

## Pemberdayaan Masyarakat melalui Pemanfaatan Gawai untuk Pemasaran Usaha di Era Digital Marketing di RW.01 Kelurahan Babakan Ciparay Kecamatan Babakan Ciparay Kota Bandung

Dian Ekawati✉

Manajemen Pelayanan Rumah Sakit, Institut Kesehatan Immanuel Bandung, Indonesia, 40234

E-mail : [dianekawati309@gmail.com](mailto:dianekawati309@gmail.com)✉

### Info Artikel:

Diterima : 3 Mei 2023

Diperbaiki : 24 Mei 2023

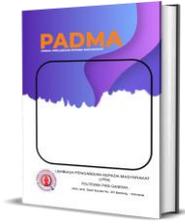
Disetujui : 29 Mei 2023

**Keywords:** Utilization of Gadgets, Business Marketing, Digital Marketing Era

**Kata Kunci :** Pemanfaatan Gadget, Pemasaran Usaha, Era Digital Marketing

**Abstract:** Currently, at least 80% of consumers use the internet, through digital marketing business owners can reach their target consumers who spend on average when they are looking for information via the internet, through digital marketing, can reach more targeted audiences. In addition, it can generate leads (prospects) and achieve an increase in conversions (sales) of up to 24%. Digital marketing 'paves' the way for marketing efforts that will yield profitable results. Digital marketing can help business owners, not only generate new generations and consumers, but also help save entrepreneurs expenses. Digital marketing offers a real-time consumer or customer response mechanism, which will have a major impact on business success.

**Abstrak :** Saat ini, setidaknya 80% konsumen menggunakan internet, melalui pemasaran digital pemilik usaha dapat mencapai target konsumen mereka yang rata-rata menghabiskan waktu mereka mencari informasi melalui internet, melalui digital marketing, dapat menjangkau lebih banyak khalayak yang ditargetkan. Selain itu, dapat menghasilkan lead (prospek) dan mencapai peningkatan konversi (penjualan) sampai 24%. Pemasaran digital 'membuka' jalan upaya pemasaran yang akan membuahkan hasil yang menguntungkan. Pemasaran digital dapat membantu pemilik usaha, tidak hanya menghasilkan generasi dan konsumen baru, namun juga membantu menghemat pengeluaran pengusaha. Pemasaran digital menawarkan adanya mekanisme respon



*konsumen atau pelanggan yang real-time, yang akan memberikan dampak besar pada keberhasilan usaha.*

## **Pendahuluan**

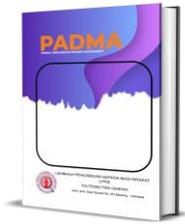
Kecamatan Babakan Ciparay adalah satu kecamatan dari 30 (tiga puluh) kecamatan di wilayah Kota Bandung, dengan luas wilayah 512,99 Ha. Kecamatan Babakan Ciparay berada di  $\pm$  700 meter dpl (di atas permukaan laut). Secara geografis Kecamatan Babakan Ciparay berbatasan dengan :

1. Bagian Utara : Kecamatan Astanaanyar
2. Bagian Selatan : Kab. Bandung
3. Bagian Timur : Kecamatan Bojongloa Kaler
4. Bagian Barat : Kecamatan Bandung Kulon

Menurut administrasi pembangunan, Kecamatan Babakan Ciparay ini terdiri atas 6 (enam) kelurahan, yaitu :

1. Kelurahan Margasuka
2. Kelurahan Cirangrang
3. Kelurahan Margahayu Utara
4. Kelurahan Babakan Ciparay
5. Kelurahan Babakan
6. Kelurahan Sukahaji

Kelurahan Babakan Ciparay berada dibawah binaan Puskesmas Caringin, mempunyai 9 RW dan 57 RT, untuk luas wilayah Kelurahan Babakan Ciparay adalah 138,18 Ha, , dan khusus untuk RW.01 yang menjadi tempat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah seluas 4 Ha. Di RW.01 ini jumlah penduduknya berjumlah 1.642 orang, sebanyak 1.312 orang atau 80% berprofesi sebagai buruh swasta, PNS, tukang batu dan kayu, peternak, supir, pengemudi beca, TNI dan Polri, dan sebanyak 330 orang atau 20% berprofesi sebagai pengrajin, pedagang, penjahit dan pengusaha. Berdasarkan hal ini maka diadakanlah kegiatan pengabdian masyarakat di RW.01 ini guna memberikan pengetahuan kepada masyarakat yang memiliki usaha (pengrajin, pedagang, penjahit dan pengusaha) untuk dapat memanfaatkan gawai yang dimilikinya untuk memasarkan usahanya

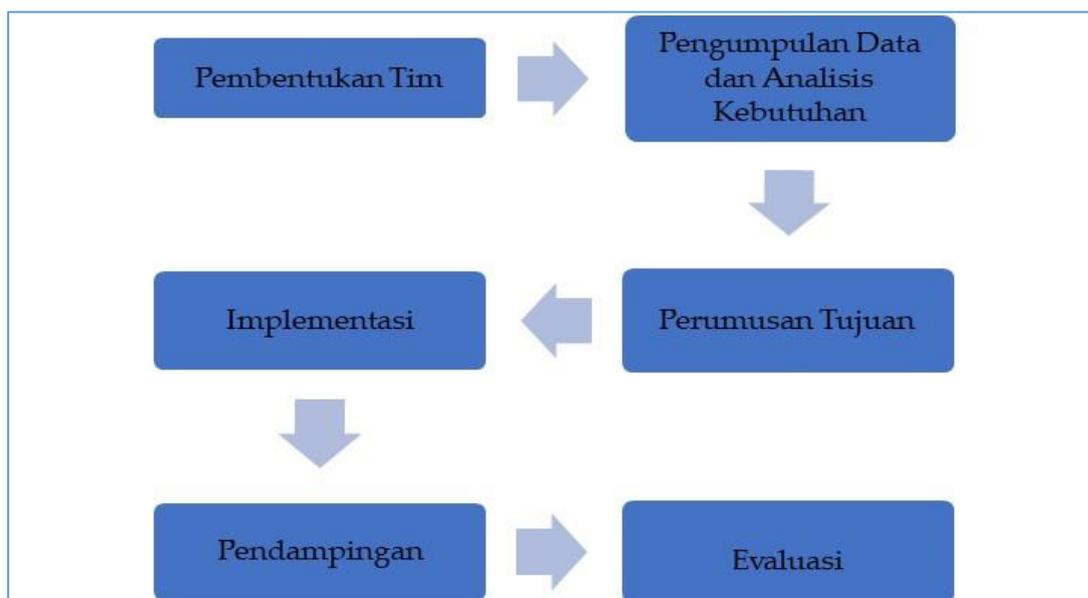


terkait sudah masuknya kita ke dalam era digital marketing untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan penjualan.

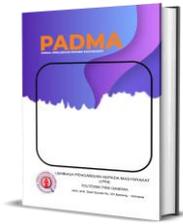
## Metode

Kegiatan dimulai dari pengambilan data awal kepada masyarakat yang memiliki usaha, dengan pengisian angket berisi pertanyaan apakah mereka membutuhkan pelatihan untuk memasarkan usaha secara digital, dan hasilnya dari 330 orang pemilik usaha, dapat dikumpulkan data 90 orang yang menyatakan memerlukan pelatihan pemasaran usaha secara digital. Sasaran pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat yang memiliki kegiatan usaha seperti pengrajin, pedagang dan penjahit. Pelatihan dilaksanakan di Aula Kantor RW.01 Kelurahan Babakan Ciparay. Metode yang digunakan adalah penyuluhan dan langsung praktik menggunakan gawai nya untuk memulai pemasaran usaha secara digital. Pada tahap implementasi selain dipaparkan materi tentang pemanfaatan gawai untuk pemasaran usaha, juga dibuatkan video mengenai pemanfaatan gawai untuk pemasaran usaha, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi.

Tahapan Pengabdian Masyarakat diantaranya : Pembentukan Tim; Pengumpulan Data dan Analisis Kebutuhan; Perumusan Tujuan; Implementasi; Pendampingan; dan Evaluasi, seperti yang terlihat pada gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. Tahapan Pengabdian Masyarakat



## Hasil dan Pembahasan

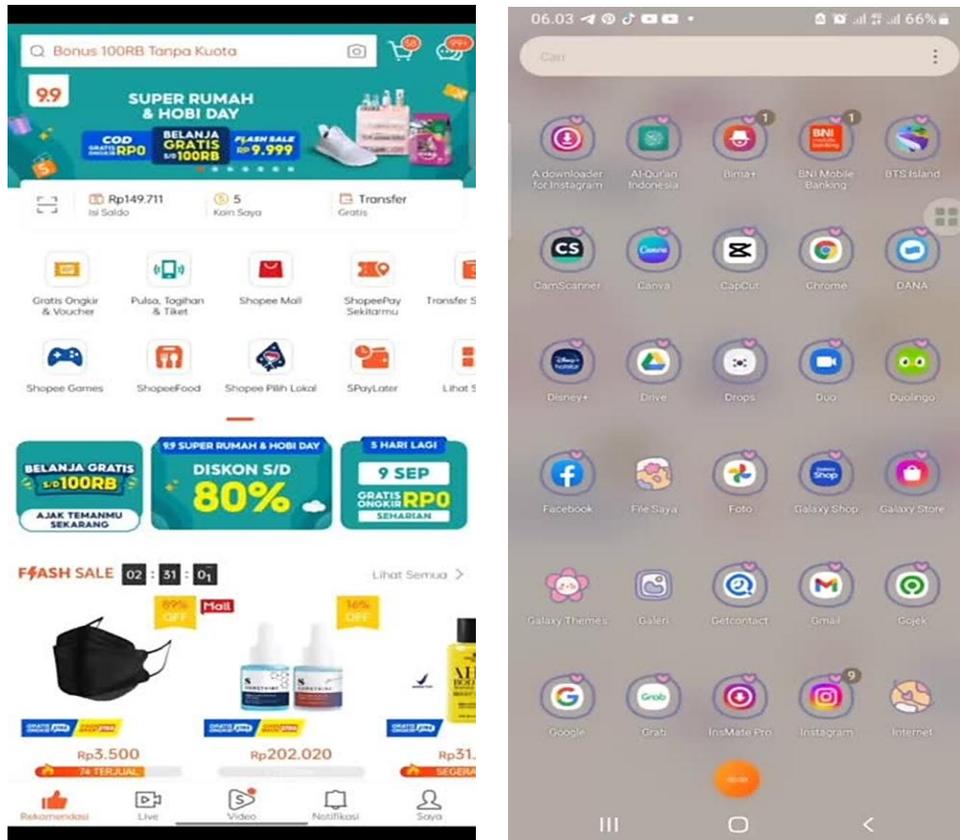
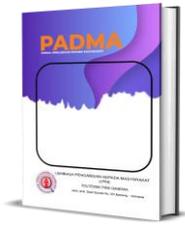
Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat di RW.01 Kelurahan Babakan Ciparay, telah dilaksanakan penyuluhan Pemanfaatan Gawai untuk Pemasaran Usaha di Era Digital Marketing, praktik langsung di gawai masing-masing penghadir dan pendampingan berupa pemantauan hasil promosi di media promosi yang telah dibuat.



Gambar 2. Materi Pengabdian Masyarakat



Gambar 3. Video Petunjuk Pemakaian Gawai untuk Pemasaran Usaha



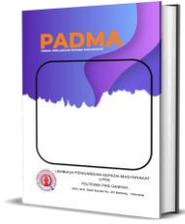
Gambar 4. Video Petunjuk Pemakaian Gawai untuk Pemasaran Usaha melalui Aplikasi *Shopee* dan *Marketplace Facebook*

## Kesimpulan

Setelah dilaksanakannya penyuluhan dan praktik langsung pemanfaatan gawai untuk pemasaran usaha menggunakan aplikasi *Shopee* dan *Marketplace Facebook* diharapkan produk yang dibuat oleh masyarakat di RW.01 Kelurahan Babakan, Kecamatan Babakan Ciparay Kota Bandung lebih banyak secara luas untuk meningkatkan penjualan

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua RW.01 Kelurahan Babakan Ciparay, Kecamatan Babakan Ciparay yang memungkinkan kami melaksanakan pengabdian masyarakat, dan mengkoordinir warganya untuk hadir pada pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.



## Referensi

- Agung, A. 2021. The Fundamental of Digital Marketing. Elex Media Komputindo: Jakarta
- Aji, R. 2016. Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). Islamic Communication Journal 1(1), 43-54
- Alwendi. 2020. Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. Jurnal Manajemen Bisnis 17(3), 317-325
- Rachmadi, T. 2020. The Power Of Digital Marketing. Tiga Ebook:
- Romino DKK. 2019. E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Yayasan kita menulis:
- Hijriyani, Y S dan Ria Astuti. 2020. Penggunaan Gadget Oleh Anak Usia Dini Pada Era Revolusi Industri 4.0. Jurnal ThufuLA 8(1), 21-28.
- Maryati, W dan Ida Masriani. 2019. Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha. Jurnal Manajemen dan Bisnis 4(2), 125-130
- Yustiani, R dan Rio Yunanto. 2017. Program Studi Komputerisasi Peran Marketplace Sebagai Alternatif. Jurnal ilmu komputer dan informatika 6(2), 43-48
- \_\_\_\_\_. 2022. Profil RW 01 Kelurahan Babakan Ciparay, Kecamatan Babakan Ciparay, Kota Bandung.