

Penyuluhan Pengenalan Internet Marketing di Desa Tabing Rimbah Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan

Aris Setia Noor¹, Kurniaty², Rina³

¹⁻³ Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

*Corresponding author

E-mail: [arissetianoor@gmail.com*](mailto:arissetianoor@gmail.com)

Article History:

Received: Dec, 2025

Revised: Dec, 2025

Accepted: Dec, 2025

Abstract: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada anggota masyarakat yang berlokasi di Mandastana Kabupaten Barito Kuala khususnya di desa tebing rimbah. Kelompok ini cukup potensial karena didukung oleh kondisi alam yang memadai dan sarana prasarana kelompok yang lengkap. Namun demikian, pengelolaan usaha dari kelompok ini masih dilakukan secara sederhana dan belum menerapkan pemasaran secara online. Karena itulah maka pemuda/i yang akan memulai usaha disana perlu untuk diperkenalkan pemasaran secara online untuk mempermudah mereka dalam memperkenalkan produk serta menambah pengetahuan atau wawasan tentang internet marketing. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKMS ini adalah Ceramah untuk menyampaikan teori dan konsep-konsep yang sangat prinsip dan penting untuk dimengerti serta dikuasai oleh peserta penyuluhan. Demonstrasi untuk menunjukkan suatu proses kerja sehingga dapat memberikan kemudahan bagi peserta penyuluhan serta latihan atau praktik.

Keywords:

Masyarakat Desa Tebing Rimbah, Pemasaran Online, Penyuluhan, Pengenalan Internet, Kalimantan Selatan

Pendahuluan

Negara-negara yang sedang berkembang, sudah banyak orang yang melakukan pemasaran online atau pemasaran dengan menggunakan internet (*internet marketing*). Pemasaran online di luar negeri didukung oleh fasilitas yang memadai, seperti akses internet cepat dengan jaringan ADSL, Ebank (bank yang tidak mempunyai cabang offline), dan jasa kurir (pengiriman barang) yang terintegrasi dengan penerimaan paket di *convenience store*.

Sementara itu di Indonesia, pemasaran online belum mencapai tahap *booming* seperti di luar negeri. Meskipun akses internet cepat dengan jaringan ADSL, dan 4G/5G sudah mulai dapat dinikmati oleh masyarakat, namun layanan akses internet

cepat tersebut masih terbatas pada kota-kota besar saja. Untuk mendukung akses perbankan yang cepat, murah dan mudah, hampir sebagian besar bank di Indonesia telah menyediakan layanan internet banking dan SMS banking. Meskipun demikian, produk tersebut adalah merupakan produk bank konvensional maupun non konvensional, yang membutuhkan biaya administrasi yang cukup tinggi untuk transfer antar bank. Hambatan lain juga terjadi pada penyedia layanan kurir (pengiriman barang), yaitu dengan masih banyaknya kasus paket yang hilang, paket yang sampai tidak tepat waktu, sampai dengan ongkos kirim yang mahal ke daerah terpencil dan daerah Indonesia Timur.

Walaupun pemasaran online di Indonesia menghadapi banyak hambatan, namun seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan teknologi perbankan serta pelayanan jasa kurir, Indonesia diyakini akan mampu mengejar ketertinggalannya dalam bidang pemasaran online dalam beberapa beberapa tahun yang akan datang. Dalam rangka menghadapi era *booming* pemasaran online di Indonesia, para pelaku bisnis dan UKM harus segera memulai pemasaran online.

Masyarakat diharapkan akan mampu bersaing dalam dunia kerja dan dunia usaha. Seiring dengan semakin banyaknya angka pengangguran di Indonesia, dibutuhkan semakin banyak wirausaha muda yang sanggup membuka lapangan kerja yang baru. Para wirausaha muda ini diharapkan dapat menjadi *agent of change* dalam memasarkan produk usahanya. Produk tidak hanya dipasarkan secara konvensional, tetapi juga harus dapat dipasarkan secara global menggunakan internet.

Pengajar adalah ujung tombak untuk memperkenalkan, supaya mampu berkompetisi dalam *internet marketing* di era global. Namun, sebagian besar pengajar masih belum mampu untuk mengikuti kecepatan perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam hal *internet marketing*. Pembelajaran tentang pemasaran produk selama ini baru mengacu pada pemasaran konvensional, yang mengandalkan promosi dan distribusi saja. Sementara itu, di era digital ini, ketika hampir setiap konsumen di Indonesia telah menggenggam internet ditangannya melalui hand phone, modem, dan sejenisnya, maka tuntutan akan *internet marketing* ini menjadi sesuatu yang tidak terelakkan.

Berdasarkan uraian di atas, dalam kegiatan PKMS ini diperlukan secara pendampingan pemasaran daring yang efektif mengenalkan cara pemasaran dengan menggunakan internet (*internet marketing*) kepada Masyarakat/ wirausahawan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku dalam mengambil kebijakan aktifitas

ekonomi usaha. Adapun *internet marketing* yang dikenalkan dalam kegiatan PKMS ini adalah pemasaran dengan menggunakan akun media sosial, facebook, instagram, shopee dan e commerce lainnya.

Kegiatan PKMS ini diharapkan mampu membuka wawasan sekaligus menyebarluaskan teknik pemasaran produk yang baru bagi para masyarakat/wira usaha muda untuk selanjutnya diajarkan sehingga mereka dapat memasarkan produknya secara lebih efisien dan efektif.

Penyuluhan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku dalam mengelola usahanya sehingga mampu berkontribusi bagi perekonomian wilayah dan negara serta mensejahterakan masyarakat serta menjadi andalan pemerintah sebagai kontributor utama dalam pendapatan domestik bruto.

Metode

A. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pada prinsipnya, Penyuluhan Pengenalan PKMS ini menggunakan metode belajar *learning by doing*. Sedangkan untuk perinciannya, beberapa metode yang digunakan dalam PKMS ini adalah:

1. Ceramah dan tanya jawab

Metode ini digunakan untuk menyampaikan teori dan konsep-konsep yang sangat prinsip dan penting untuk dimengerti serta dikuasai oleh peserta penyuluhan. Metode ini juga memberikan kesempatan kepada peserta penyuluhan untuk bertanya sehingga komunikasi dapat dilakukan dua arah.

2. Demonstrasi

Metode ini digunakan untuk menunjukkan suatu proses kerja sehingga dapat memperjelas pemahaman peserta pelatihan. Dengan demikian peserta dapat mengamati secara sempurna teknik-teknik yang diberikan.

3. Latihan atau praktik

Metode ini dapat dilakukan bersamaan dengan instruktur penyuluhan yang melakukan demonstrasi agar penggunaan waktu dapat lebih efisien dan hasil yang dicapai lebih efektif. Setiap tahapan teknik didemonstrasikan oleh instruktur kemudian langsung diikuti oleh para peserta penyuluhan.

B. Khalayak Sasaran

Anggota khalayak sasaran yang cocok untuk dilibatkan dalam kegiatan ini adalah:

1. Para pemuda/i yang akan memulai usaha diharapkan mampu untuk berkumpul untuk mengetahui teori maupun praktek tentang pemasaran online.
2. Para pemuda/i yang akan memulai usaha di Desa Tebing Rimbah Kecamatan Mandastana setempat yang khususnya.

C. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan pelaksanaan akan dilakukan kegiatan – kegiatan sebagai berikut:

1. Pembagian materi dalam bentuk *hardcopy*
2. Penjelasan umum tentang sistem pemasaran *online*
3. Workshop pemanfaatan media *online* sebagai sarana pemasaran hasil produksi para masyarakat yang mempunyai usaha.

Hasil

Hasil pengabdian yang telah dilakukan kepada kelompok pemuda dan pemudi, dihadiri sebanyak 20 lebih peserta, dimana secara keseluruhan berusia masih taraf produktif sekitar 20 – 30 tahun. Adapun isian dari hasil pengabdian ini adalah sebagai berikut:

A. Penyuluhan dan Pengenalan

Pada tahapan ini, tim memberikan materi strategi internet marketing yang mudah dipahami bagi pemula dalam memahami internet yang disusun dengan pendekatan sederhana dan praktis. Materi ini mencakup pengenalan tentang pemasaran lewat internet, menjelaskan manfaat penggunaan media sosial dan platform e-commerce, serta memberikan langkah-langkah praktis dalam membuat dan mengelola kampanye pemasaran online. Selain itu, fokus pada pelaksanaan strategi dapat diakses dengan perangkat sederhana seperti ponsel pintar, serta memberikan panduan langkah demi langkah untuk meningkatkan visibilitas produk dan mencapai pasar target, yang disertai dengan contoh-contoh kasus yang relevan, materi ini akan membantu peserta dalam mengatasi kendala dalam memahami dan

meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mereka dalam internet marketing.

Gambar 1. Pemberian materi



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Selanjutnya pemberian materi penggunaan media sosial menitikberatkan pada langkah-langkah sederhana dan praktis, dimana para peserta diajarkan cara membuat akun media sosial, memahami berbagai platform populer, dan mengelola konten secara efektif. Materi ini mencakup pengenalan tentang manfaat media sosial dalam pemasaran produk, seperti berbagi informasi produk dan interaksi langsung dengan calon pembeli. Penggunaan panduan langkah demi langkah ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Smidt & Jokonya, (2022), yang menghasilkan bahwa memberikan panduan langkah demi langkah dalam penyuluhan internet marketing dengan mempertimbangkan keterbatasan teknologi, secara efektif dapat meningkatkan kehadiran di dunia digital. Artinya dengan materi ini dapat membantu peserta untuk mengoptimalkan peluang pemasaran online, berbasis konten yang mudah dipahami dan langkah yang praktis, sehingga memberikan dampak positif dalam mencapai pasar yang lebih luas dan kesuksesan bisnis melalui platform internet.

Penyuluhan pada materi penggunaan platform e-commerce, dilakukan dengan mengajarkan panduan langkah demi langkah dalam mengunggah, mendeskripsikan produk, mengelola inventaris serta menerima dan mengelola pesanan dari pembeli.

Setelah penyampaian materi, selanjutnya tim pengabdian memberikan pendampingan dan bimbingan langsung kepada peserta dalam menerapkan keterampilan pemasaran online, dimana tim mendampingi dan membantu peserta membuat akun media sosial (facebook), Akun Tik Tok dan Instagram dengan

memberikan panduan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, tim memberikan contoh-contoh praktis dalam pemasaran online. Melalui pendekatan yang interaktif dan mendukung, peserta akan diberdayakan untuk mengatasi hambatan teknologi dan secara efektif menerapkan keterampilan pemasaran online untuk meningkatkan penjualan produk mereka.

Berikut akan kami tuliskan kembali tutorial pembuatan akun di masing-masing aplikasi tersebut.

1. Tutorial Pembuatan Akun Facebook
 - a. Download aplikasi Facebook di Playstore untuk pengguna Android atau Appstore untuk pengguna IOS;
 - b. Buka Aplikasi Facebook yang ada di hp;
 - c. Masukkan nama, email atau nomor ponsel, kata sandi, tanggal lahir, dan jenis kelamin Anda;
 - d. Klik Daftar;
 - e. Untuk menyelesaikan pembuatan akun, Anda harus mengonfirmasi email atau nomor ponsel Anda;
 - f. Akun Facebook telah siap digunakan.
2. Tutorial pembuatan Akun Tik Tok
 - a. Download dan instal aplikasi TikTok dari Google Play Store (Android) atau App Store (iOS).
 - b. Jika sudah terpasang, langsung buka dan masuk ke aplikasinya.
 - c. Ada metode login yang bisa Anda pilih mulai dari nomor hp, email, akun Google, akun Facebook, Line, Twitter hingga KakaoTalk.. Silahkan Anda pilih salah satunya.
 - d. Apabila Anda memilih metode login dengan email, maka Anda akan diminta untuk memberikan informasi tanggal lahir.
 - e. Setelah itu, klik pada menu Email dan ketikkan alamat email yang ingin digunakan untuk mendaftar TikTok > Berikutnya.
 - f. Lalu tinggal buat kata sandi dan juga username > Mendaftar. Selesai.
3. Tutorial Pembuatan Akun Instagram
 - a. Buka aplikasi Instagram.
 - b. Pilih 'Buat Akun', kemudian masukan nama pengguna/ username.
 - c. Klik 'Selanjutnya' lalu pilih 'Buat Akun dengan Email atau Nomor

Telepon'.

- d. Ketuk bagian 'Email' dan masukkan alamat email yang ingin kamu gunakan.
- e. Tunggu beberapa saat hingga Instagram mengirimkan kode akses melalui email yang sudah kamu input.
- f. Masukkan 'Password' (disarankan berbeda dengan email).
- g. Klik 'Selesaikan Pendaftaran' lalu ikuti langkah selanjutnya seperti 'Temukan Teman Facebook' dan lainnya.
- h. Semuanya selesai dan kamu bisa langsung menggunakan aplikasi Instagram.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

B. Capaian Target Luaran

Dari hasil angket yang diberikan kepada peserta menunjukkan bahwa 100% peserta kegiatan pengabdian ini menyebutkan sangat perlu diadakan, 100% peserta beranggapan bahwa kegiatan ini dapat membantu di dalam memasarkan produk secara online, 100% peserta mengatakan metode pemberian materi dangan cara langsung seperti ini sangat menarik, 80% peserta mengatakan perlu dilakukan kegiatan ini secara rutin, dan 100% peserta mengatakan kegiatan ini akan memberikan dampak positif untuk mengetahui perkembangan dalam memasarkan produk secara online serta penerapan keterampilan pemasaran online secara praktis. Penggunaan ini sesuai dengan hasil penelitian Mikkelsen & Chapagain, (2023), yang menunjukkan bahwa tutorial online memberikan manfaat besar dalam pelatihan pemasaran online. Konten visual dan interaktif dalam tutorial memberikan contoh yang konkret dan

mudah dipahami, mempermudah pemahaman tentang keterampilan pemasaran online secara praktis. Dengan melihat contoh penggunaan platform, strategi pemasaran, dan langkah-langkah praktis, peserta dapat dengan cepat mengaplikasikan keterampilan tersebut dalam bisnis mereka.

Gambar 3. Foto bersama akhir kegiatan pengabdian



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Kesimpulan

1. Peningkatan Kesadaran: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang internet marketing dapat meningkatkan kesadaran masyarakat Desa Tabing Rimbah tentang pentingnya digitalisasi dalam bisnis.
2. Peningkatan Kemampuan: Dengan pelatihan dan edukasi, masyarakat dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan internet untuk mempromosikan produk atau jasa mereka.
3. Peningkatan Ekonomi: Internet marketing dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Tabing Rimbah dengan meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka secara online.

Saran

1. Pelatihan Berkelanjutan: Lakukan pelatihan berkelanjutan untuk memastikan masyarakat Desa Tabing Rimbah dapat terus meningkatkan kemampuan mereka dalam internet marketing.
2. Pembuatan Website: Bantu masyarakat Desa Tabing Rimbah dalam pembuatan website untuk mempromosikan produk atau jasa mereka.

3. Penggunaan Media Sosial: Ajarkan masyarakat Desa Tabing Rimbah cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau jasa mereka.
4. Kerja Sama: Fasilitasi kerja sama antara masyarakat Desa Tabing Rimbah dengan pelaku usaha online untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan produk atau jasa mereka.
5. Monitoring dan Evaluasi: Lakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk memastikan kegiatan tersebut efektif dan berkelanjutan.

Daftar Referensi

- Dianawati, A., 2008, "6 Rahasia Sukses Menjadi Jutawan Internet", Mediakita, Jakarta
- Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, 2017 Entrepreneurship. Tenth edition. Published by McGraw-Hill Education.
- Kotler, Phillips, Garry Armstrong. 2018. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Terjemahan Alexander Sindoro. Prehallindo: Erlangga. Jakarta.
- Kurnia, R.A., 2008, "Website yang Baik itu Memperindah Content, Bukan Desain!", (http://www.dibekasi.net/page_highlights.php?id_brt=55)
- Onggo, B.J., 2008, "Google is My Salesman", Examedia Publishing, Bandung
- Rahardjo, B.,dkk. 2019, "E-Commerce di Indonesia: Peluang dan Tantangan", (<http://budi.insan.co.id>)
- Suryana. 2019. *Enterprenuership*: Kiat dan Proses menjadi sukses. Edisi Empat. Salemba Empat. Jakarta.