISATA SANJAI BUKITTINGGI. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 3(3), 239–249.  
<https://doi.org/10.25077/jhi.v3i3.430>
- Rangkuty, D. M. (2021). PROSIDING Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 01(01), 251–260.  
<https://journal.unusia.ac.id/index.php/Conferenceunusia/article/view/205>
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62.  
<https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>