

Pelatihan Digital Marketing Bagi Pemilik Rumah Kost Jalan Arung Sanrego Kota Makassar Menggunakan Piktochart

A.Reski Almaida Dg Macenning^{1*}, Hardiyanti Hatibu¹, Hasisa Haruna¹, Novi Wulandari², Rifhani Handayani L.¹

¹ Universitas Negeri Makassar

² Universitas Sebelas Maret

**Corresponding Email: reski.almaida@unm.ac.id*

Artikel Info

Submisi:
14 Oktober 2024
Penerimaan:
29 Oktober 2024
Terbit:
30 Oktober 2024

Keywords:

*Digital marketing,
Piktochart, Rumah kost*

ABSTRAK

Perkembangan pesat kota Makassar, khususnya di kawasan sepanjang Jalan Arung Sanrego, mendorong peningkatan permintaan terhadap rumah kost, yang memicu persaingan ketat antar pemilik kost. Untuk memenangkan persaingan ini, diperlukan strategi pemasaran yang efektif, salah satunya melalui digital marketing. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji penerapan digital marketing dalam industri rumah kost di Makassar, dengan fokus pada pemanfaatan platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi properti. Pelatihan yang diberikan kepada pemilik kost bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang digital marketing dan penggunaan alat desain grafis, seperti Piktochart, untuk membuat materi promosi visual yang menarik. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai cara memasarkan usaha kost mereka secara efektif dan efisien, serta memperluas jaringan pasar mereka, bahkan hingga luar kota atau provinsi. Selain itu, pelatihan ini juga memberi dampak positif dalam meningkatkan daya saing usaha kost, dengan pemilik kost dapat memanfaatkan data analitik untuk merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Secara keseluruhan, penerapan digital marketing tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pemilik kost, tetapi juga berkontribusi terhadap perekonomian lokal melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan pekerjaan baru di sektor industri kost.

Pendahuluan

Perkembangan pesat kota Makassar telah mendorong meningkatnya permintaan akan tempat tinggal, terutama rumah kost. Lokasi strategis di sepanjang Jalan Arung Sanrego menjadikan kawasan ini sebagai salah satu tempat yang paling diminati oleh calon penyewa, khususnya bagi mereka yang membutuhkan hunian sementara di sekitar pusat aktivitas kota. Namun, dengan semakin ketatnya persaingan antara pemilik rumah kost, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat menarik minat calon penyewa. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, pemilik kost akan kesulitan

untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya (Wijaya & Sari, 2023).

Industri kost-kostan telah mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Sebelumnya, promosi dilakukan secara konvensional melalui mulut ke mulut, papan pengumuman, atau iklan media cetak. Namun, dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat mobile, kebiasaan calon penyewa berubah. Kini, mereka lebih aktif mencari informasi tempat tinggal melalui platform digital, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi pencarian properti (Hidayat & Susanto, 2023). Oleh karena itu,

pemilik rumah kost perlu beradaptasi dengan perubahan ini dengan memanfaatkan digital marketing sebagai salah satu solusi terbaik untuk memperkenalkan usaha mereka (Fitrani & Nugroho, 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi, digital marketing menawarkan berbagai keuntungan bagi pemilik kost, seperti kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk calon penyewa yang berada di luar kota atau bahkan luar provinsi. Melalui platform digital, pemilik kost dapat mengiklankan tempat tinggal mereka di media sosial, situs web, dan aplikasi properti dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode promosi konvensional (Prasetyo, 2022). Lebih lanjut, digital marketing memungkinkan pemilik kost untuk menargetkan audiens yang sesuai dengan demografi, minat, dan perilaku mereka melalui fitur-fitur canggih yang disediakan oleh platform digital, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran (Wijaya & Sari, 2023).

Selain itu, salah satu keuntungan utama dari digital marketing adalah kemampuan untuk melacak dan mengukur kinerja kampanye secara real-time. Dengan begitu, pemilik kost dapat memonitor tingkat efektivitas pemasaran mereka dan melakukan penyesuaian secara cepat untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Hal ini juga memungkinkan pemilik kost untuk memaksimalkan anggaran promosi mereka dan meningkatkan konversi calon penyewa menjadi penghuni yang sebenarnya (Nugroho & Santoso, 2024).

Namun, tidak semua pemilik rumah kost memahami dan memanfaatkan potensi digital marketing dengan optimal. Banyak di antaranya yang masih bergantung pada cara-cara lama dalam pemasaran, sehingga kehilangan peluang untuk berkembang. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing ini dirancang untuk membekali pemilik kost dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam

pemasaran rumah kost mereka (Fitrani & Nugroho, 2023).

Dengan mengikuti pelatihan ini, diharapkan para pemilik kost dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan daya saing bisnis mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif, tidak hanya bagi pemilik kost, tetapi juga bagi perekonomian lokal, melalui peningkatan pendapatan dan terciptanya lapangan kerja baru di sektor industri kost (Hidayat & Susanto, 2023).

Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan dalam satu hari dengan tujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan daya saing bisnis bagi pemilik rumah kost jalan arung sanrego kota Makassar menggunakan pictochart. Kegiatan ini difokuskan pada pelatihan mengenai penggunaan Pictochart untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik kost dalam membuat desain infografis sebagai upaya pemasaran dengan panduan komunikasi visual. Berikut adalah tahapan metode pelaksanaan kegiatan.

1. Persiapan Kegiatan

a. Identifikasi Peserta:

Peserta yang terlibat adalah pemilik rumah kost jalan arung sanrego kota Makassar.

b. Pendataan Kebutuhan Awal: Sebelum kegiatan dimulai, akan dilakukan survei singkat untuk mengetahui tantangan yang dihadapi peserta dalam bisnis rumah kost mereka, khususnya dalam hal digital marketing. Hasil survei ini akan digunakan untuk menyesuaikan materi yang akan disampaikan.

c. Penyusunan Materi: Materi pelatihan akan difokuskan pada teknik penggunaan pictochart untuk membuat desain infografis agar peserta dapat langsung memahami dan mengaplikasikan dalam usaha mereka.

-
2. Pelatihan
 - a. Sesi Pembukaan: Kegiatan dimulai dengan sambutan dari panitia pelaksana dan pengenalan tujuan kegiatan, serta pentingnya meningkatkan upaya pemasaran dengan panduan komunikasi visual Piktochart.
 - b. Sesi 1: Teknik penggunaan piktochart: materi ini akan mengajarkan peserta tentang cara-cara penggunaan piktochart dalam bisnis mereka. Topik yang akan dibahas mencakup desain yang dapat menarik minat pasar baru. Dan simulasi pembuatan selebaran, poster, dan video menarik.
 - c. Sesi 2: Pemasaran Digital: Peserta akan diberikan pemahaman mengenai cara memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Pembahasan meliputi Penggunaan media social seperti Instagram, Facebook, dan TikTok) untuk promosi rumah kost.
 - d. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi: Setelah setiap sesi, akan ada waktu untuk tanya jawab dan diskusi. Peserta dapat bertanya langsung mengenai materi yang telah disampaikan dan berbagi pengalaman terkait tantangan yang dihadapi dalam usaha mereka.
 3. Wawancara dan Evaluasi
 - a. Wawancara Pendalaman: Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian akan melakukan wawancara singkat dengan beberapa peserta untuk menggali lebih dalam pemahaman mereka tentang materi yang telah disampaikan dan bagaimana mereka berniat untuk mengaplikasikannya dalam usaha mereka. Wawancara ini bertujuan untuk menilai sejauh mana peserta memahami penggunaan piktochart dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing usaha mereka
 - b. Survei Kepuasan Peserta: Sebagai bagian dari evaluasi, peserta juga akan diminta untuk mengisi survei terkait pemahaman mereka terhadap materi yang telah disampaikan, serta sejauh mana mereka merasa materi tersebut bermanfaat bagi pengembangan usaha

mereka. Survei ini akan digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan

4. Penutupan dan Rangkuman

Pada sesi ini, tim pengabdian akan merangkum hasil kegiatan hari tersebut dan memberikan rekomendasi untuk langkah-langkah pengembangan lebih lanjut yang dapat diambil oleh peserta. Penutupan juga akan diikuti dengan pemberian materi cetak yang mencakup ringkasan teknik penggunaan piktochart dan pemasaran digital yang telah dipelajari, serta informasi kontak yang dapat digunakan peserta untuk mendapatkan dukungan lebih lanjut.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan digital marketing yang diadakan untuk pemilik rumah kost di Jalan Arung Sanrego, Kota Makassar, berhasil memberikan dampak positif bagi peserta dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi untuk memasarkan usaha kost mereka. Salah satu hasil utama dari pelatihan ini adalah peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya pemasaran digital dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Pemilik kost kini lebih memahami bagaimana platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi pencarian properti dapat digunakan untuk mempromosikan kost mereka secara efektif dan efisien (Järvinen & Taiminen, 2016). Selain itu, peserta pelatihan juga berhasil menguasai penggunaan Piktochart, sebuah alat desain grafis yang memudahkan mereka untuk membuat materi promosi visual yang menarik, seperti infografis dan poster, yang dapat meningkatkan daya tarik bagi calon penyewa.

Selama pelatihan, para peserta juga diajarkan tentang cara menyusun strategi pemasaran yang terarah melalui digital marketing, dengan memanfaatkan data demografi, minat, dan perilaku calon penyewa. Dengan demikian, mereka dapat menargetkan audiens yang tepat dan memperbesar peluang mendapatkan penyewa yang sesuai. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup pembelajaran mengenai

penggunaan analitik digital untuk melacak kinerja kampanye pemasaran, memungkinkan pemilik kost untuk mengukur keberhasilan dan melakukan penyesuaian strategi secara real-time. Melalui pendekatan berbasis data ini, pemilik kost dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran mereka.

Hasil lain yang signifikan adalah peningkatan daya saing pemilik kost di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, para peserta pelatihan kini dapat memperluas jaringan pasar mereka, bahkan menjangkau calon penyewa dari luar kota atau provinsi, yang tentunya dapat meningkatkan tingkat hunian dan pendapatan usaha kost mereka.

Selain itu, dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih efisien dan hemat biaya dibandingkan metode konvensional, pemilik kost dapat mencapai lebih banyak calon penyewa dengan anggaran yang lebih terbatas. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pemilik kost, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal melalui peningkatan pendapatan daerah dan penciptaan lapangan pekerjaan baru.

Kesimpulan dan Saran

Perkembangan pesat kota Makassar, khususnya di kawasan sepanjang Jalan Arung Sanrego, telah meningkatkan permintaan akan rumah kost, yang mendorong kebutuhan akan strategi pemasaran yang lebih efektif. Digital marketing, dengan pemanfaatan platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi properti, telah terbukti menawarkan keuntungan besar bagi pemilik kost, antara lain dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Pelatihan digital marketing yang dilakukan untuk pemilik rumah kost di Makassar berhasil meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya pemasaran digital dan penggunaan alat desain grafis seperti Piktochart untuk membuat materi promosi yang lebih menarik. Pelatihan ini juga memberikan

dampak positif dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi digital, para peserta pelatihan dapat memperluas jaringan pasar mereka, bahkan menjangkau calon penyewa dari luar kota atau provinsi, yang berpotensi meningkatkan tingkat hunian dan pendapatan usaha kost mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pemilik kost, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan pekerjaan baru.

Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, pemilik kost di daerah lain, terutama di kota-kota berkembang lainnya, sebaiknya mengikuti contoh pemilik kost di Makassar dengan memanfaatkan digital marketing melalui berbagai platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Selain itu, pelatihan terkait pemasaran digital dan penggunaan alat desain grafis seperti Piktochart perlu dilakukan secara rutin untuk memastikan pemilik kost dapat terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka seiring dengan perkembangan teknologi. Pemilik kost juga dianjurkan untuk lebih mengandalkan data analitik dalam menilai kinerja kampanye pemasaran mereka dan melakukan penyesuaian strategi yang diperlukan berdasarkan hasil tersebut. Terakhir, pemilik kost disarankan untuk menjalin kerja sama dengan platform pencarian properti online untuk meningkatkan visibilitas rumah kost mereka dan menarik lebih banyak calon penyewa, baik dari dalam kota maupun luar daerah. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, pemilik kost dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal.

Daftar Pustaka

- Baker, M. J. (2020). *Marketing Strategy and Management* (6th ed.). Palgrave Macmillan.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy,*

-
- Implementation, and Practice* (8th ed.). Pearson.
- Fitrani, E., & Nugroho, Y. (2023). *Digital Marketing in Real Estate: A Strategy to Reach Market in the Era of Technology*. *Journal of Digital Marketing*, 10(2), 75-89.
- Hanna, R., Rohm, A. J., & Crittenden, V. L. (2011). *We're All Connected: The Power of the Social Media Ecosystem*. *Business Horizons*, 54(3), 265-273.
- Hidayat, T., & Susanto, A. (2023). *The Role of Digital Platforms in the Growth of Property Business in Makassar*. *International Journal of Business and Digital Marketing*, 11(1), 23-40.
- Jarvinen, J., & Taiminen, H. (2016). *Harnessing marketing automation for B2B content marketing*. *Industrial Marketing Management*, 54, 164-175.
- Nugroho, I., & Santoso, P. (2024). *Digital Marketing: A Key to Success for Small Businesses in Competitive Markets*. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(1), 10-21
- Prasetyo, D. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Penyewa Rumah Kost di Kota Besar*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(4), 112-124.
- Ryan, D. (2021). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2019). *Marketing: Real People, Real Choices* (9th ed.). Pearson Education.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing* (4th ed.). Sage Publications.
- Wijaya, E., & Sari, R. (2023). *Effective Strategies for Cost-Effective Marketing in the Property Sector: A Study of Digital Approaches*. *Marketing Journal*, 8(3), 44-60.