

Pengenalan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Manusia Kepada Panti Asuhan Anak Yatim Piatu Rumah Harapan

Robi Sopandi ¹, Mareanus Lase ², Muhammad Qomaruddin ³,
Achmad Rifai ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Nusa Mandiri

Jl. Raya Jatiwaringin No.2, RW.13, Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Kota
Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13620, Indonesia

e-mail: ¹robi.rbs@nusamandiri.ac.id, ²mareanus.mle@nusamandiri.ac.id,
³mareanus.mle@nusamandiri.ac.id, ⁴achmad.acf@nusamandiri.ac.id

Info Artikel

Diterima:10-12-2021	Direvisi:13-12-2021	Diterima:16-01-2022
---------------------	---------------------	---------------------

Abstrak - Pandemi covid-19 hampir semua wilayah khususnya di Indonesia tidak ada yang bebas dari virus corona. Salah satu upaya pemerintah dalam mengurangi dan memutuskan rantai penyebaran virus covid-19 adalah membuat kebijakan sejak awal tahun 2021. Diawali dengan pembatasan sosial berskala besar yang berlangsung di sejumlah wilayah di Indonesia. Setelah melihat hasil dari kebijakan tersebut maka pemerintah terus berupaya dengan memberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat atau istilah PPKM diseluruh wilayah dengan membagi beberapa level satu sampai level empat, tergantung dari tingkat kasus yang terinfeksi virus covid-19. Pandemi Covid-19 berdampak hampir kesegala sektor kehidupan, baik dunia bisnis maupun dunia ekonomi. Dalam waktu yang singkat pola aktifitas masyarakat mulai berubah, seperti pemasaran produk barang dan jasa hampir semua dilakukan dengan berbasis digital seperti pemanfaatan website dan media sosial. Dengan perubahan tersebut masyarakat dituntut harus bisa mengikuti perkembangan dunia digital. Pemasaran barang dan jasa secara digital merupakan solusi ditengah pandemi covid-19, dapat menjangkau lebih luas selagi terkoneksi dengan jaringan internet. Perkembangan internet di Indonesia sudah cukup merata dan terus berkembang, akan tetapi tidak semua masyarakat Indonesia memiliki kemampuan dan keahlian dalam menggunakan teknologi, khususnya di daerah yang jauh dari pusat kota. Hal itulah yang menjadi permasalahan dalam pemasaran berbasis digital. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan para anak didik dan staf Yayasan Rumah Harapan. Berupa pengenalan marketing digital dan pemanfaatan website media sosial seperti facebook, whatsapp, google bisnis dan lainnya.

Kata Kunci : Yayasan Rumah Harapan, marketing digital, media sosial

Abstracts - In the Covid-19 pandemic, almost all regions, especially in Indonesia, are not free from the corona virus. One of the government's efforts to reduce and break the chain of spread of the COVID-19 virus is to make policies since early 2021. Starting with large-scale social restrictions that take place in a number of regions in Indonesia. After seeing the results of the policy, the government continues to work by imposing restrictions on community activities or the term PPKM throughout the region by dividing several levels from one to four, depending on the level of cases infected with the COVID-19 virus. The Covid-19 pandemic has an impact on almost all sectors of life, both the business world and the economic world. In a short time the pattern of community activities began to change, such as the marketing of goods and services, almost all of which were done digitally, such as the use of websites and social media. With these changes, people are required to be able to keep up with the development of the digital world. Digital marketing of goods and services is a solution in the midst of the COVID-19 pandemic, which can reach a wider area while connected to the internet network. The development of the internet in Indonesia is fairly even and continues to grow, but not all Indonesian people have the ability and expertise to use technology, especially in areas far from the city center. That is the problem in digital-based marketing. This community service aims to increase the insight and knowledge of the students and staff of the Rumah Harapan Foundation. In the form of an introduction to digital marketing and the use of social media websites such as Facebook, WhatsApp, Google Business and others.

Keywords : Rumah Harapan Foundation, digital marketing, social media

I. PENDAHULUAN

Perkembangan penyebaran kasus positif covid-19 saat ini menjadikan hal yang sangat memprihatinkan, imbas dari penyebaran Virus Corona salah satunya adalah banyak perusahaan yang mengalami kerugian dan harus menutup sementara perusahaan mereka, dengan adanya hal itu berdampak pada banyaknya karyawan yang terkena PHK dan kehilangan pekerjaan. Beberapa perusahaan juga harus mengatur dan memutar ulang anggaran yang menjadi pengeluaran dari perusahaan. Biaya atau anggaran marketing dan promosi merupakan salah satu dari beberapa anggaran yang di tinjau ulang untuk dilihat efektifitasnya.

Berbicara efektifitas selama pandemi ini tentu saja dengan adanya beberapa kebijakan terkait PSBB dan PKKM yang diberlakukan oleh pemerintah tentu saja sangat membatasi sebaran ruang promosi dan publikasi yang bisa dilakukan oleh setiap perusahaan, organisasi maupun Lembaga pemerintah maupun swasta serta Lembaga donasi Sosial Seperti Yayasan Rumah Harapan adalah Lembaga sosial yang bergerak di bidang pendidikan, kesehatan dan sosial kemanusiaan. Rumah Harapan bermula pada tahun 2008, beroperasi dan berpusat di Kabupaten Karawang. Hingga saat ini Rumah Harapan sudah memiliki 31 Asrama Yatim, Piatu dan Dhuafa yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Kesulitan dalam mencari donatur dan donasi secara online digital serta SDM dari staf Rumah Harapan sendiri masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan digital marketing dalam mencari para donatur oleh karena itu diperlukan pengenalan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sehingga dapat memaksimalkan penggunaan proses marketing dengan jasa digital marketing karena akan memberikan banyak keuntungan dalam mencari para donatur secara online

Pengguna internet semakin meningkat jumlahnya khususnya di Indonesia karena kebutuhan akan informasi sangat besar, sehingga dengan menggunakan sosial media seperti website, facebook dan twitter dan sosial media lainnya kelebihanannya yaitu pebisnis telah menjadi bagian dari kehidupan harian masyarakat di seluruh dunia. Kelebihan lainnya yaitu para pebisnis dapat menjalin komunikasi secara langsung dengan para konsumennya. Pemakaian internet yang terus bertambah setiap tahun akan sangat memberikan kemudahan bagi pelaku usaha termasuk juga usaha kecil yang ada di Indonesia, sampai saat ini pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 139 juta orang dan kemungkinan jumlah itu akan terus bertambah [1]. Manfaat internet semakin sangatterasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet *marketer*, *narablog*, *blogger*, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu [2]. Komunikasi yang terjalin dapat terjadi secara dua arah, sehingga pebisnis dapat mendengarkan pendapat dan respon konsumen secara langsung. Dengan komunikasi dua arah, hubungan antara pebisnis dan konsumen akan lebih dekat dan interaktif. Selain itu pebisnis juga dapat melakukan monitoring untuk mengetahui seberapa besar respon konsumen terhadap suatu produk.

Saat ini pengguna ponsel smartphone semakin bertambah jumlahnya, sehingga pengguna dengan mudah dapat mengakses sosial media setiap waktu tanpa batas. Dengan demikian pengguna ponsel smartphone dapat dipengaruhi dengan iklan online melalui media social, sehingga para calon konsumen yang sebagian besar pengguna sosial media mulai tertarik suatu produk setelah melihat iklannya di social media. Semakin banyak pengguna yang mengakses sosial media memberi peluang bagi sebuah pebisnis untuk memasarkan produknya dengan luas melalui media digital marketing, dengan kata lain bisnis online sangat berpengaruh dalam membantu meningkatkan penjualan suatu produk yang sedang dipasarkan.

Pengelolaan sumber daya manusia yang memadai dan pemasaran berbasis teknologi pula tentu didukung oleh penguasaan dan pemahaman marketing digital yang baik. Rumah Harapan merupakan lembaga sosial, pendidikan dan kemanusiaan berupa pelayanan kepada masyarakat. Untuk bisa tetap tumbuh dan berkembang dimasa pandemi covid-19 anak asuh dan para staf dituntut harus mampu mengikuti perkembangan teknologi, khususnya dibidang marketing digital melalui pemanfaatan website dan media sosial.



Gambar 1. Kegiatan Peduli Bencana



Gambar 2. Kegiatan bidang pendidikan

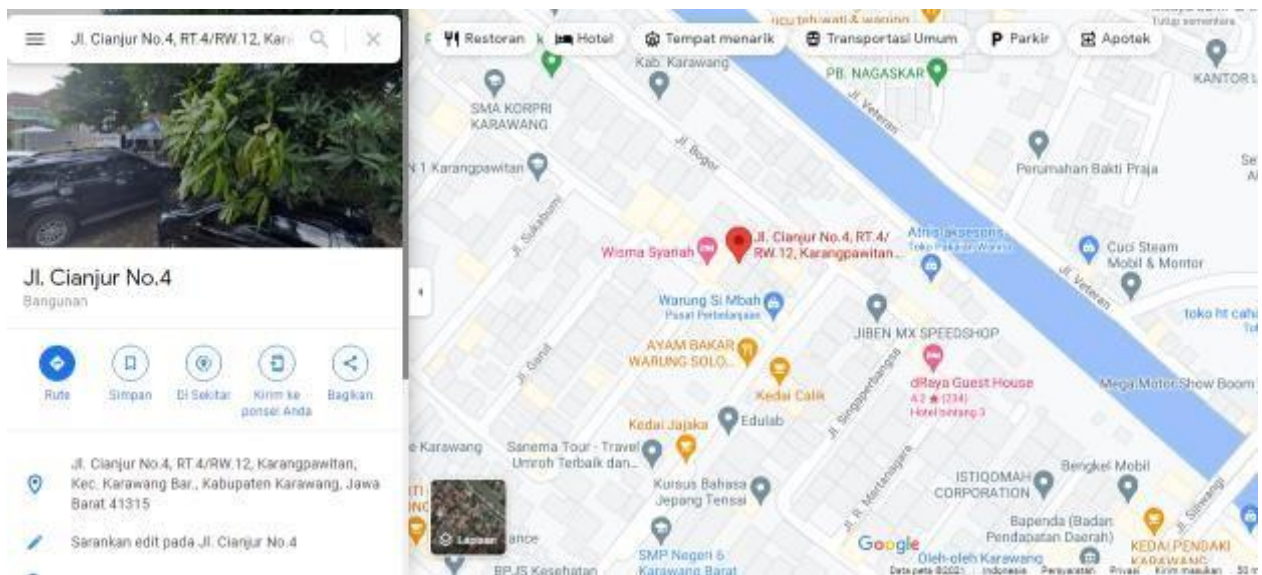
Dalam rangka mewujudkan pelayanan dibidang pendidikan murid dan staf diadakan pengenalan dan pemanfaatan teknologi dimasa pandemi.



Gambar 3. Pelayanan kepada masyarakat

Pelayanan kepada masyarakat berupa pembagian bantuan kepada keluarga yang kurang mampu sebagai wujud kepedulian terhadap sesama.

Peta Lokasi Mitra



Gambar 4. Peta Lokasi Mitra

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global [3]. Pemasaran digital diartikan dengan pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada transmisi digital. Namun sejauh ini, internet merupakan media digital paling signifikan. Banyak sekali tokoh yang mengemukakan bahwa terjadi perubahan dalam pemasaran yang disebabkan karena perkembangan teknologi, terutama internet. Keuntungan dari digital marketing menggunakan internet adalah lebih mudah, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi [2].

Dengan kondisi seperti saat ini pemanfaatan media digital marketing merupakan salah satu pilihan yang cukup tepat yang bisa dijadikan pilihan sebagai media promosi dan publikasi. Pertanyaannya seberapa besar kita memanfaatkan media social untuk media promosi, sudah tepatkah pilihan wilayah, pilihan umur, gender untuk sasaran kita promosi dan publikasi. Berdasarkan beberapa pernyataan diatas kami bermaksud ingin melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Pelatihan Pengenalan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Manusia Kepada Panti Asuhan Anak Yatim Piatu Rumah Harapan.

II. METODE

Pengabdian masyarakat dilaksanakan menggunakan metode ceramah dengan teknik presentasi materi dilanjutkan dengan diskusi, sedangkan praktikum secara langsung dikemas dalam bentuk workshop. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Staff Rumah Harapan Karawang juga belum banyak yang memahami dengan detail dalam pengenalan digital marketing. Kegiatan ini diadakan pada hari Sabtu, tanggal 25 September 2021 yang dihadiri oleh 10 orang staff Rumah harapan. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Skema Pengabdian Masyarakat

Berikut ini adalah penjelasan dari gambar 5 yaitu skema pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan.

1. Analisa awal. Pada tahap ini kelompok pengabdi melakukan kunjungan pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan dalam hal ini Kantor Rumah Harapan Karawang dan wawancara kepada staff dengan protokol kesehatan yang tertib. Dalam tahap ini dicari kendala dan permasalahan yang dihadapi oleh para staff dalam kurang memahami marketing mencari donatur secara online dengan memanfaatkan digital maketing, setelah itu membuat pengajuan proposal kegiatan pengabdian berdasarkan analisa kebutuhan.
2. Persiapan kegiatan pengabdian yang meliputi persiapan tempat pelaksanaan, materi pelatihan, absensi panitia dan peserta, spanduk, serta link zoom.
3. Proses pelaksanaan pengabdian dengan metode workshop, diskusi, dan tanya jawab. Peserta melakukan kegiatan pengenalan digital marketing dalam bentuk pelatihan yang disampaikan oleh tutor yang dibantu dan didampingi oleh dosen dan mahasiswa, dilanjutkan dengan tanya jawab/diskusi. Setelah itu evaluasi dilakukan dengan memberikan form kuesioner yang telah disiapkan oleh panitia untuk mengetahui seberapa puas peserta terhadap keseluruhan rangkaian kegiatan pengabdian. Masukan dan perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada tahap ini.
4. Penutup, panitia mendokumentasikan kegiatan berupa foto-foto baik secara langsung maupun via zoom, merekap dan mengolah data kuesioner, membuat laporan kegiatan, membuat press release dan jurnal pengabdian masyarakat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Universitas Nusa Mandiri yang diketuai oleh Bapak Mareanus Lase, M. Kom dibantu ketiga dosen bapak Robi Sopandi, M. Kom Muhammad Qomaruddin, M. Kom, Achmad Rifai, M. Kom dan lima mahasiswa Program Studi teknik informatika diantaranya Gilang Sttavingg, Ardiansyah, Fajar Romadhan, Nur Kholis, Muhammad Rizky Ibrahim, mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa Pengenalan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Manusia Kepada Panti Asuhan Anak Yatim Piatu Rumah Harapan guna mendukung keahlian staff rumah harapan karawang. Adapun materi pelatihan yang diberikan kepada peserta berupa pengenalan dan workshop. Gambar 6 penyampaian materi melalui aplikasi zoom.



Gambar 6. Penyampaian Materi Melalui Aplikasi Zoom

Tujuan dari diadakannya kegiatan workshop ini adalah Sebagai wujud dari pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi salah satunya bidang pengabdian yang melekat kewajibannya pada seluruh Dosen. Kemudian pemanfaatan agar para staff rumah harapan lebih memanfaatkan era digital serta siap dalam menghadapi era industri digital dalam mencari para donator online Ujar Robi Sopandi Ketua pelaksana Pengabdian Masyarakat Universitas Nusa

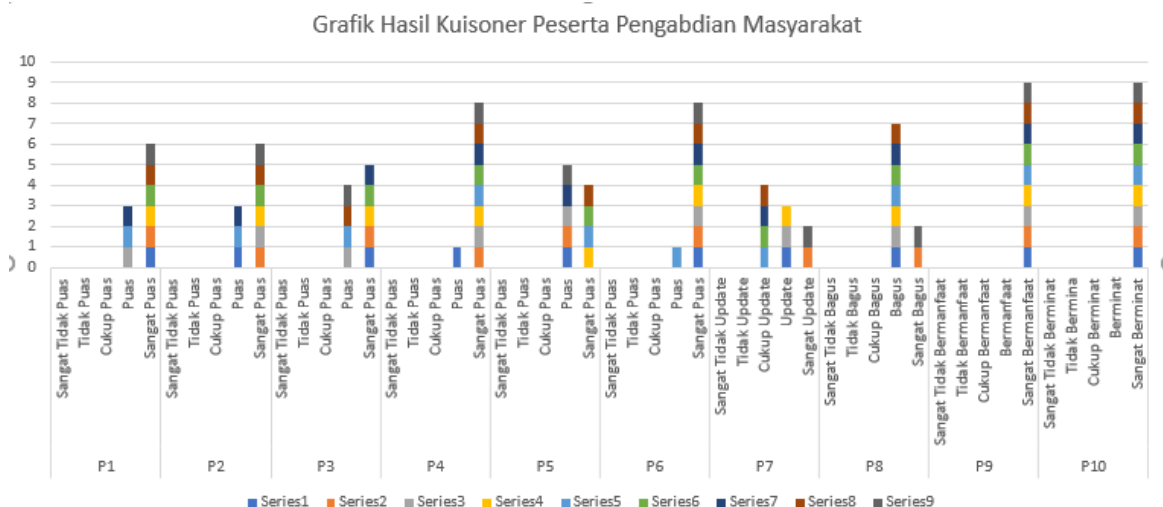
Mandiri Program Studi Teknik Informatika serta Anggota Mareanus Lase, Muhammad Qomaruddin, dan Ahmad Rifai.



Gambar 7. Penyampaian Materi dengan Tetap Mematuhi Protokol Kesehatan

Aplikasi yang digunakan untuk konferensi yaitu Zoom Meeting, khusus untuk peserta yang merupakan para staff rumah harapan yatim piatu dikumpulkan disalah satu ruangan untuk bergabung menggunakan aplikasi Zoom yang ditampilkan dilayar dengan infocus. Sebelumnya dosen juga mengirimkan perwakilan pada Yayasan guna membantu jalannya kegiatan dengan lancar serta menyiapkan materi dalam bentuk modul dan tutorial video pelatihan agar nantinya dapat dipelajari lagi setelah pembelajaran selesai “Kegiatan ini sangat membantu staff kami karena di sini memang sangat gagap teknologi mengenai teknologi digital marketing” Ujar salah satu Pendamping Yayasan Rumah Harapan. “Semoga Kegiatan ini bisa terus berlanjut” imbuhnya Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 25 September 2021. Diharapkan pelatihan ini menjadi bekal masa depan para staff dari yayasan Rumah Harapan. “Rumah Yayasan Harapan ini akan menjadi yayasannya Binaan dari Universitas Nusa Mandiri dan materi pelatihan akan meningkat disetiap semesternya” Ujar panitia pengabdian.

Kepuasan peserta terhadap kegiatan ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada peserta dan respon yang baik dari para peserta pelatihan. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan dengan pengisian kuesioner kepada peserta pelatihan diperoleh hasil bahwa seluruh peserta merasa puas dengan diadakannya pelatihan ini. Peserta memberikan masukan yang sangat baik mengenai pelatihan ini dan berharap agar dapat diadakan kembali pelatihan seperti ini diwaktu yang akan datang. Responden yang mengisi kuesioner sebanyak 9 orang. Hasil pengolahan kuesioner dibuat dalam bentuk grafik yang dapat dilihat pada Gambar 8 merupakan grafik hasil kuesioner kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 8. Hasil Kuisiomer Peserta Pengabdian Masyarakat

IV. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yaitu pengenalan digital marketing untuk meningkatkan daya saing sumber daya manusia kepada panti asuhan anak yatim Piatu Rumah Harapan telah dilaksanakan dan berjalan dengan cukup kondusif dan lancar secara langsung dan melalui media Zoom Meeting. Para staf dan pengurus yatim piatu sebagai peserta pelatihan workshop sangat antusias dan sangat tertarik dengan pembahasan dipaparkan oleh narasumber, hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan dari peserta yang ditujukan kepada pemateri sehingga workshop semakin aktif. Peserta dapat mengikuti workshop dengan baik dengan langsung melakukan pemasangan iklan melalui media google ads dengan optimasi menggunakan trik SEO.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, para staf dan pengurus panti asuhan anak yatim Piatu Rumah Harapan mendapatkan ilmu yang bermanfaat khususnya mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk mengenalkan brand atau merk. Untuk dapat lebih mengembangkan pengetahuan, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Mereka dapat mengembangkannya dengan mencoba menerapkan media lain untuk beriklan dengan facebook atau Instagram.
2. Perlu dilakukan evaluasi insight terhadap iklan yang sudah berjalan sehingga dapat diketahui efektifitas target yang terpapar.
3. Perlu dilakukan pelatihan dalam membuat copy writing konten iklan agar menarik perhatian audien.

REFERENSI

- K. S. Mahedy, "Pemanfaatan Internet Sebagai E-Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran Bagi Pengrajin Kamen," 2017.
- M. T. Febriyantoro and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- Maulida, N., Tabrani, M., Suhardi, S., & Sopandi, R. (2021). Penerapan Metode Waterfall pada Sistem Informasi SILaundry Berbasis Website . *Jurnal Keilmuan Teknologi Informasi Dan Ilmu Manajemen (Justifi)*, 1(1), 1–9. Diambil dari <https://jurnalilmiah.id/index.php/Justifi/article/view/4>
- R. R. Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019.
- Suhardi, S. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP, DEMOGRAFI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 96-103.
- Suhardi, S., Widyastuti, T., Bisri, B., & Prabowo, W. (2019). Forecasting Analysis Of New Students Acceptance Using Time Series Forecasting Method. *Jurnal Akrab Juara*, 4(5), 10-23.
- Taufik, A., & Sopandi, R. (2021). Klasifikasi Tweet Influencer Nu Dengan Gnpf-Ulama Menggunakan Naive Bayes Dan Support Vector Machine. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 5(2), 258 - 276. doi:10.36841/cermin_unars.v5i2.1246
- Tabrani, M., Sopandi, R., Fajarudin, A., Suryo, J., Firmansyah, L., & Dzaky, M. (2020). Pemanfaatan Pembelajaran Online Di Tengah Pandemi Covid 19 Kepada Panti Sosial Asuhan Anak Yatim Piatu Nurul Iman Yayasan Yapinuri. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 2(1), 25-30. Retrieved from <http://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/abdimas/article/view/1749>