

Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Kapasitas Perempuan Dalam Pemasaran Produk

Ryan Hamonangan^{1*}, Riri Narasati², Ai Sri Nurmala³, Alfira Ayu Febriaan Lesmana⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}ryanhamonangan.ikmi@email.com, ²ririnarasati.ikmi@email.com, ³aisrinurmala.ikmi@email.com,

⁴alfiraayulesmana.ikmi@email.com

(* : ryanhamonangan.ikmi@email.com)

Abstrak – Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pendidikan, khususnya dalam metode pembelajaran daring. Literasi digital menjadi keterampilan esensial bagi tenaga pendidik dalam menavigasi pembelajaran berbasis teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital bagi guru sekolah dasar dalam menghadapi tantangan pembelajaran daring. Program pelatihan yang dikembangkan mencakup pemahaman dasar teknologi digital, penggunaan perangkat lunak pembelajaran, serta strategi pengajaran yang efektif dalam lingkungan daring. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan observasi, wawancara, dan studi kasus pada beberapa sekolah dasar di Kabupaten Cirebon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital secara signifikan meningkatkan kompetensi guru dalam penggunaan teknologi serta memperbaiki efektivitas pengajaran daring. Guru yang mengikuti program pelatihan ini mampu mengoptimalkan penggunaan berbagai platform digital, meningkatkan interaksi dengan siswa, serta mengadaptasi kurikulum agar lebih sesuai dengan model pembelajaran daring. Selain itu, tantangan utama yang dihadapi mencakup keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi serta kurangnya dukungan teknis yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih mendukung dalam penyediaan sumber daya teknologi dan program pelatihan berkelanjutan bagi guru. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan literasi digital merupakan faktor kunci dalam keberhasilan implementasi pembelajaran daring di tingkat sekolah dasar. Dengan meningkatkan kompetensi guru dalam pemanfaatan teknologi, diharapkan proses pembelajaran dapat berlangsung lebih interaktif, efektif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Studi ini juga merekomendasikan perlunya integrasi kurikulum berbasis digital agar guru memiliki kesiapan yang lebih baik dalam mengajarkan materi secara daring.

Kata Kunci: Literasi Digital, Pembelajaran Daring, Teknologi Pendidikan, Pelatihan Guru, Inovasi Pembelajaran.

Abstract – The development of digital technology has brought significant changes in the world of education, especially in online learning methods. Digital literacy is an essential skill for educators in navigating technology-based learning. This research aims to improve digital literacy for elementary school teachers in facing online learning challenges. The training program developed includes a basic understanding of digital technology, the use of learning software, and effective teaching strategies in an online environment. The research method used was a qualitative approach with observation, interviews and case studies in several primary schools in Cirebon district. The results showed that digital literacy training significantly improved teachers' competence in using technology and improved the effectiveness of online teaching. Teachers who participated in this training program were able to optimize the use of various digital platforms, improve interaction with students, and adapt the curriculum to better fit the online learning model. In addition, the main challenges faced include limited access to technology infrastructure and lack of adequate technical support. Therefore, more supportive policies in the provision of technology resources and continuous training programs for teachers are needed. The findings of this study confirm that improving digital literacy is a key factor in the successful implementation of online learning at primary school level. By improving teachers' competence in technology utilization, it is expected that the learning process can be more interactive, effective and adaptive to the times. This study also recommends the need to integrate digital-based curriculum so that teachers are better prepared to teach online materials.

Keywords: Digital Literacy, Online Learning, Educational Technology, Teacher Training, Learning Innovation.

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Dalam era digital saat ini, pemasaran berbasis teknologi atau digital marketing menjadi salah satu keterampilan penting yang dapat membantu individu, termasuk perempuan, dalam meningkatkan potensi ekonomi mereka. Namun, masih banyak perempuan, terutama pelaku usaha

kecil dan mikro, yang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi untuk memasarkan produk atau jasa mereka secara efektif.

Alasan Perlunya Kegiatan In

1. Kesenjangan Digital Gender
 - a) Menurut laporan WEF (World Economic Forum) 2023, perempuan masih memiliki akses yang lebih rendah terhadap teknologi dibandingkan laki-laki, terutama dalam penggunaan teknologi digital untuk keperluan bisnis.
 - b) Data dari BPS (Badan Pusat Statistik) 2022 menunjukkan bahwa hanya 34% perempuan wirasaha di Indonesia yang memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya.
2. Peluang Ekonomi Digital
 - a) Berdasarkan riset Google, Temasek, dan Bain & Company (2022), ekonomi digital di Indonesia diprediksi tumbuh hingga \$146 miliar pada 2025, dengan sektor e-commerce sebagai pendorong utama.
 - b) Namun, banyak perempuan pelaku usaha belum memiliki keterampilan digital marketing yang mumpuni untuk bersaing dalam ekonomi digital ini.
3. Kendala yang Dihadapi Perempuan Pelaku Usaha
 - a) Kurangnya pemahaman dalam strategi pemasaran digital seperti SEO, media sosial, dan iklan online.
 - b) Keterbatasan akses terhadap pelatihan atau pendidikan mengenai digital marketing.
 - c) Kesulitan dalam mengelola toko online atau meningkatkan engagement pelanggan melalui platform digital.

Situasi Mitra (Target Peserta Pelatihan)

Kegiatan ini ditujukan untuk perempuan pelaku UMKM, ibu rumah tangga, serta komunitas perempuan yang ingin meningkatkan keterampilan digital marketing.

1. Berdasarkan survei awal terhadap mitra, ditemukan bahwa 70% dari mereka masih bergantung pada pemasaran konvensional (offline) dan belum memahami cara memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, atau marketplace online secara optimal.
2. Sebagian besar mitra juga menyatakan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam membuat konten digital yang menarik serta memahami algoritma media sosial untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Permasalahan Mitra

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis”, mitra yang terdiri dari perempuan pelaku UMKM, ibu rumah tangga, dan komunitas perempuan menghadapi berbagai tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk bisnis mereka. Berikut adalah permasalahan utama yang mereka alami:

1. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan dalam Digital Marketing

Tantangan:

- a) Banyak mitra masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan langsung, sehingga kurang familiar dengan teknik digital marketing seperti SEO, social media marketing, atau iklan berbayar.
- b) Sebagian besar mitra belum memahami cara membuat konten digital yang menarik dan sesuai dengan target pasar mereka.
- c) Banyak yang tidak mengetahui cara membaca data analitik dari media sosial atau marketplace untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran mereka.

Dampak:

- a) Produk atau jasa mereka kurang dikenal di pasar digital.
- b) Kesulitan menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan.
- c) Keteringgalan dari pesaing yang sudah lebih dulu memanfaatkan digital marketing secara optimal.

2. Keterbatasan Akses terhadap Teknologi dan Infrastruktur Digital

Tantangan:

- a) Beberapa mitra tidak memiliki perangkat yang memadai untuk menjalankan digital marketing, seperti smartphone dengan spesifikasi yang cukup atau laptop untuk mengelola toko online mereka.
- b) Koneksi internet yang terbatas, terutama bagi mereka yang berada di daerah dengan infrastruktur digital yang masih berkembang.
- c) Kurangnya akses terhadap pelatihan dan sumber daya edukasi digital marketing yang terjangkau atau gratis.

Dampak:

- a) Tidak dapat mengelola toko online dengan optimal.
- b) Kesulitan dalam mengakses informasi terbaru mengenai tren digital marketing.
- c) Keterbatasan dalam melakukan promosi atau interaksi dengan pelanggan secara online.

3. Kurangnya Kepercayaan Diri dan Motivasi dalam Menggunakan Teknologi

Tantangan:

- a) Sebagian besar mitra merasa ragu atau takut untuk mulai menggunakan teknologi digital dalam bisnis mereka, terutama mereka yang belum terbiasa dengan media sosial atau platform e-commerce.
- b) Kurangnya dukungan atau komunitas yang bisa menjadi tempat berbagi pengalaman dan belajar bersama.
- c) Ketakutan terhadap risiko penipuan online atau kesulitan dalam mengelola transaksi digital.

Dampak:

- a) Mitra enggan memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia di platform digital.
- b) Tidak berkembangnya usaha karena tetap mengandalkan cara pemasaran tradisional.
- c) Pendapatan usaha yang stagnan atau bahkan menurun akibat ketidaksiapan bersaing di era digital.

1.3 Tujuan Kegiatan

Kegiatan "Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis" bertujuan untuk memberdayakan perempuan, khususnya pelaku usaha kecil dan mikro, agar dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk atau jasa mereka. Dengan pelatihan ini, diharapkan para peserta memiliki keterampilan yang lebih baik dalam menjalankan bisnis secara digital sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi mereka.

Tujuan Jangka Pendek

1. Meningkatkan Pemahaman Digital Marketing

- a) Memberikan edukasi kepada peserta mengenai konsep dasar digital marketing, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan strategi pemasaran online.

- b) Membantu peserta memahami pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.
- 2. Melatih Keterampilan Praktis dalam Digital Marketing
 - a) Mengajarkan cara membuat konten promosi yang menarik menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.
 - b) Memberikan praktik langsung dalam membuat toko online dan mengoptimalkan penggunaan marketplace.
 - c) Melatih peserta dalam memanfaatkan strategi digital seperti SEO, copywriting, dan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka.
- 3. Meningkatkan Kepercayaan Diri dalam Penggunaan Teknologi Digital
 - a) Mendorong peserta agar lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk bisnis mereka.
 - b) Membantu mereka mengatasi ketakutan terhadap penipuan online serta memahami cara bertransaksi yang aman di dunia digital.

Tujuan Jangka Panjang

- 1. Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Perempuan
 - a) Mendorong perempuan untuk lebih mandiri secara ekonomi dengan mengembangkan bisnis mereka melalui pemasaran digital.
 - b) Membantu meningkatkan pendapatan usaha mereka melalui strategi digital marketing yang efektif.
- 2. Membantu Perempuan Beradaptasi dengan Transformasi Digital
 - a) Membekali peserta dengan keterampilan yang relevan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital.
 - b) Mendorong mereka untuk terus belajar dan berkembang dalam dunia bisnis digital yang dinamis.
- 3. Membentuk Komunitas Perempuan Digitalpreneur
 - a) Membangun jaringan atau komunitas perempuan yang dapat saling mendukung dan berbagi pengalaman dalam digital marketing.
 - b) Memfasilitasi diskusi dan pendampingan bagi peserta agar mereka dapat terus berkembang setelah pelatihan selesai.

1.4 Manfaat Kegiatan

Kegiatan "Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis" diharapkan memberikan manfaat yang nyata bagi mitra (perempuan pelaku usaha) serta pihak-pihak terkait. Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh setelah pelaksanaan kegiatan ini:

- 1. Manfaat bagi Mitra (Perempuan Pelaku Usaha & Komunitas Perempuan)

Peningkatan Keterampilan Digital Marketing

- a) Mitra akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, marketplace, dan iklan online.
- b) Mereka dapat mengoptimalkan bisnis dengan memanfaatkan teknik SEO, copywriting, dan strategi konten yang menarik.

Peluang Pasar yang Lebih Luas

- a) Dengan menguasai pemasaran digital, mitra dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, baik di tingkat lokal maupun nasional.
- b) Mereka tidak hanya bergantung pada penjualan offline tetapi juga bisa beradaptasi dengan tren bisnis digital yang terus berkembang.

Peningkatan Pendapatan dan Kemandirian Ekonomi

- a) Dengan strategi pemasaran digital yang efektif, mitra berpotensi meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka.
- b) Keuntungan yang lebih besar akan meningkatkan kesejahteraan mereka dan membantu mereka menjadi lebih mandiri secara finansial.

Meningkatkan Kepercayaan Diri dalam Berbisnis Secara Digital

- a) Mitra yang sebelumnya ragu atau takut menggunakan teknologi kini lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis secara online.
- b) Mereka juga dapat mengelola transaksi digital dengan lebih aman dan efisien.

Terbentuknya Komunitas Perempuan Digitalpreneur

- a) Peserta akan memiliki jaringan komunitas yang bisa menjadi tempat berbagi pengalaman, bertukar ide, dan mendukung satu sama lain dalam mengembangkan bisnis mereka.

2. Manfaat bagi Pihak Terkait

Bagi Perguruan Tinggi (Jika Kegiatan dari Universitas)

- a) Meningkatkan peran universitas dalam pengabdian kepada masyarakat dan pemberdayaan perempuan.
- b) Memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dan dosen dalam menerapkan ilmu digital marketing di dunia nyata.

Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

- a) Mendukung program pemberdayaan ekonomi perempuan dan UMKM berbasis digital.
- b) Meningkatkan inklusi digital bagi perempuan sebagai bagian dari pembangunan ekonomi nasional.

Bagi Masyarakat Secara Luas

- a) Meningkatkan jumlah UMKM perempuan yang sukses dalam bisnis digital.
- b) Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan bisnis yang lebih berkembang.

Dampak Positif yang Dihasilkan

Jangka Pendek:

- a) Mitra mendapatkan keterampilan baru dan langsung bisa menerapkan strategi digital marketing dalam bisnis mereka.
- b) Terjadi peningkatan engagement di media sosial dan marketplace mitra setelah mengikuti pelatihan.

Jangka Panjang:

- a) Bisnis mitra berkembang dengan strategi digital yang lebih baik.
- b) Terbentuknya komunitas wirausaha perempuan yang berkelanjutan dan dapat menjadi inspirasi bagi perempuan lain.
- c) Berkurangnya kesenjangan digital gender dalam dunia bisnis.

2. METODE PELAKSANAAN

Untuk mencapai tujuan "Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis", kegiatan ini dirancang dengan pendekatan yang sistematis dan aplikatif. Metode yang digunakan melibatkan kombinasi edukasi teori, praktik langsung, serta pendampingan agar peserta dapat memahami dan menerapkan digital marketing secara efektif.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

1. Identifikasi dan Persiapan
 - a) Melakukan survei awal untuk memahami tingkat pemahaman peserta mengenai digital marketing serta kendala yang mereka hadapi.
 - b) Menentukan materi pelatihan yang relevan, seperti pemasaran media sosial, optimasi marketplace, pembuatan konten digital, dan strategi iklan online.
 - c) Menyiapkan fasilitator dan mentor yang berpengalaman dalam digital marketing.
 - d) Mempersiapkan alat bantu seperti modul pelatihan, video tutorial, dan template desain konten.

2. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi dengan metode hybrid (offline dan online) agar lebih fleksibel bagi peserta.

Materi yang diberikan meliputi:

- a) Sesi 1: Pengenalan Digital Marketing
Konsep dasar pemasaran digital dan perbedaan dengan pemasaran konvensional.
 - b) Sesi 2: Strategi Pemasaran di Media Sosial
Cara membuat konten yang menarik di Instagram, Facebook, dan TikTok.
 - c) Sesi 3: Optimasi Marketplace
Cara membuka dan mengelola toko online di Shopee, Tokopedia, atau platform lain.
 - d) Sesi 4: Pembuatan Iklan Digital (Facebook Ads & Google Ads)
Praktik memasang iklan online untuk meningkatkan penjualan.
3. Praktik Langsung dan Pendampingan
 - a) Peserta diberikan tugas untuk membuat dan mengelola akun bisnis mereka di media sosial atau marketplace.
 - b) Mentor memberikan bimbingan secara langsung dalam pembuatan konten dan strategi promosi.
 - c) Simulasi pemasangan iklan digital dengan anggaran kecil agar peserta bisa memahami mekanismenya.
4. Evaluasi dan Monitoring Hasil
 - a) Peserta diberikan kuis atau studi kasus untuk menguji pemahaman mereka.
 - b) Melakukan monitoring perkembangan akun bisnis peserta selama beberapa minggu setelah pelatihan.
 - c) Mengadakan sesi feedback dan tanya jawab untuk menyempurnakan strategi pemasaran yang telah diterapkan peserta.
5. Pendampingan Berkelanjutan dan Pembentukan Komunitas

- a) Membentuk komunitas online (melalui WhatsApp/Telegram) untuk mendukung peserta setelah pelatihan.
- b) Mengadakan sesi mentoring berkala untuk memastikan peserta terus berkembang.

Memberikan akses ke sumber belajar tambahan agar mereka dapat terus meningkatkan keterampilan digital marketing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil dari pelaksanaan program Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis:

Hasil Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program "Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis" telah memberikan berbagai hasil positif bagi mitra yang mengikuti kegiatan ini. Evaluasi dilakukan berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan pemahaman peserta, kemampuan praktis dalam digital marketing, serta dampak terhadap bisnis mereka.

1. Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan Mitra

Pemahaman Digital Marketing Meningkat

- a) Sebelum pelatihan, hanya 30% peserta yang memahami konsep dasar digital marketing. Setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 85%, berdasarkan hasil kuis online evaluasi.
- b) Peserta kini memahami cara menggunakan media sosial dan marketplace secara efektif untuk bisnis mereka.

Kemampuan Praktis dalam Digital Marketing

- a) 80% peserta telah berhasil membuat atau mengoptimalkan akun bisnis mereka di media sosial dan marketplace.
- b) 60% peserta mulai menerapkan strategi pemasaran digital seperti pembuatan konten menarik, pemanfaatan hashtag, serta teknik copywriting untuk meningkatkan engagement.
- c) Beberapa peserta juga telah berhasil mencoba memasang iklan digital (Facebook Ads & Instagram Ads) dengan bimbingan mentor.

2. Dampak Langsung terhadap Bisnis Mitra

Peningkatan Penjualan dan Jangkauan Pasar

- a) 50% peserta melaporkan peningkatan interaksi pelanggan di media sosial mereka dalam waktu 2-4 minggu setelah pelatihan.
- b) 35% peserta mengalami peningkatan penjualan setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang diajarkan.

Meningkatnya Kepercayaan Diri dalam Berbisnis Secara Digital

- a) Sebelum pelatihan, banyak peserta merasa ragu menggunakan teknologi digital. Setelah pelatihan, 70% peserta merasa lebih percaya diri dalam menjalankan pemasaran digital untuk bisnis mereka.
- b) Mereka juga lebih paham mengenai keamanan bertransaksi online, sehingga lebih nyaman dalam mengelola bisnis digital mereka.

Terbentuknya Komunitas Perempuan Digitalpreneur

- a) Dibentuknya grup komunitas online (WhatsApp/Telegram) yang memungkinkan peserta untuk saling berbagi pengalaman, bertukar ide, dan mendapatkan pendampingan setelah pelatihan.
- b) Komunitas ini menjadi wadah bagi para peserta untuk terus belajar dan berkembang, bahkan setelah program selesai.

3. Evaluasi Kesuksesan Program

Kegiatan Berhasil Mencapai Tujuan yang Telah Ditetapkan

- a) Berdasarkan survei evaluasi, 90% peserta merasa program ini sangat bermanfaat bagi pengembangan bisnis mereka.
- b) 85% peserta ingin mengikuti pelatihan lanjutan untuk lebih mendalami strategi digital marketing yang lebih kompleks.

Pembelajaran untuk Pengembangan Program di Masa Depan

- a) Beberapa peserta menyatakan masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut dalam hal analisis data pemasaran dan strategi iklan berbayar yang lebih efektif.
- b) Oleh karena itu, di masa mendatang, program ini dapat diperluas dengan workshop lanjutan dan mentoring berkala untuk memastikan dampak yang lebih berkelanjutan.

3.2 Pembahasan

Kegiatan "Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis" menghasilkan berbagai luaran konkret yang dapat dimanfaatkan oleh mitra dan pihak terkait untuk meningkatkan keterampilan serta keberlanjutan bisnis mereka. Berikut adalah beberapa luaran utama yang dihasilkan:

1. Modul dan Materi Pelatihan Digital Marketing

Modul Pelatihan Digital Marketing (format PDF & cetak)

- a) Materi mencakup strategi pemasaran di media sosial, optimasi marketplace, pembuatan konten, serta pemasangan iklan digital (Facebook Ads & Google Ads).
- b) Dapat digunakan peserta sebagai panduan setelah pelatihan untuk mengembangkan bisnis mereka secara mandiri.

Video Tutorial & Rekaman Pelatihan

- a) Video praktik langsung mengenai cara membuat konten promosi, desain menggunakan Canva, dan cara memasang iklan digital.
- b) Rekaman sesi pelatihan online juga disediakan agar peserta bisa mengulang materi yang telah diberikan.

Template Konten Digital

- a) Template desain media sosial untuk Instagram, Facebook, dan TikTok yang dapat langsung digunakan oleh peserta.
- b) Copywriting dan contoh caption promosi yang telah disesuaikan dengan strategi pemasaran digital.

2. Akun dan Platform Digital yang Dioptimalkan

Pembuatan dan Optimasi Akun Bisnis Online

- a) 80% peserta telah berhasil membuat atau mengoptimalkan akun bisnis mereka di Instagram, Facebook, dan marketplace (Shopee, Tokopedia, dll.).
- b) Akun-akun ini kini memiliki bio yang lebih menarik, feed yang rapi, serta strategi konten yang lebih terarah.

Pembuatan dan Pengelolaan Toko Online

- a) Beberapa peserta yang sebelumnya hanya berjualan secara offline kini telah memiliki toko online yang aktif.
- b) Produk mereka kini lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli karena telah dioptimalkan dengan teknik SEO marketplace.

Pelaksanaan Kampanye Digital & Pemasangan Iklan

- a) Sebagian peserta telah berhasil melakukan iklan berbayar di Facebook & Instagram dengan bimbingan mentor.
- b) Beberapa peserta juga telah memanfaatkan fitur promosi di marketplace untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.

3. Peningkatan Keterampilan dan Kepercayaan Diri Mitra

Keterampilan Digital Marketing yang Meningkat

- a) Sebelum pelatihan, hanya 30% peserta yang memahami digital marketing, setelah pelatihan meningkat menjadi 85%.
- b) Mitra kini lebih mahir dalam membuat konten promosi, mengelola media sosial, serta memahami cara menarik pelanggan melalui strategi digital.

Kepercayaan Diri dalam Berbisnis Secara Digital

- a) Sebelum pelatihan, banyak peserta merasa takut atau tidak percaya diri menggunakan platform digital. Kini 70% peserta lebih yakin dalam menjalankan bisnis secara online.
- b) Mereka juga lebih paham mengenai keamanan transaksi digital serta strategi pemasaran yang lebih efektif.

4. Pembentukan Komunitas Perempuan Digitalpreneur

Grup WhatsApp/Telegram untuk Dukungan Berkelanjutan

- a) Dibentuk komunitas digital bagi peserta untuk saling berbagi pengalaman, bertanya, dan mendapatkan pendampingan setelah pelatihan.
- b) Komunitas ini menjadi wadah bagi mitra untuk terus berkembang dan bertukar ide dalam menjalankan bisnis digital mereka.

Mentoring Lanjutan dan Pendampingan Bisnis

- a) Beberapa peserta yang ingin lebih mendalami strategi pemasaran digital mendapatkan mentoring lanjutan secara individu maupun kelompok.
- b) Program pendampingan ini membantu mereka untuk mengembangkan bisnis dengan strategi digital yang lebih efektif.

Foto Kegiatan.



Gambar 1. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Kegiatan "Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Digital Marketing melalui Pelatihan Praktis" telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan keterampilan digital marketing bagi perempuan pelaku usaha. Peserta kini lebih memahami strategi pemasaran digital, memiliki akun bisnis yang dioptimalkan, dan mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis secara online.

Dampak positif yang telah terlihat meliputi:

1. Peningkatan pemahaman digital marketing dari 30% menjadi 85% setelah pelatihan.
2. Pengoptimalan akun bisnis digital, termasuk media sosial dan marketplace.
3. Kenaikan interaksi pelanggan dan peningkatan penjualan bagi beberapa peserta.
4. Terbentuknya komunitas perempuan digitalpreneur sebagai wadah dukungan dan pengembangan bisnis berkelanjutan.

Namun, program ini juga menunjukkan bahwa pendampingan jangka panjang masih diperlukan agar mitra dapat terus berkembang dan menerapkan strategi digital marketing secara lebih mendalam.

Pelajaran yang dapat diambil dari pelaksanaan kegiatan ini, ada beberapa hal yang menjadi pembelajaran penting:

1. Pentingnya pendekatan berbasis praktik → Peserta lebih mudah memahami materi ketika diberikan contoh nyata dan langsung mempraktikkan strategi digital marketing.
2. Dukungan dan pendampingan setelah pelatihan sangat dibutuhkan → Banyak peserta masih membutuhkan bimbingan dalam menjalankan pemasaran digital secara konsisten.
3. Kesiapan teknologi dan akses internet menjadi tantangan → Beberapa peserta mengalami kendala dalam mengakses platform digital karena keterbatasan perangkat atau jaringan internet.

Rekomendasi untuk keberlanjutan program untuk memastikan dampak program yang lebih berkelanjutan, beberapa rekomendasi berikut dapat diterapkan:

Pendampingan lanjutan & mentoring berkelanjutan

- a) Mengadakan sesi mentoring setiap bulan untuk membantu peserta dalam mengatasi kendala bisnis digital mereka.
- b) Menyediakan forum diskusi online yang aktif sebagai wadah tanya-jawab dan berbagi pengalaman.

Pelatihan lanjutan dengan fokus yang lebih spesifik

- a) Program lanjutan bisa mencakup strategi periklanan digital yang lebih kompleks, analisis data bisnis, serta manajemen keuangan digital.
- b) Menggunakan studi kasus dari peserta untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran.

Kolaborasi dengan pihak eksternal

- a) Mengajak platform e-commerce, komunitas bisnis, atau perusahaan digital untuk memberikan wawasan dan peluang lebih bagi peserta.
- b) Bekerja sama dengan pemerintah atau NGO untuk memperluas jangkauan program.

Penyediaan akses teknologi dan sumber belajar tambahan

- a) Menyediakan bantuan perangkat atau paket internet bagi peserta yang mengalami kendala akses teknologi.
- b) Membuka pusat pembelajaran digital bagi perempuan yang ingin terus mengembangkan keterampilan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, T., & Dron, J. (2011). Three generations of distance education pedagogy. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 12(3), 80-97.
- Hargittai, E. (2010). Digital na(t)ives? Variation in internet skills and uses among members of the "net generation." *Sociological Inquiry*, 80(1), 92-113.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 3-10.
- Sun, P.-C., Tsai, R. J., Finger, G., Chen, Y.-Y., & Yeh, D. (2008). What drives a successful e-learning? An empirical investigation of the critical factors influencing learner satisfaction. *Computers & Education*, 50(4), 1183-1202.
- UNESCO. (2018). *Digital literacy in education: Guidelines for policy and practice*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.