



Pelatihan Digital Marketing WhatsApp Group bagi Kelompok Usaha Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara

Dewi Mahrani Rangkyut^{1*}, Hidayati Purnama Lubis², Herdianto³, Mita Mutiara Zora⁴

^{1*,4}Program Studi Ekonomi Pembangunan, ²Program Studi Manajemen,

³Program Studi Sistem Komputer, Universitas Pembangunan Panca Budi

*Corresponding Author. Email: dewimahrani@dosen.pancabudi.ac.id

Abstract: This service activity aims to improve the knowledge and skills of the Klambir Lima Kebun Village household business group through the establishment of WhatsApp Group digital marketing as one of the efforts in improving business product marketing strategies. This devotion activity uses training methods with the target of village household business groups as objects of service that amount to ± 40 people. The results of this service activity show that the limitations of digital literacy are one reason that triggers the target of marketing business group actors' products has not been in line with expectations, so this devotion activity has also succeeded in creating a WhatsApp Group with four business groups. Village officials can continue to support those who help in every training/education activity carried out by institutions, institutions, or other private parties to maintain the sustainability of household businesses in rural environments.

Abstrak: Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan skill kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun melalui pembentukan digital marketing *WhatsApp* Group sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan strategi pemasaran produk usaha. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pelatihan dengan sasaran kelompok usaha rumah tangga desa sebagai objek pengabdian yang berjumlah ± 40 orang. Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital menjadi satu alasan yang memicu target pemasaran produk pelaku kelompok usaha belum sesuai dengan yang diharapkan, sehingga kegiatan pengabdian ini juga telah berhasil membuat Grup *WhatsApp* dengan 4 kelompok usaha. Aparat Desa dapat terus mendukung pihak yang membantu pada setiap kegiatan pelatihan/edukasi yang dilakukan oleh Lembaga, Institusi atau pihak swasta lainnya secara continue untuk mempertahankan keberlanjutan usaha rumah tangga di lingkungan perdesaan.

Article History:

Received: 16-04-2022

Reviewed: 24-04-2022

Accepted: 03-04-2022

Published: 18-05-2022

Key Words:

Training, Digital Marketing, WhatsApp Group, Business, Household.

Sejarah Artikel:

Diterima: 16-04-2022

Direview: 24-04-2022

Disetujui: 03-04-2022

Diterbitkan: 18-05-2022

Kata Kunci:

Pelatihan, Digital Marketing, WhatsApp Group, Kelompok Usaha Rumah Tangga.

How to Cite: Rangkyut, D., Lubis, H., Herdianto, H., & Zora, M. (2022). Pelatihan Digital Marketing WhatsApp Group bagi Kelompok Usaha Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(1), 43-49. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.5068>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.5068>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Pandemi Covid-19 terjadi di Indonesia pada tahun 2020 (Wuryandani, 2020). Berbagai usaha mengalami banyak penurunan bahkan sampai mengalami kerugian oleh karena kondisi pandemi Covid-19 (Yuaningsih et al., 2021). Rasio nilai tambah usaha industri adalah rendah sebagai dampak pandemi Covid-19 (Suprianto et al., 2021). Sebagai upaya mempertahankan usaha, perlu adanya strategi yang memberikan nilai tambah demi keberlanjutan usaha (Fitri & Bundo, 2021).



Salah satu usaha yang dimaksud yakni usaha rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun. Desa ini memiliki berbagai usaha rumah tangga (B. et al., 2021) sehingga produktif dalam menambah pendapatan rumah tangga. Desa Klambir Lima Kebun merupakan salah satu desa di Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara yang berdekatan dengan Kota Medan. Desa ini memiliki XXI Dusun dan luas 2.323 Ha (BPS, 2021) dengan ± 7.000 Kepala Keluarga (KK).



Sumber: (Survei dan Observasi, 2021)

Gambar 1. Desa Klambir Lima Kebun

Strategi yang dapat dilakukan pada setiap usaha rumah tangga salah satunya dengan membuka layanan sistem digital sederhana sebagai bentuk aplikasi konsep ekonomi digital via internet seperti *go-food go-jek* sehingga memungkinkan untuk meningkatkan keuntungan (Suprianto et al., 2021). Melalui peran *e-commerce* yang menjadi media pemasaran (B. et al., 2021) produk usaha rumah tangga desa Klambir Lima Kebun dalam mempertahankan angka penjualan.

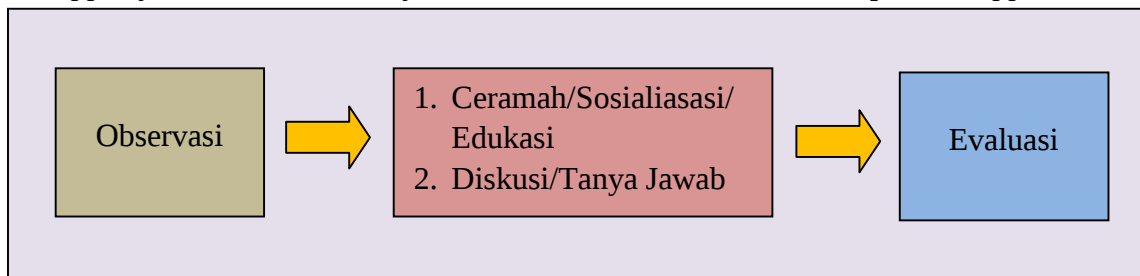
Peran internet di masa kini menjadi penting dalam keberlanjutan usaha terutama juga pada usaha rumah tangga desa dengan cara menawarkan produk-produk usaha rumah tangga seperti dalam bentuk iklan kepada masyarakat luas baik seperti *Facebook*, *Marketplace* atau pun *WhatsApp Group* (Fitri & Bundo, 2021). Keterbatasan literasi digital menjadi satu alasan yang memicu target pemasaran produk pelaku kelompok usaha belum sesuai dengan yang diharapkan. Dalam hal ini, usaha rumah tangga desa Klambir Lima Kebun perlu meningkatkan angka penjualan salah satunya dengan mencoba memasang iklan di media smartphone melalui *WhatsApp chatting* dan *WhatsApp Group*. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan skill kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun melalui pembentukan digital marketing *WhatsApp Group* sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan strategi pemasaran produk usaha.

Metode Pengabdian

Dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan tahap observasi di awal kegiatan yakni pada objek pengabdian sebagai forum dan lokasi desa sebagai tempat pengabdian yang dituju. Kemudian pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan metode ceramah (Kurniawati et al., 2020) dan atau pelatihan dan atau edukasi (B. et al., 2021) kepada kelompok usaha rumah tangga desa sebagai forum sekaligus diskusi/tanya jawab. Tahap selanjutnya akan diselesaikan pada evaluasi yang didahulukan dengan monitoring

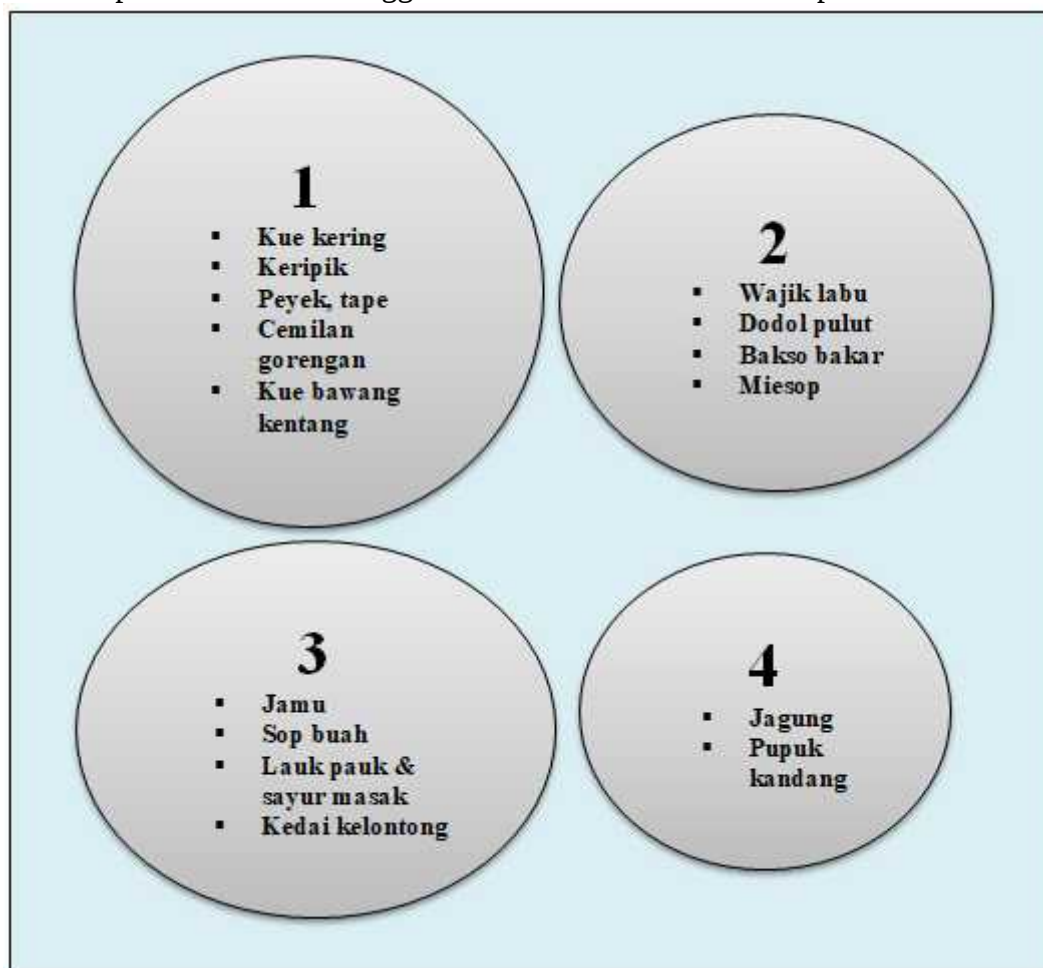


mengunjungi kembali kelompok usaha rumah tangga desa yang telah membuat Grup WhatsApp sejauh mana sudah berjalan aktivitas usaha selama ada Grup WhatsApp tersebut.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Terdapat kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun seperti berikut:



Sumber: (Survei dan Observasi, 2021)

Gambar 3. Kelompok Usaha Rumah Tangga Desa Klambir Lima Kebun

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi menurunkan omset pelaku usaha yang signifikan (Rosita, 2020). Untuk itu, kreatifitas para pelaku usaha rumah tangga yang dituntut dalam masa pandemi Covid-19 sesungguhnya semakin menguat (Munir, 2021) sesuai dengan perkembangan yang ada. Paling tidak melakukan tiga langkah: (1) mengoptimalkan



pemanfaatan dalam menggunakan media online untuk pemasaran seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* dan jenis platform lainnya. (2) penguatan pelaku usaha rumah tangga pada media sosial sehingga membentuk suatu grup. Dan (3) kolaborasi antar kelompok usaha rumah tangga. Dengan demikian hal ini pelaku usaha rumah tangga dapat lebih *survive* meskipun dalam keterbatasan yang ada. Kreatifitas dan bersinergi merupakan modal utama resiliensi ekonomi.



Gambar 4. Kelompok Usaha Rumah Tangga Sebagai Forum PKM



Gambar 5. Tim PKM saat Menyampaikan Materi

Beberapa lapangan usaha yang terkena dampak besar atas pandemi COVID-19 (Rosita, 2020) diantaranya (1) pariwisata, (2) penyedia akomodasi, (3) perdagangan besar dan eceran, (4) makan minum, (5) reparasi sepeda motor, (6) transportasi dan perdagangan. Pelaku usaha rumah tangga desa Klambir Lima Kebun adalah merupakan beberapa lapangan usaha yang dimaksudkan tersebut sesuai dengan pendataan kelompok usaha (*Survei dan Observasi*, 2021) berdasar pada Gambar 3.

Kemampuan dalam memasarkan secara online memang masih menjadi kendala para pelaku usaha (Nugraheni & Rahmattullah, 2021) salah satu yang memicu adalah keterbatasan pengetahuan dan wawasan terkait literasi digital, termasuk usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun. Sehingga kegiatan pengabdian ini adalah menjadi lanjutan daripada yang sebelumnya (Rangkuty et al., 2021) dengan tujuan mengedukasi kelompok usaha rumah tangga desa dalam menggunakan aplikasi *WhatsApp* dalam membentuk grup setiap kelompok usaha yang ada.

Tabel 1. Rincian Tahap Kegiatan Pengabdian

Periode/Waktu (Tahun 2021-2022)	Keterangan
Juli 2021	Survei lokasi pengabdian dan observasi objek yang menjadi forum/peserta kegiatan PKM
Maret 2022	Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Klambir Lima Kebun
September 2022	Evaluasi hasil pengabdian dengan mengunjungi kembali kelompok-kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun yang sudah memiliki Grup <i>WhatsApp</i>

Hasil dari kegiatan pengabdian dengan metode ceramah/pelatihan/edukasi ini adalah terbentuk 4 kelompok Grup *WhatsApp* berdasarkan pada kelompok usaha yang telah dibentuk



pula terdahulu sesuai klasifikasi lapangan usaha. Penggunaan aplikasi *WhatsApp* ini merupakan penguatan (Tirayoh & Lintong, 2020) dalam meningkatkan pendapatan/penghasilan usaha rumah tangga via media online dalam konsep strategi pemasaran produk.

Tabel 2. 4 Kelompok Usaha RT berdasar Grup *WhatsApp*

1	2	3	4
▪ Kue kering ▪ Keripik ▪ Peyek, tape ▪ Cemilan gorengan ▪ Kue bawang kentang	▪ Wajik labu ▪ Dodol pulut ▪ Bakso bakar ▪ Miesop	▪ Jamu ▪ Sop buah ▪ Lauk pauk & sayur masak ▪ Kedai kelontong	▪ Jagung ▪ Pupuk kandang



Gambar 6. Suasana Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan *Digital Marketing WhatsApp Group*



Gambar 7. Kelompok Usaha Rumah Tangga, Mahasiswa dan Alumni

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ditemukan bahwa yang menjadi kendala dalam penggunaan media online untuk memasarkan produk usaha adalah masih terbatasnya literasi digital (Nugraheni & Rahmattullah, 2021) para pelaku usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun sesuai dengan hasil temuan pengabdian sebelumnya. Tim pengabdian mencoba menemukan masalah dan menawarkan solusi tentang cara penggunaan Grup *WhatsApp* sebagai salah satu upaya dalam komunikasi antara anggota kelompok usaha rumah tangga menuju inovasi strategi pemasaran demi meningkatkan angka penjualan dan pendapatan/penghasilan kelompok usaha rumah tangga desa.

Terdapat kontribusi usaha terhadap pendapatan/penghasilan rumah tangga (Yuaningsih et al., 2021) sehingga keberlanjutan usaha rumah tangga menjadi perhatian pada lingkungan masyarakat desa. Penguatan usaha mendukung upaya *survive* (Munir, 2021) masing-masing pada setiap pelaku usaha meskipun dalam masa pandemi Covid-19. Pada akhirnya ini yang akan mendukung aktivitas ekonomi di desa menuju pertumbuhan. Tahap selanjutnya pada kegiatan pengabdian ini akan dilakukan evaluasi pada September 2022 dengan memonitoring kelompok usaha rumah tangga desa Klambir Lima Kebun pada 4 Grup *WhatsApp* kelompok usaha dengan menilai produktivitas usaha melalui angka penjualan produk dan laba usaha yang telah diperoleh.



Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil pengabdian ini bahwa keterbatasan literasi digital menjadi kendala utama pelaku usaha rumah tangga dalam menerapkan strategi pemasaran produk ke masyarakat luas. Kegiatan pengabdian oleh tim mendapat respon positif dari pelaku kelompok usaha rumah tangga Desa Klambir Lima Kebun yang ditandai dengan antusiasme peserta, sehingga dalam kegiatan pengabdian ini juga telah berhasil membuat Grup WhatsApp dengan 4 kelompok usaha. Sebagai tindak lanjut daripada pengabdian ini adalah akan dilakukan evaluasi pada bulan September 2022 terkait dengan produktivitas pelaku kelompok usaha rumah tangga desa sebagai bentuk keberlangsungan dan keberlanjutan usaha sebagai bentuk penerapan strategi pemasaran produk dalam meningkatkan pendapatan/penghasilan usaha rumah tangga di Desa Klambir Lima Kebun.

Saran

Saran yang disampaikan berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini adalah bagi Aparat Desa (Kepala Desa, Kepala Dusun) agar terus mendukung pihak yang membantu pada setiap kegiatan pelatihan/edukasi yang dilakukan oleh Lembaga, Institusi atau pihak swasta lainnya secara *continue* untuk mempertahankan keberlanjutan usaha rumah tangga di lingkungan perdesaan.

Daftar Pustaka

- B., M., Wahyuni, S., Sari, M. M., & Pane, D. N. (2021). Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 115–120. <https://jpmi.journals.id/index.php/jpmi/article/view/26/17>
- BPS. (2021). *Deli Serdang Dalam Angka*. BPS Kabupaten Deli Serdang. <https://deliserdangkab.bps.go.id/publication/2021/02/26/1c9e88f7c76d1c6b23db1dac/kabupaten-deli-serdang-dalam-angka-2021.html>
- Fitri, R., & Bundo, M. (2021). Dampak COVID-19 terhadap Industri Rumah Tangga Pangan di Kota Padang. *Jurnal JESYA*, 4(2), 784–793. <https://www.mendeley.com/catalogue/5887dd99-2a15-330f-8bde-48f743a23aa8/>
- Kurniawati, N. D., Makhfudli, Laili, N. R., Sukartini, T., Wahyuni, E. D., & Yasmara, D. (2020). Peningkatan Kemampuan Melakukan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan Siswa SMU Melalui Metode Simulasi dan Role Play. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dalam Kesehatan*, 2(1), 1–5. <https://e-journal.unair.ac.id/JPMK/article/view/18086/pdf>
- Munir, M. M. (2021). RESILIENSI EKONOMI RUMAH TANGGA MUSLIM YOGYAKARTA MASA ADAPTASI PANDEMI COVID-19. *Jurnal MARO*, 4(1), 1–7. <https://www.mendeley.com/catalogue/e3695bde-fc80-315a-8417-33069cfd6bbf/>
- Nugraheni, E. Y., & Rahmattullah. (2021). PENINGKATAN LITERASI DIGITAL DAN INOVASI PRODUK SASIRANGAN BAGI IBU-IBU RUMAH TANGGA UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA DI MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal BAKTI BANUA*, 2(1), 1–7. <https://ejurnal.stimi-bjm.ac.id/index.php/BBJM/article/view/201/95>
- Rangkuty, D. M., Herdianto, B., M., Lubis, H. P., & Jannah, M. (2021). MENINGKATKAN PEMAHAMAN KONSEP DASAR EKONOMI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA KELOMPOK USAHA IBU RUMAH TANGGA. *Jurnal Pengabdian GARDA*, 2(1), 71–80. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/grd/article/view/15569/8464>



- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120. <https://www.mendeley.com/catalogue/32fa3f18-5dc6-30ae-a372-81f5489ec343/>
- Suprianto, Agustiani, E., & Neneng, S. (2021). Dampak Covid–19 Terhadap Kegiatan Industri Rumah Tangga Umkm Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal ELASTISITAS*, 3(1), 78–98. <https://elastisitas.unram.ac.id/index.php/elastisitas/article/view/38/43>
- Tirayoh, V., & Lintong, D. (2020). Penguatan Ekonomi Rumah Tangga pada Masa Pandemi COVID-19 di Kelurahan Sario Kota Baru Kecamatan Sario Kota Manado. *Jurnal VIVABIO*, 2(2), 34–39. <https://www.mendeley.com/catalogue/c17aba03-fb12-3951-841e-9993685d3cc4/>
- Wuryandani, D. (2020). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA 2020 DAN SOLUSINYA. *INFO Singkat Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XII(15), 19–24. https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XII-15-I-P3DI-Agustus-2020-206.pdf
- Yuaningsih, T., Pujiarto, & Watemin. (2021). KONTRIBUSI USAHA AGROINDUSTRI TAHU TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA KALISARI KECAMATAN CILONGOK. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 25–34. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurep/article/view/764/446>