

PELATIHAN E-MAIL *MARKETING* BAGI UMKM WILAYAH KELURAHAN PANINGGILAN UTARA

Rizky Tahara Shita¹⁾, Lauw Li Hin²⁾, Anita Diana²⁾, Dwi Achadiani³⁾, Fatmasari⁴⁾

¹⁾Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

²⁾Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

³⁾Sistem Komputer, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

⁴⁾Sistem Informasi, STMIK Antar Bangsa, Karang Tengah, Ciledug, Tangerang, Banten, Indonesia

Corresponding author : Rizky Tahara Shita

E-mail : rizky.taharashita@budiluhur.ac.id

Diterima 26 September 2023, Direvisi 28 Oktober 2023, Disetujui 30 Oktober 2023

ABSTRAK

Saat ini internet menjadi kebutuhan utama dari setiap masyarakat. Salah satu fasilitas yang memanfaatkan internet adalah *electronic mail* (e-mail) untuk berkirim pesan dengan lebih cepat dibandingkan cara biasa. Pengiriman e-mail, dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk agar usaha dapat lebih berkembang yaitu dengan menggunakan teknik e-mail *marketing*. Pada pelatihan kali ini, dilakukan pelatihan e-mail *marketing* bagi masyarakat di wilayah kelurahan Paninggilan Utara, agar memanfaatkan e-mail untuk pengembangan usaha. Dalam kegiatan ini dilakukan beberapa tahapan, yaitu pengamatan langsung, wawancara, dan studi literatur. Metode yang digunakan antara lain penjelasan teori dan praktek langsung kepada peserta. Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini adalah masyarakat dapat mengetahui pemanfaatan internet dan e-mail untuk pengembangan usaha melalui teknik e-mail *marketing*, serta terwujudnya misi Kelurahan Paninggilan Utara sebagai mitra pelatihan. Pemanfaatan internet dan e-mail melalui pelatihan ini, diharapkan dapat membantu masyarakat untuk melakukan pemasaran dalam mengembangkan usahanya.

Kata kunci: internet; e-mail; *marketing*.

ABSTRACT

Currently, the internet is the main need of every society. One of the facilities that utilizes the internet is electronic mail (e-mail) to send messages faster than normal methods. Sending e-mail can be used to market products so that the business can develop further, namely by using e-mail marketing techniques. In this training, e-mail marketing training was carried out for people in the Paninggilan Utara sub-district area, so that they could use e-mail for business development. In this activity, several stages were carried out, namely direct observation, interviews, and literature study. The methods used include direct theoretical and practical explanations to participants. The results obtained from this training are that the public can understand the use of the internet and e-mail for business development through e-mail marketing techniques, as well as realizing the mission of North Paninggilan Village as a training partner. It is hoped that the use of the internet and e-mail through this training can help people carry out marketing in developing their businesses.

Keywords: internet; e-mail; marketing.

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi adalah salah satu cara yang membantu perusahaan untuk berfungsi dengan baik, memperoleh pangsa pasar dengan jangkauan yang lebih luas, dan mungkin berupaya menuju pemasaran yang lebih efektif untuk tujuan komersial yang dipilihnya. Salah satu sarannya adalah adanya teknik pemasaran internet dan email yang dapat membantu pengusaha besar dan kecil untuk mengembangkan bisnisnya lebih lanjut. Pada era globalisasi dengan segala teknologi dan telekomunikasi yang terus berkembang, maka Perguruan Tinggi diharapkan dapat

membantu masyarakat dalam mengatasi hal tersebut. Bentuk bantuan yang diberikan dapat berupa pelatihan yang mengenalkan berbagai keterampilan, berwirausaha maupun berbagai bentuk lainnya dalam konteks pendidikan yang merupakan pendidikan non formal. Untuk hal tersebut, maka pada program pelatihan kali ini, diselenggarakan pelatihan e-mail *marketing* yang memanfaatkan internet dalam mengembangkan usaha. Pelatihan kali ini bekerjasama dengan masyarakat Kelurahan Paninggilan Utara. Kelurahan Paninggilan Utara adalah sebuah kelurahan di wilayah Kecamatan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi

Banten, Indonesia. Kelurahan ini memiliki 48 rukun tetangga dan 17 rukun warga. Masyarakat di Kelurahan Paninggilan Utara inilah yang kami bantu dalam pelatihan kali ini, agar kedepannya diharapkan dapat membangun usaha yang dijalani dengan memanfaatkan pendekatan e-mail *marketing* sebagai sarana pengembangan usaha yang dijalani.

Masalah yang dihadapi warga Desa Paninggilan Utara antara lain adalah kurangnya pelatihan yang ditunjang dengan fasilitas pelatihan di lingkungan Desa Paninggilan Utara, kurangnya tenaga pengajar di lingkungan Desa Paninggilan Utara, dan kurangnya minat masyarakat terhadap pemasaran online bagi bisnis mereka. Oleh karena itu, pelatihan tentang cara menggunakan Internet, internet, teknologi dan email akan dapat membantu masyarakat lingkungan hidup di Desa Paninggilan Utara agar dapat memaksimalkan pemasaran usahanya melalui email *marketing* sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut.

Hasil dari pelatihan ini adalah masyarakat pada lingkungan Kelurahan Paninggilan Utara memahami cara memanfaatkan internet dan e-mail *marketing*. Selain itu, masyarakat pada lingkungan Kelurahan Paninggilan Utara mengetahui dan memahami teknik pengiriman e-mail untuk keperluan *marketing* dalam memasarkan produk dari usahanya.

Pada publikasi sebelumnya (Siregar et al., 2021) tertulis bahwa capaian utama dari pelatihan ini adalah untuk memberikan berbagai dukungan dan pelatihan terkait dasar-dasar pengelolaan usaha yang baik, termasuk pemberdayaan dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia UMKM melalui pelatihan penerapan pasar. Cara pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah dengan ceramah, tutorial aplikasi dan diskusi. Publikasi lainnya (Paramita et al., 2022) disebutkan bahwa Pengabdian masyarakat ini akan melatih para pemasar untuk bereksperimen menggunakan Facebook untuk berjualan online sebagai alternatif berjualan guna mengembangkan bisnisnya dan memaksimalkan keuntungan. Pelayanan tersebut menggunakan pendekatan *learning by doing* yang dimulai dengan kerja lapangan dan dilanjutkan dengan pembelajaran tatap muka.

Pada pelatihan sebelumnya (Ika et al., 2022) dinyatakan permasalahan ini dapat diatasi melalui pelatihan pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan telepon seluler untuk pendidikan kewirausahaan online, sebagai salah satu solusi yang diberikan. Teknik yang digunakan terdiri dari pelatihan dan saran mengenai strategi pemasaran yang sesuai untuk memasarkan produk, dengan tujuan

meningkatkan penjualan dan memperluas distribusi produk.

Sedangkan pada kegiatan sebelumnya yang dipublikasikan (Ratnasari et al., 2021) dituliskan bahwa Pemasaran digital seharusnya menjadi solusi bagi UMKM untuk menjual produk secara online agar transaksi tetap bisa terjadi. Kegiatan Abdimas fokus pada pelatihan penggunaan media digital khususnya media sosial dan pemasaran, serta penerapan strategi pemasaran online. Melalui pengabdian kepada masyarakat seperti ini, anggota koperasi dapat memiliki keterampilan yang diperlukan dalam mengelola pemasaran digital, juga menginginkan transformasi bisnis dari tradisional ke modern, serta mendapatkan akses pasar yang lebih luas khususnya bagi anggota.

Kegiatan pelatihan lainnya (Shita et al., 2023) dituliskan bahwa hasil dari pelatihan ini anggota Yayasan akan memahami cara mengelola toko online dengan bukalapak.com sebagai media gratis, memahami dan mengapresiasi teknik optimasi mesin pencari untuk meningkatkan pemasaran toko online dan produknya. Hasilnya, bisnis komunitas dapat meningkatkan penjualan dan memaksimalkan pemasaran produk bisnis komunitas melalui *online marketplace*.

Jony Wong dalam bukunya menyatakan, bahwa dengan menggunakan metode internet *marketing*, usaha kita bisa dijalankan kapan saja, siang atau malam, dan dimana saja. Dengan metode ini, usaha kita akan terus berjalan, walaupun ruang kerja kita berpindah-pindah. Dengan metode ini pula, usaha kita nantinya dapat menembus pasar dunia, tanpa harus membuka kantor fisik di berbagai lokasi (Wong, 2013).

Dalam bukunya (Prasetyowati et al., 2020) Gusti Ngurah Mega Nata pada tahun 2017, menyatakan Pemasaran email adalah tindakan atau aktivitas mengirimkan informasi komersial, seperti promosi, penawaran produk, diskon, penawaran keanggotaan, dll. Untuk sekumpulan pengguna email. Pemasaran dengan email adalah salah satu strategi pemasaran yang paling efektif dan termurah. Namun, email pemasaran tidak boleh asal-asalan dan dikirim terus menerus.

Pada publikasinya (Sari, 2023), Puspa Novita Sari menuliskan tujuan kegiatan pelatihannya adalah memberikan pengetahuan dan wawasan terkait digital *marketing* untuk mengembangkan potensi lokal. Metode pelaksanaan diselenggarakan dalam 3 (tiga) tahapan pelaksanaan yakni *focus group discussion*, sarasehan, dan pendampingan teknis. Hasil pengabdian adalah peserta

pelatihan mampu memanfaatkan digital *marketing* untuk memasarkan produk.

Dalam kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya (Dewanti et al., 2023), menyatakan bahwa UMKM mitranya upaya pemasarannya masih terbatas dan menggunakan metode konvensional. Oleh karena itu, UMKM ini memerlukan pelatihan mengenai pentingnya memanfaatkan pemasaran digital agar sistem pemasarannya dapat ditingkatkan. Hal ini bertujuan untuk membantu UMKM mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka.

Pada kegiatan lainnya, (Azra, 2023) mengemukakan metode pelaksanaan dari kegiatan pelatihan ini adalah pemaparan materi secara mendalam oleh narasumber dan diikuti dengan tanya jawab oleh peserta pelatihan. Selanjutnya para peserta yang membutuhkan pendampingan lebih lanjut diberikan kesempatan untuk mendapatkan informasi dan bantuan dari narasumber.

Dalam publikasinya, (Novitasari et al., 2023) dituliskan bahwa permasalahan dari pelaku UMKM adalah dari segi pemasaran yang masih konvensional ditengah pesatnya kemajuan teknologi masa kini. Oleh karena itu, jangkauan penjualan juga masih terbatas. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu untuk mengembangkan UMKM menuju industri kreatif.

METODE

Kegiatan ini terbagi dalam beberapa tahapan seperti observasi langsung, wawancara dan penelitian literatur. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah dengan mengajarkan peserta pelatihan baik teori maupun praktek langsung. Kegiatan pelatihan dilaksanakan sesuai dengan metode proses penyampaian teori yang diterapkan selama magang. Pada saat yang sama, praktik bukan sekadar penyampaian teori. Teori yang disampaikan meliputi pengajaran dalam materi yang menjadi dasar praktik, pembekalan, dan diskusi. Sedangkan praktiknya meliputi metode tanya jawab serta latihan dan tugas. Metode yang dilakukan dengan pemaparan materi, berdiskusi, dan praktik, dirasakan sangat efektif, sehingga adanya digital *marketing* dapat memperluas jangkauan pasar menjadi meningkat (Brianita et al., 2023).

Pada tahap kegiatan yang dilakukan dengan metode pengumpulan data pelatihan ini, panitia pelatihan akan melakukan analisis kebutuhan pengguna pada masyarakat pedesaan di Paninggihan Utara. Tim pelatihan memberikan hasil analisis kebutuhan pada saat merencanakan kebutuhan pelatihan. Tim pelatihan kemudian menyiapkan modul

pelatihan untuk melatih para siswa. Selain itu, untuk mempersiapkan pelatihan, tim pelatihan juga mempersiapkan kondisi dalam proses pelatihan dan melakukan evaluasi peserta pelatihan dengan melakukan sesi pelatihan.

Dalam mencapai tujuan dari kebutuhan mitra, tim mengambil langkah-langkah persiapan agar dapat dipastikan pelatihan ini memenuhi tujuan dan harapan mitra. Langkah-langkah tersebut antara lain observasi langsung, wawancara atau tanya jawab dengan mitra khususnya masyarakat desa Paninggihan Utara, serta kajian pustaka. Dalam bukunya, Sukmadinata menuliskan pengamatan langsung berarti mengumpulkan informasi dengan mengamati langsung kegiatan yang bersangkutan (Sukmadinata, 2013). Sugiyono berpendapat dalam buku lain (Sugiyono, 2018) bahwa pengamatan adalah dasar dari semua pengetahuan. Observasi bertujuan untuk mengumpulkan informasi. Informasi yang diperoleh akan dicatat dan disimpan. Dari segi observasi, tim pelatihan meninjau langsung salah satu masyarakat yang bermitra dengan para pelaku usaha di Desa Paninggihan Utara.

Sugiyono memaparkan tanya jawab (wawancara) sebagai langkah untuk mengetahui kebutuhan pasangan, menjelaskan masalahnya, dan menawarkan jawaban berbeda untuk mengetahui lebih lanjut mengumpulkan data dari orang-orang (Sugiyono, 2018). Menurut Nazir dalam bukunya (Nazir, 2014), dengan melapor langsung kepada responden, peneliti menerima informasi yang mereka butuhkan untuk mencapai tujuan penelitian mereka. Salah satu alat tersebut, yaitu panduan wawancara, dapat digunakan untuk mendukung tahap tanya jawab. Pada titik ini, tim panitia melakukan survei terhadap sejumlah komunitas mitra di Paninggihan Kerlahan Utara dengan perusahaan untuk mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan pelatihan mereka.

Dalam bukunya yang diterbitkan (Nazir, 2014), Pak Nazir menjelaskan bahwa penelitian kepustakaan adalah langkah pengumpulan data dengan cara mencari buku, jurnal, kajian, dan literatur yang berkaitan dengan masalah atau topik yang diteliti. Untuk mempelajari konsep dasar sastra, tahap Sastra mengumpulkan informasi dan data dari literatur dan sumber sastra lain yang berkaitan dengan suatu tema atau tema. Pada tahap ini panitia melakukan penelusuran literatur dan review berbagai sumber, jurnal, kajian, dan literatur tergantung tema kegiatan pendidikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilaksanakan di lab ICT Universitas Budi Luhur Jakarta, yang beralamat di Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara Jakarta Selatan. Workshop dibuka dengan sambutan dari kedua belah pihak. Untuk mendukung Lab ICT, kampus mendukung terselenggaranya pengabdian kepada masyarakat dimana mitra dapat langsung mempraktekkan apa yang telah dipelajari dengan menggunakan modul pembelajaran dan komputer yang terkoneksi dengan internet. Tim pengajar terdiri dari dosen yang berpengalaman dalam penjualan online dan cocok untuk menyelenggarakan perkuliahan dengan penjualan online. Berbagai alat seperti modul pelatihan, LCD proyektor, komputer lab ICT untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di lab ICT.

Rangkaian kegiatan pelatihan dimulai dari penulisan proposal, analisis awal kebutuhan pelatihan, pembuatan modul dan materi, persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan pelatihan, dan penulisan laporan. Sebagai persiapan kegiatan pelatihan, tim pelaksana menyiapkan modul dan materi pembelajaran untuk peserta. Materi yang diberikan antara lain Internet dan manfaatnya, jenis koneksi internet, Internet dan dunia *marketing*, E-mail *Marketing*, Jenis e-mail client, E-mail untuk keperluan *marketing*, Memanfaatkan *tools* e-mail *marketing*.

Pada mulanya, pelatihan ini diawali oleh dua pihak yang bekerjasama dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Dalam pembukaannya pihak kampus diwakili oleh Bapak Rizky Tahara Shita. Kemudian pada saat pelaksanaan, penyampaian materi dimulai oleh Bapak Lauw Li Hin yang membahas tentang dasar-dasar internet agar peserta memiliki kesamaan dalam pemahaman dasar tentang konsep internet. Materi ini terdiri dari Internet dan manfaatnya, jenis koneksi internet, Internet dan dunia *marketing*. Kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bapak Lauw Li Hin menyampaikan materi

Materi berikutnya berupa e-mail Marketing disampaikan oleh Bapak Rizky Tahara Shita, dengan pembahasan dimulai dari pemahaman tentang e-mail, jenis-jenis e-mail

client, materi tentang media pemasaran dan pemanfaatan e-mail untuk keperluan pemasaran yang tidak terlepas dari pemanfaatan internet. Kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Bapak Rizky Tahara Shita menyampaikan materi

Pelatihan diakhiri dengan melakukan tanya jawab dengan para peserta dengan harapan agar para peserta dapat memahami, menerapkan dan mengembangkannya menjadi salah satu media pemasaran yang juga dapat diandalkan serta dilakukan juga beberapa foto bersama dengan peserta.

Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini, antara lain, peserta mendapatkan pengetahuan tentang konsep memasarkan sesuatu melalui surat elektronik (e-mail). Peserta juga memiliki kesempatan dalam memanfaatkan teknologi internet, sehingga dapat memanfaatkannya pada media pemasaran. Dengan memanfaatkan *tools* yang tersebar di internet untuk keperluan *marketing online*, maka peserta mendapatkan sebuah cara yang berbeda dengan hasil yang lebih baik dalam pemasaran melalui media internet.

Atas kelancaran dan harapan terlaksananya pelatihan ini, kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Budi Luhur pusat bernaung kami dan masyarakat desa Paningilan Utara sebagai mitra kegiatan sebagai fasilitator kegiatan Fakultas Teknologi Informasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Pada pelatihan pengabdian yang telah dilakukan, para peserta mendapatkan manfaat dari sebuah konsep pemasaran melalui internet dengan menggunakan e-mail sebagai sarana pemasarannya. Hal ini berdampak pada pengetahuan dan kemampuan peserta dalam memasarkan sebuah produk secara *online*. Dengan tambahan materi terhadap *tools* untuk keperluan e-mail *marketing* yang tersebar secara gratis pada dunia maya, membuat para peserta tidak saja hanya mengandalkan e-mail dalam memasarkan sebuah produk secara *online*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Seluruh tim pelaksana kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat memberikan apresiasi setinggi-tingginya kepada Universitas Budi Luhur, khususnya DRPM Universitas Budi Luhur yang telah memberikan dukungan finansial terhadap kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat ini. Kami pun mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada masyarakat Kelurahan Paninggilan Utara sebagai mitra pelatihan.

DAFTAR RUJUKAN

- Azra, F. E. A. (2023). PENINGKATAN KAPASITAS KOMPETENSI UMKM DENGAN PELATIHAN PENYUSUNAN PROPOSAL USAHA DI DESA CIBITUNG KULON KABUPATEN BOGOR. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1782–1788.
- Brianita, O., Dindaputri, Z. N., & Harmawan, B. N. (2023). SOSIALISASI APLIKASI E-PEKEN SEBAGAI SARANA PENJUALAN ONLINE UMKM KELURAHAN SEMOLOWARU KOTA SURABAYA. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1640–1645.
- Dewanti, R. A., Marseto, & Nisa, F. L. (2023). PENERAPAN KONSEP DIGITAL MARKETING MENUJU EKONOMI KREATIF BAGI UMKM DESA NGEPOH KABUPATEN PROBOLINGGO. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 2018–2025.
- Ika, T., Kusumawanti, J., & Anggraini, T. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Sosial Media Dan Marketplace Serta. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1403–1407.
- Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. In *Ghalia Indonesia* (Cetakan 10). Ghalia Indonesia.
- Novitasari, D. S., Marseto, & Nisa, F. L. (2023). PENDAMPINGAN UMKM MENUJU INDUSTRI KREATIF MELALUI IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING KEPADA PELAKU UMKM DESA KEDUNGDALAM, KABUPATEN PROBOLINGGO Dwi. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1536–1543.
- Paramita, L., Putri, A. U., Yeni, Y., & Lazuardi, S. (2022). Pelatihan Cara Meningkatkan Pendapatan Melalui Pemanfaatan Facebook Sebagai Alternatif Penjualan Pada Pedagang Sembako Di Desa Alai Selatan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1333. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10388>
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI–No. 211/JTI/2019).
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie, H. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada Anggota Koperasi Umkm Juara Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(1), 64–70. <https://doi.org/10.36982/jam.v5i1.1823>
- Sari, P. N. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING BERBASIS POTENSI LOKAL DAERAH PADA ANGGOTA KARANG TARUNA DESA WANGEN KABUPATEN KLATEN. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1940–1947.
- Shita, R. T., Pramusinto, W., Hin, L. L., Diana, A., Achadiani, D., & Fatmasari. (2023). PENDAMPINGAN MASYARAKAT DI YAYASAN KREASI INSAN NUSANTARA (YAKIN) UNTUK PENJUALAN ONLINE MELALUI. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 94–100. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>
- Siregar, L. D., Farla, W., Diah, Y. M., Meitisari, N., & Mavilinda, H. F. (2021). PELATIHAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN PENDAMPINGAN APLIKASI TEKNIS MARKETPLACE SEBAGAI STRATEGI BAGI UMKM DESA KERINJING DI MASA PANDEMI. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 661–664.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). In *Alfabeta* (Cetakan 10). Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2013). Dalam Metode Penelitian Pendidikan. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Wong, J. (2013). *Internet marketing for beginners*. Elex Media Komputindo.