

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Pelatihan Kewirausahaan dan E-Marketing untuk Meningkatkan Potensi Ekonomi Masyarakat

Awin Mulyati¹, Rachmawati Novaria², Agung Pujianto³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email korespondensi: awin@untag-sby.ac.id

Abstrak

Desa Buduran terletak di Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan. ada 2 (dua) tempat wisata yaitu Pasarean Aermata Ibu dan Bukit Kapur Arosbaya. Adanya jembatan Suramadu yang digratiskan oleh pemerintah, diharapkan kunjungan wisatawan ke Madura akan meningkat. Permasalahannya kunjungan wisatawan ke Madura terus mengalami penurunan termasuk ke destinasi wisata Arosbaya. Hal ini dikarenakan objek wisata tersebut belum dikelola secara optimal, serta kurangnya inisiatif masyarakat untuk menggali potensi kawasan wisata, dan kurangnya pengetahuan teknis untuk menghasilkan produk unggulan sebagai ciri khas objek wisata di Arosbaya. Metode implementasi dalam penelitian ini adalah pendekatan terapan. Studi ini dilakukan dengan memberdayakan kelompok ibu rumah tangga dan remaja dengan pelatihan perencanaan dan pembuatan produk olahan serta pelatihan pemasaran online. *Outputnya* termotivasinya ibu rumah tangga untuk berkembang, mandiri dalam mengelola kawasan wisatanya dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat setempat dan meningkatkan pendapatan asli daerah.

Kata-kunci: pemberdayaan, kewirausahaan, pemasaran online.

Pengantar

Desa buduran terdiri dari 6 (enam) dusun dengan jumlah penduduk berdasarkan Profil Desa Tahun 2016 sebanyak 2572 jiwa yang terdiri dari 1358 jiwa laki-laki dan juga 1214 jiwa perempuan. Mengalami pertumbuhan sebanyak 195 jiwa jumlah penduduk dari data Profil Desa Tahun 2014. Desa Buduran terletak di Kecamatan Arosbaya yang berjarak 21,9 km dari ibu kota Kabupaten Bangkalan. Desa yang terletak tidak jauh dari kota Bangkalan ini terdapat 2 (dua) tempat wisata yaitu Pasarean Aermata atau makam Ratu Ibu, demikian penduduk Madura menyebut situs bersejarah tersebut disamping populer keunikan seni arsitekturnya, juga konon karena kadar kekeramatanya. Tidak jauh dari tempat tersebut juga terdapat Wisata Bukit Kapur yang terkenal dengan sebutan Bukit Kapur Arosbaya.

Dahulunya, Bukit Kapur Arosbaya adalah sebuah tambang batu kapur biasa dengan bukit sisa pahatan. Namun sekarang bukit kapur ini telah menjadi objek wisata di Madura. Bukit bekas pahatan sisa penambang kapur di sini justru menghadirkan bentuk-bentuk unik dan menjadi alasan orang-orang yang berkunjung. Tak hanya bekas pahatan saja yang unik, warna Bukit Kapur yang merah berbau kuning dan taburan hijau daun serta ilalang menambah keeksotisan lokasi ini.

Tak heran jika keindahan Bukit Kapur Arosbaya telah menjadi salah satu destinasi yang diburu oleh

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Pelatihan Kewirausahaan dan E-Marketing untuk Meningkatkan Potensi Ekonomi Masyarakat para pencinta traveling dan tentunya dunia fotografi. Apalagi dalam beberapa pekan terakhir kunjungan ke sejumlah destinasi di Madura cenderung meningkat pasca digratiskannya jembatan Suramadu oleh pemerintah.

Namun sayangnya sejak mulai dioperasikannya jembatan Suramadu pada tahun 2009, pengembangan wilayah di Madura dirasakan belum signifikan memperlihatkan peningkatan kunjungan wisatawanannya.

Peningkatan kondisi sosial dan ekonomi nampak hanya terjadi di wilayah yang berada di sekitar jalan akses Kawasan Kaki Jembatan Suramadu saja, sehingga peningkatan belum dirasakan oleh masyarakat yang tinggal jauh dari lokasi kaki Jembatan Suramadu, termasuk masyarakat yang tinggal di lokasi Pariwisata Arosbaya.

Tabel 1. Data jumlah Kunjungan wisatawan Ke Kab Bangkalan
Sumber: laman Bangkalankab.go.id

Tahun	Jumlah Wisatawan
2015	1.777.251
2016	1.694.092
2017	1.349.422

Dari tabel 1 dapat di lihat dalam 3 tahun terakhir kunjungan wisata ke Kabupaten Bangkalan cenderung mengalami penurunan. Hal ini bisa disebabkan karena obyek-objek wisata yang berada di Pulau Madura khususnya Kabupaten Bangkalan belum dikelola secara maksimal baik terkait sarana dan prasarananya maupun sumber daya pendukung yang berada disekitar lokasi objek tersebut, sehingga keberadaan objek wisata belum memberikan nilai tambah yang signifikan bagi peningkatan ekonomi masyarakat sekitar.

Adapun permasalahannya yang pertama sebagian besar masyarakatnya belum memiliki tingkat partisipasi yang tinggi dalam pemanfaatan potensi wisata Arosbaya. Selain itu masih rendahnya tingkat partisipasi masyarakat pada tahap pemanfaatan potensi di kawasan wisata Arosbaya. Hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya inisiatif untuk memunculkan usaha padahal potensi kunjungan wisatawan cukup besar di kawasan destinasi wisata Arosbaya. Kedua minimnya pengetahuan teknis untuk mengelola potensi produk unggulan sebagai ciri khas objek wisata, sehingga sampai sekarang belum ada satupun barang cinderamata khas Bangkalan yang dijual di destinasi wisata Bukit Kapur Arosbaya. Ketiga potensi kunjungan wisata cukup besar namun upaya mempromosikan dan memasarkan destinasi wisata kawasan Arosbaya oleh masyarakat setempat belum pernah dilakukan atau pemasaran masih menggunakan gaya tradisional dari mulut ke mulut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut: Pertama Bagaimana menumbuhkan kesadaran pentingnya menjaga dan memelihara objek wisata sebagai ladang untuk menumbuhkan potensi ekonomi dan dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Kedua Bagaimana menumbuhkan kreatifitas usaha dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menghasilkan produk unggulan dengan memanfaatkan potensi destinasi wisata. Ketiga bagaimana menumbuhkan kemampuan masyarakat untuk mempromosikan dan memasarkan destinasi wisata agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Adapun tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terutama ibu-ibu dan para pemuda dalam upaya pengelolaan potensi wisata, dan meningkatkan status, posisi dan kondisi

masyarakat ibu-ibu dan pemuda agar memiliki kemandirian di bidang ekonomi. Uraikan latar-belakang kegiatan dan tujuan kegiatan pada bagian ini. Satu atau dua paragraf awal bagian pendahuluan menjelaskan latar-belakang/konteks. Paragraf terakhir bagian ini berisi tujuan penulisan dan penalarannya.

Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan terapan. Dimana dalam kajian ini dilakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga dan remaja dengan memberikan pelatihan dan sekaligus pendampingan dibidang perencanaan dan pembuatan produk olahan serta pelatihan pemanfaatan internet dan media sosial untuk memperkenalkan, menyebarkan dan memasarkan produk. Kajian ini dilakukan terhadap kelompok ibu-ibu rumah tangga yang tergabung dalam kelompok PKK dengan berbagai latar belakang dan remaja putri. Pelatihan diberikan secara bertahap. Mulai pemilihan produk, proses pengolahan sampai mendesain kemasan. Terakhir diberikan pelatihan dan sekaligus pendampingan bagaimana memanfaatkan internet untuk memasarkan produk. Selanjutnya akan dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan yang diberikan terkait dengan aspek-aspek: materi, pelatih, penyelenggaraan dan peserta. Evaluasi materi meliputi: keluasan dan kecukupan materi, kesesuaian dengan keinginan peserta. Evaluasi pelatih meliputi: penguasaan dan ketepatan waktu, sistematika penyajian, penggunaan metode & alat bantu, daya simpati, gaya, dan sikap terhadap peserta, penggunaan bahasa, pemberian motivasi belajar kepada peserta, pencapaian tujuan instruksional, kerapian berpakaian. Penyelenggaraan pelatihan meliputi: keseluruhan penyelenggaraan, ruangan dan fasilitas, dan waktu atau jadwal yang disediakan. Untuk peserta evaluasi dilakukan dengan pengamatan terhadap kehadiran, partisipasi, dan antusiasme. Struktur materi pelatihan disusun secara praktis dan sederhana serta dilengkapi dengan contoh dan demonstrasi sehingga mudah dicerna. Hal ini juga mengacu pada latar belakang dan kebutuhan peserta. Selengkapnya susunan materi pelatihan digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Struktur Materi Pelatihan

Sumber : Diolah penulis

No	Materi	Waktu	Metode Pelaksanaan
1	Pentingnya Objek Wisata	30 menit	Ceramah
2	Produk "Puding Labu "	2 Jam	Praktek
3	Branding Product	1,5 jam	Tutorial
4	Google Bisnisku	2 Jam	Tutorial dan praktek

Materi pelatihan disusun secara ringkas dan sederhana disesuaikan dengan waktu, sarana prasarana serta melihat kemampuan peserta. Adapun materi selengkapnya adalah sebagai berikut:

Materi pertama adalah pemaparan terkait dengan pentingnya keberadaan objek wisata dan kemanfaatannya untuk menunjang sumber-sumber ekonomi masyarakat atau keluarga. Penjelasan dengan memberikan berbagai model produk wisata, daerah wisata yang dikomparasikan dengan beberapa objek sejenis di tempat lain. Dari paparan ini diharapkan tumbuh kesadaran dari

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Pelatihan Kewirausahaan dan E-Marketing untuk Meningkatkan Potensi Ekonomi Masyarakat masyarakat akan pentingnya menjaga dan memelihara objek wisata bagi kelangsungan hidup tidak hanya terhadap objek itu sendiri tetapi juga kontribusinya objek wisata bagi masyarakat sekitar.

Materi kedua dilanjutkan dengan memunculkan satu produk olahan berbahan dasar Labu. Bahan labu ini kebetulan cukup banyak di pasaran. Di Masyarakat sekitar Labu ini biasaya bila telah matang cukup di rebus atau dibuat sebagai bahan campuran kolak. Kali ini peserta diperkenalkan untuk mengolah labu tidak hanya direbus atau sebagai bahan dasar kolak tetapi dirubah sebagai bahan olahan untuk membuat puding atau yang lebih dikenal dengan nama "Puding Labu".

Materi Ketiga adalah Proses Pengemasan dan Branding Product, materi ini merupakan kelanjutan dari materi yang sebelumnya. Pada materi ini peserta diperkenalkan bagaimana memilih kemasan dan membuat identitas produk, yang berupa nama dan merk produk. Desain label nama dan merk produk di desain dengan menggunakan program photoshop dan dicetak dalam bentuk label berperekat sehingga mudah untuk menempelkan pada kemasan.

Materi terakhir adalah materi yang terkait dengan pemasaran. Peserta diperkenalkan dengan media-media pemasaran termasuk bagaimana menggunakan media online. Peserta diajari menggunakan fasilitas "Google Bisnisku" untuk memasarkan produk yang dia hasilkan melalui perangkat Handphone masing-masing peserta. Peserta dilatih secara bertahap mulai daftar, membuat account sampai bisnisnya muncul di web atau google map.

Keberhasilan suatu kegiatan pelatihan juga ditentukan bukan saja oleh materi dan instruktur tetapi juga oleh metode dan media pembelajarannya. Pelatihan bagi ibu-ibu rumah tangga dan Pemuda Karang taruna ini adalah pendidikan bagi orang dewasa sehingga memerlukan pendekatan yang pas, yaitu dengan multi metode dan multi media. Dalam hal ini selain metode konvensional yang biasa digunakan yaitu ceramah dan tanya jawab, juga menggunakan contoh sebagai alat peraga sehingga partisipasi peserta meningkat dan tidak menjemukan. Selain itu juga digunakan media berupa ilustrasi foto-foto. Dengan media yang demikian maka kegiatan pelatihan menjadi dinamis dan sangat menarik dan tidak menjemukan. Peran serta dan partisipasi peserta meningkat, terbukti dengan banyaknya peserta yang mengemukakan pertanyaan, pendapat dan usul dalam kajian setiap pokok bahasan. Hal ini muaranya adalah terbentuknya pemahaman peserta terhadap materi pelatihan secara komprehensif.

a. Pemberdayaan Perempuan

Diskriminasi berdasarkan gender masih terjadi pada seluruh aspek kehidupan, ini adalah fakta meskipun ada kemajuan yang cukup pesat dalam kesetaraan gender dewasa ini. Melalui Pemberdayaan perempuan dalam Pembangunan ekonomi membuka banyak jalan untuk meningkatkan kesetaraan gender dalam jangka panjang.

Memperdayakan kelompok-kelompok masyarakat tersebut secara sosial ekonomis dapat lebih mandiri dan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka. Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri harkat dan martabat secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya. Menurut Widjaja (2003:169). Pemberdayaan adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis mendorong keterlibatan semua potensi yang ada secara evolutif dengan keterlibatan semua potensi. Suhendra (2006:74-75). Pemberdayaan perempuan dilakukan untuk memperbaiki kesejahteraan ekonomi perempuan, dilakukan dengan membantu mereka mendapatkan akses ke sumber ekonomi, mampu menciptakan produk yang bisa dijual, memiliki pasar dan mampu mengatur keuangan usaha dan keuangan rumah tangga.

b. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan kegiatan mengelola untuk memproduksi atau menyediakan jasa dengan menggunakan sumber daya seperti uang, orang, bahan, metode dan teknologi untuk mencapai kepuasan, keuntungan serta tuntutan baik dari diri sendiri maupun dari pihak luar. Menurut Dr. Suryana, Msi, penulis buku "Kewirausahaan, Pedoman Praktik: Kiat dan Proses Menuju Sukses" (2008), Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Geoffery G Meredith (2018), mengungkapkan lebih rinci tentang karakteristik dan watak kewirausahaan. Setidaknya ada enam karakteristik dan watak yang setidaknya harus dimiliki seorang wirausahawan tangguh, sebagai berikut: Percaya diri dan Optimis; Berorientasi pada tugas dan hasil; Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan; Memiliki jiwa kepemimpinan; Keorisinilan Inovatif, Kreatif dan Fleksibel; Berorientasi masa depan.

c. Pemasaran On-Line

Pemasaran online berbeda dari pemasaran tradisional, yang secara historis mencakup media seperti iklan cetak, billboard, televisi, dan radio. Pemasaran online adalah praktik memanfaatkan saluran berbasis web untuk menyebarkan pesan tentang merek, produk, atau layanan perusahaan kepada calon pelanggannya. Metode dan teknik yang digunakan untuk pemasaran online termasuk email, media sosial, periklanan tampilan, optimisasi mesin pencari, dan banyak lagi. Tujuan pemasaran adalah untuk menjangkau calon pelanggan melalui saluran di mana mereka menghabiskan waktu untuk membaca, mencari, berbelanja, atau bersosialisasi secara online.

Adopsi Internet yang meluas untuk bisnis dan penggunaan pribadi telah menghasilkan banyak saluran baru untuk keterlibatan periklanan dan pemasaran, termasuk yang disebutkan di atas. Ada juga banyak manfaat dan tantangan yang melekat pada pemasaran online, yang menggunakan media digital terutama untuk menarik, melibatkan, dan mengkonversi pengunjung virtual ke pelanggan.

Metode pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan terapan. Dimana dalam kajian ini dilakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat khususnya kelompok ibu-ibu rumah tangga dan remaja dengan memberikan pelatihan dan sekaligus pendampingan dibidang perencanaan dan pembuatan produk olahan serta pelatihan pemanfaatan internet dan media sosial untuk memperkenalkan, menyebarkan dan memasarkan produk. Manfaat utama menggunakan saluran online untuk memasarkan bisnis atau produk adalah kemampuan untuk mengukur dampak saluran apa pun yang diberikan, serta bagaimana pengunjung yang diperoleh melalui saluran yang berbeda berinteraksi dengan situs web atau pengalaman laman landas. Dari pengunjung yang melakukan konversi ke pelanggan yang membayar, analisis lebih lanjut dapat dilakukan untuk menentukan saluran mana yang paling efektif dalam memperoleh pelanggan berharga. Analisis untuk pengalaman web atau aplikasi seluler dapat membantu menentukan hal berikut: Saluran berdasarkan tingkat konversi pengunjung ke pelanggan, dan biaya pengunjung tersebut. Selain itu perlu melihat saluran yang efektif dalam memperoleh dan mendorong nilai umur yang lebih tinggi bagi pelanggan—seperti pemasaran email, yang mendorong pembelian berulang kepada pelanggan sebelumnya serta melihat pelanggan mana yang menunjukkan perilaku keterlibatan yang kuat dan potensi tinggi untuk *upsells* seperti perangkat lunak atau aplikasi seluler, yang berharap untuk menjual lebih banyak produk kepada pelanggan dengan keterlibatan tinggi. Kajian ini dilakukan terhadap kelompok ibu-ibu rumah tangga yang tergabung dalam kelompok PKK dengan berbagai latar belakang dan remaja putri. Pelatihan diberikan secara bertahap. Mulai pemilihan produk, proses

Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Pelatihan Kewirausahaan dan E-Marketing untuk Meningkatkan Potensi Ekonomi Masyarakat pengolahan sampai mendesain kemasan. Terakhir diberikan pelatihan dan sekaligus pendampingan bagaimana memanfaatkan internet untuk memasarkan produk. Selanjutnya akan dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan yang diberikan terkait dengan aspek-aspek: materi, pelatih, penyelenggaraan dan peserta. Evaluasi materi meliputi: keluasan dan kecukupan materi, kesesuaian dengan keinginan peserta. Evaluasi pelatih meliputi: penguasaan dan ketepatan waktu, sistematika penyajian, penggunaan metode & alat bantu, daya simpati, gaya, dan sikap terhadap peserta, penggunaan bahasa, pemberian motivasi belajar kepada peserta, pencapaian tujuan instruksional, kerapian berpakaian. Penyelenggaraan pelatihan meliputi: keseluruhan penyelenggaraan, ruangan dan fasilitas, dan waktu atau jadwal yang disediakan. Untuk peserta evaluasi dilakukan dengan pengamatan terhadap kehadiran, partisipasi, dan antusiasme.

Refleksi

Kesan dan tanggapan peserta dalam pelatihan ini sangat positif, hal ini ditunjukkan dengan presensi kehadiran, bahasan dan tanggapan waktu penyajian materi dengan berbagai pertanyaan dan diskusi tentang materi, serta harapan agar pelatihan tentang kewirausahaan masih bisa ditindaklanjuti dengan materi yang lebih beragam, sehingga kemampuan para peserta lebih memadai lagi dalam upaya meningkatkan ekonomi keluarga peserta.

Evaluasi peserta berupa beberapa aspek, meliputi kehadiran, dan partisipasi. Secara umum kehadiran dan partisipasi peserta baik, di mana kehadiran dapat mencapai lebih dari 100% pada tiap-tiap sesi. Partisipasi dan tanya jawab cukup dinamis, hal ini karena materi sangat aplikatif sehingga banyak pertanyaan, tanggapan, usul dan saran. Pada Materi Praktek semua peserta dapat melaksanakan dengan baik, hal ini tentu karena di samping tuntutan pelatihan, tetapi juga peserta sudah familier dengan alat dan bahan yang digunakan.

Evaluasi kepuasan peserta pelatihan dilakukan melalui Instrumen Pengukuran Kepuasan dengan hasil sebagai berikut: bahwa rerata kepuasan peserta pelatihan adalah: 18,9% yang menyatakan kurang puas, 37% menyatakan cukup puas, 41,9% menyatakan baik/puas dan 4% menyatakan sangat puas.

Bila kita lihat dari rerata diatas nampaknya bahwa kegiatan ini belum sepenuhnya memberikan tingkat kepuasan yang maksimal bagi peserta. Namun bila kita lihat dari tujuan awal dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu bertujuan untuk memberdayakan masyarakat khususnya ibu-ibu dan karang taruna agar peserta memiliki keterlibatan dan kemampuan dalam pemanfaatan objek wisata Arosbaya, maka tujuan yang diharapkan sudah tercapai sesuai yang diharapkan. Hal ini bisa kita lihat dari beberapa point diantaranya peserta mengakui pelatihan yang dilakukan merupakan upaya pemberdayaan masyarakat, dimana 56% peserta menyatakan baik/bagus, dan 38% peserta juga mengakui bahwa kegiatan pemberdayaan ini dapat menumbuhkan motivasi masyarakat untuk berkembang. Yang paling membanggakan dan sangat mungkin untuk ditindak lanjut lebih lanjut adalah pernyataan dari 61% peserta mengakui bahwa kegiatan ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Dengan demikian program pemberdayaan melalui kegiatan pelatihan ini dapat berjalan dengan baik.

Kegiatan ini dimulai dengan melakukan koordinasi dengan pihak Desa dan fokus group dengan masyarakat kelompok sasaran untuk menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan, menyiapkan tempat kegiatan, menyiapkan sarana prasarana pendukung dan sebagainya. Koordinasi dengan desa dilakukan melalui kunjungan dan memanfaatkan berbagai alat komunikasi seperti telepon dan WhatsApp. dan surat menyurat. Kemudahan penggunaan teknologi informasi ini sangat membantu untuk sosialisasi, pengiriman undangan dan konfirmasi kehadiran peserta. Adapun pelaksanaan

kegiatan pada hari Selasa tanggal 11 Desember 2018 bertempat di Balai Desa Buduran Kecamatan Arosbaya. Waktu kegiatan awalnya direncanakan selama liburan yaitu hari Sabtu dan Minggu, tetapi karena berbagai kendala kegiatan baru dapat dilaksanakan di luar waktu liburan. Namun demikian porsi waktu dan materi pelatihan tetap dapat terpenuhi sesuai dengan rencana yaitu selama 6 jam kegiatan. Peserta terdiri dari unsur ibu-ibu rumah tangga dan beberapa pemuda karang taruna yang tinggal disekitar lokasi destinasi wisata Arosbaya. Jumlah peserta ini sangat membanggakan karena melebihi rencana sebanyak 25 orang. Jumlah peserta yang cukup banyak ini sangat positif bagi upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan sekaligus sebagai upaya membuka wawasan serta menciptakan peluang bagi perempuan agar dapat meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian. Walaupun demikian belum seluruh ibu-ibu di wilayah objek mengikuti pelatihan, sehingga pelatihan serupa di masa yang akan datang masih sangat diperlukan.

Meskipun pemasaran online menciptakan banyak peluang bagi bisnis untuk mengembangkan kehadiran mereka melalui internet dan membangun pemirsa mereka, ada juga tantangan yang melekat dengan metode pemasaran ini. Pertama, pemasaran dapat menjadi impersonal, karena sifat pesan dan pengiriman konten virtual ke khalayak yang diinginkan. Pemasar harus menginformasikan strategi mereka untuk pemasaran online dengan pemahaman yang kuat tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka. Teknik seperti survei, pengujian pengguna, dan percakapan langsung dapat digunakan untuk tujuan ini.

Pemasaran online juga bisa ramai dan kompetitif. Meskipun peluang untuk menyediakan barang dan jasa di pasar lokal dan berjangkauan luas memberdayakan, persaingan dapat menjadi signifikan. Perusahaan yang berinvestasi dalam pemasaran online mungkin menemukan perhatian pengunjung sulit untuk ditangkap karena jumlah bisnis juga memasarkan produk dan layanan mereka secara online. Pemasar harus mengembangkan keseimbangan membangun proposisi nilai unik dan merek suara saat mereka menguji dan membangun kampanye pemasaran di berbagai saluran.

Kesimpulan

Hingga saat ini pariwisata termasuk salah satu sektor penggerak perekonomian di Indonesia. Oleh karena itu perlu mendapat perhatian lebih agar berkembang dengan baik. Penurunan jumlah wisatawan di Kabupaten Bangkalan belakangan ini karena kurang maksimalnya pengelolaan objek wisata tersebut, dan rendahnya keterlibatan masyarakat khususnya ibu-ibu dalam memanfaatkan objek tersebut sehingga kurang memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Pemberdayaan perempuan melalui kegiatan pelatihan diharapkan jumlah partisipasi perempuan khususnya ibu-ibu dan karang taruna dapat mendorong akselerasi pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Hasil pelatihan menunjukkan kegiatan ini mampu memberdayakan masyarakat sekitar, mampu memunculkan motivasi masyarakat untuk berkembang dan hasilnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk meningkatkan potensi ekonomi mereka. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan agar pelatihan memiliki manfaat jangka panjang adalah dengan memberikan program pendampingan dan lebih banyak melibatkan berbagai pihak baik masyarakat maupun pengampu kepentingan.

Daftar Pustaka

- Meredith, G. M. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktek, edisi 5* (5-6).
- Suhendra (2006). "Peranan Birokrasi dalam Pemberdayaan Masyarakat", Bandung, Alfabeta.
- Suryana (2009). "Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses", Jakarta, Salemba Empat.
- Widjaja, HAW. (2003). "Otonomi Desa Merupakan Otonomi Asli Bulat dan Utuh", Jakarta, PT Grafindo Persada.
- <https://www.hestanto.web.id/konsep-dasar-pemasaran-online/>
- <https://kemenkopmk.go.id/artikel/kiprah-perempuan-penting-dalam-pemberdayaan-ekonomi>
- <https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Pemberdayaan-Ekonomi-Perempuan-Wujudkan-Pertumbuhan-Ekonomi-yang-Inklusif-dan-Berkesinambungan.aspx>
- <https://magdalene.co/news-1411-pemberdayaan-perempuan-krusial-bagi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia.html>