



PELATIHAN MARKETING DIGITAL BAGI CALON PEKERJA MIGRAN INDONESIA MENGGUNAKAN DANA BAGI HASIL (DBH) CUKAI HASIL TEMBAKAU (CHT)

Ramayani Yusuf , Hani Hatimatunnisani , Yaya Mulya Mantri,Fauzi Caniago , Gunardi , Wiyanto
Politeknik Pajajaran Insan Cinta Bangsa Bandung
ramayani.yusuf@poljan.ac.id, hanihatimatunnisani@poljan.ac.id, yaya.mulyamantri@poljan.ac.id,
fauzi270474@gmail.com, goenhadis@gmail.com, wiyanto@poljan.ac.id

ABSTRAK

Calon Pekerja Migran Indonesia (CPMI) memerlukan keterampilan tambahan untuk meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas mereka selama bekerja di luar negeri. Pelatihan marketing digital menjadi salah satu solusi untuk memberikan bekal keterampilan berwirausaha secara digital. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali CPMI dengan kemampuan pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan marketing kit dan pengelolaan toko di marketplace. Metode pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan praktik langsung. Materi yang diberikan mencakup pembuatan marketing kit, dan tahapan membuka dan mengelola toko di platform marketplace. Pembuatan marketing kit menggunakan aplikasi Canva yang dapat dioperasikan dengan mudah oleh CPMI. Peserta pelatihan terdiri dari 25 CPMI yang akan diberangkatkan ke berbagai negara tujuan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa 80% peserta berhasil membuat marketing kit dasar dan 65% peserta berhasil membuat akun marketplace beserta konten tokonya. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu calon CPMI mengembangkan usaha sampingan secara digital selama bekerja di luar negeri maupun setelah kembali ke Indonesia.

Kata Kunci: marketing digital, pekerja migran, marketing kit, marketplace, pelatihan

ABSTRACT

Indonesian Migrant Workers Candidates (CPMI) require additional skills to improve their welfare and productivity while working abroad. Digital marketing training has become one of the solutions to provide entrepreneurial skills digitally. The purpose of this training is to equip prospective PMI with digital marketing skills, particularly in creating marketing kits and managing stores in marketplaces. The training method is conducted face-to-face with a hands-on approach. The materials provided include the creation of a marketing kit and the stages of opening and managing a store on the marketplace platform. The marketing kit is created using the Canva application, which can be easily operated by CPMI. The training participants consist of 25 CPMI who will be dispatched to various destination countries. The training results show that 80% of the participants successfully created a basic marketing kit and 65% of the participants successfully created a marketplace account along with their store content. This training is expected to help prospective CPMI develop side businesses digitally while working abroad or after returning to Indonesia.

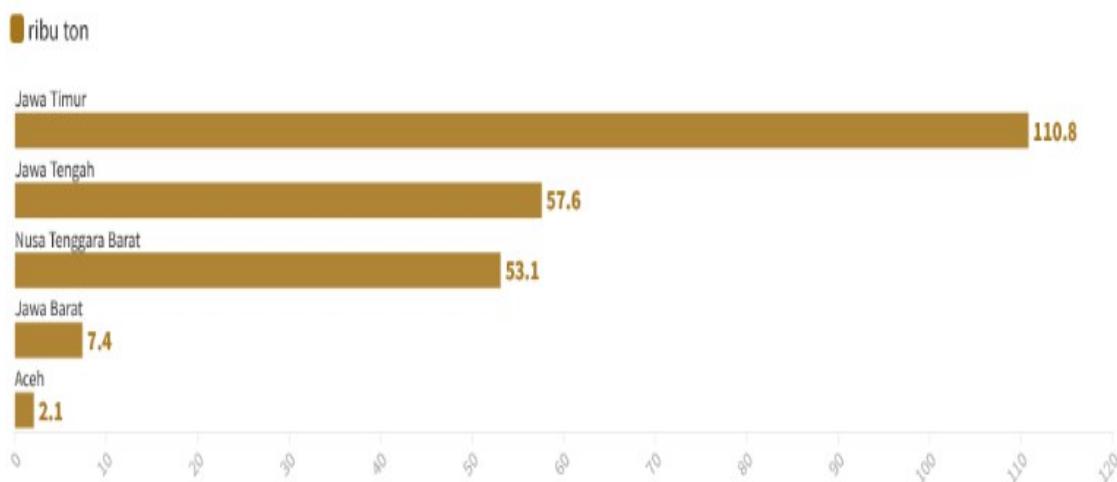
Keywords: *digital marketing, migrant workers, marketing kit, marketplace, training*

A. PENDAHULUAN

Dana Bagi Hasil (DBH) Cukai Hasil Tembakau (CHT)(Dyna Putri Utami, 2018) merupakan salah satu bentuk transfer ke daerah yang bersumber dari penerimaan cukai hasil tembakau yang dibagikan kepada daerah penghasil tembakau dan penghasil rokok(Samuel, 2022). Berdasarkan PMK Nomor 222/PMK.07/2017, salah satu program prioritas penggunaan DBH CHT adalah untuk pembinaan lingkungan sosial, termasuk pemberdayaan ekonomi masyarakat(Cahyadi *et al.*, 2023). Jawa Barat merupakan salah satu penghasil tembakau di Indonesia berada di urutan keempat dengan hasil 7.400.000 ton per tahun .

5 Daerah Sentra Tembakau Terbesar di Indonesia

Tahun 2021



Gambar 1 : daerah sentra tembakau terbesar di Indonesia

Sumber : Biro Pusat Statistik, 2022

Beberapa daerah di Jawa Barat yang terkenal sebagai penghasil tembakau:

1. Kabupaten Garut Garut merupakan salah satu sentra produksi tembakau di Jawa Barat. Beberapa wilayah di Kabupaten Garut yang dikenal sebagai penghasil tembakau antara lain Leles, Banyuresmi, Cilawu, dan Tarogong Kaler.
2. Kabupaten Cianjur Cianjur juga menjadi salah satu daerah penghasil tembakau di Jawa Barat. Beberapa kecamatan di Cianjur yang dikenal sebagai sentra tembakau adalah Cijedil, Cibeber, dan Pacet.
3. Kabupaten Sumedang Sumedang, terutama di daerah Tanjungsari, Jatinangor, dan Paseh, merupakan sentra produksi tembakau di Jawa Barat.
4. Kabupaten Tasikmalaya Beberapa kecamatan di Tasikmalaya yang menjadi penghasil tembakau utama adalah Salawu, Manonjaya, dan Cibalong.
5. Kabupaten Bandung Walaupun tidak sebesar Garut, Cianjur, atau Sumedang, Kabupaten Bandung juga memiliki daerah penghasil tembakau, seperti di Kecamatan Baleendah.(BPS Kab Garut, 2024).

Dana Bagi Hasil (DBH) Cukai Hasil Tembakau (CHT) memberikan pendapatan yang signifikan bagi negara, sebagian dana tersebut dapat digunakan untuk pelatihan bagi Calon Pekerja Migran Indonesia (CPMI) sehingga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang berasal dari daerah tersebut(Adika, 2024). Banyak CPMI berasal dari daerah-daerah penghasil tembakau, merupakan alasan kuat untuk pemanfaatan DBH CHT untuk melatih mereka sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi wilayah tersebut. CPMI yang dibekali pelatihan yang dibiayai dari hasil cukai tembakau dapat membekali calon pekerja migran dengan keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan di luar negeri(Yusuf *et al.*, 2024), sehingga meningkatkan daya saing mereka. Terdapat sinergi antara Industri Tembakau dan CPMI untuk mobilitas tenaga kerja migran dari daerah-daerah penghasil tembakau. Menggunakan hasil cukai tembakau untuk pelatihan pekerja migran dapat menciptakan sinergi yang saling menguntungkan(Widodo, 2009).

Di era digital saat ini, pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat diwujudkan melalui peningkatan kapasitas dalam bidang pemasaran digital, khususnya bagi CPMI. Data BNP2TKI mencatat bahwa hingga tahun 2023, jumlah PMI mencapai lebih dari 9 juta orang yang tersebar di berbagai negara (Yolanda, 2020). Peningkatan kapasitas PMI melalui pelatihan marketing digital menjadi investasi strategis dalam mendukung kesejahteraan dan kemandirian ekonomi mereka(Idah; Yusyida Munsa, 2020).

Program pelatihan marketing digital yang difokuskan pada pembuatan marketing kit dan pengelolaan marketplace merupakan implementasi dari penggunaan DBH CHT yang efektif. Pemilihan program ini didasari oleh beberapa pertimbangan strategis. Pertama, marketing kit merupakan perangkat dasar yang diperlukan dalam memulai usaha digital(Anshori, Yusuf and Nur Hasan, 2023), mencakup elemen visual brand, foto produk, dan materi promosi(Murya and Wulandari, 2023). Kedua, marketplace telah menjadi platform utama dalam perdagangan elektronik dengan penetrasi yang tinggi di Indonesia(Don, 2009). Ketiga, kedua keterampilan tersebut dapat dipraktikkan secara fleksibel tanpa terikat lokasi geografis(Waluya, 2010).

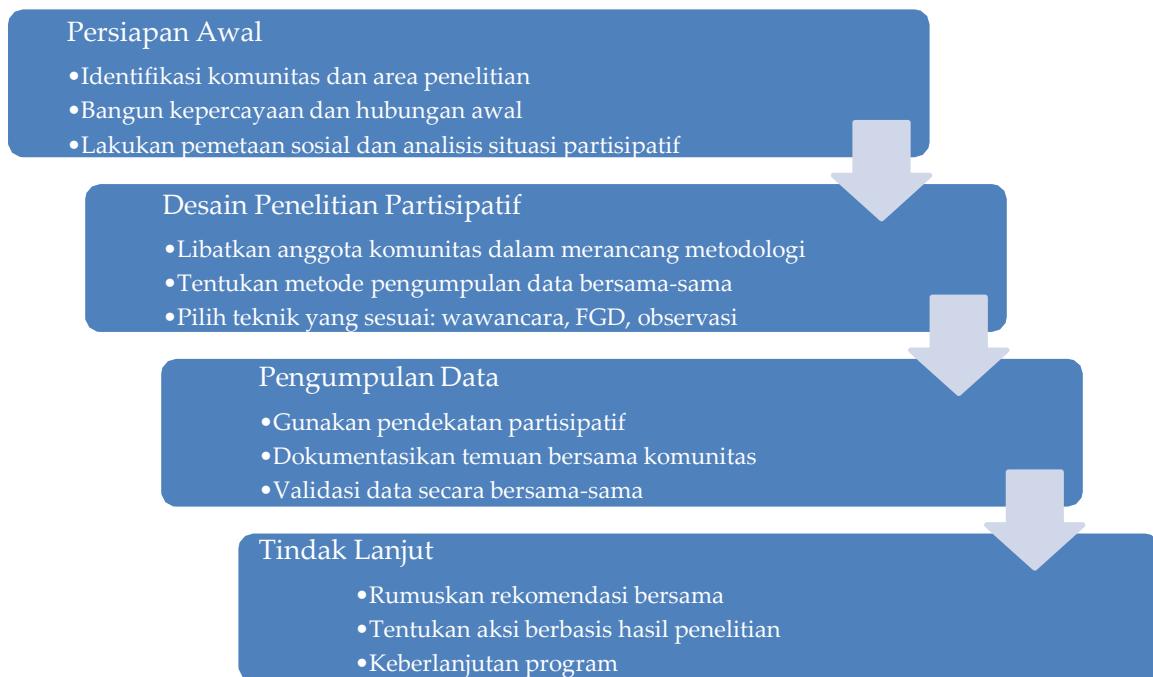
Marketing digital bagi calon pekerja migran Indonesia memiliki peran strategis dalam memberdayakan dan melindungi tenaga kerja(RD, 2021), dengan memberikan akses informasi lowongan kerja internasional yang lebih luas, memfasilitasi pengenalan agen resmi, membantu memahami hak-hak pekerja, mengembangkan kompetensi digital, memungkinkan pemasaran personal melalui platform online, serta menyediakan edukasi tentang aspek hukum(Arianiah, 2021), perpajakan, dan budaya negara tujuan, sehingga mendukung peningkatan kualitas, keamanan, dan kesejahteraan para calon pekerja migran Indonesia dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan global(Cahyadi *et al.*, 2023).

Pelatihan ini dirancang dengan pendekatan praktis dan komprehensif, mencakup aspek branding(Oscario, 2013), pembuatan konten visual, hingga strategi berjualan di marketplace(Nashrudin Latif, 2022). Melalui metode praktik langsung, peserta dapat segera mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh. Program ini juga sejalan dengan amanat penggunaan DBH CHT untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat dan peningkatan keterampilan kerja.

Penggunaan DBH CHT untuk pelatihan marketing digital bagi calon PMI merupakan bentuk inovasi program yang dapat memberikan dampak berkelanjutan. Selain membuka peluang usaha sampingan selama bekerja di luar negeri, keterampilan yang diperoleh juga dapat menjadi modal bagi CPMI untuk memulai usaha mandiri ketika kembali ke Indonesia, sehingga berkontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal.

B. METODE

Permasalahan yang sering ditemui oleh para PMI pada saat kembali ke negara asal adalah tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik . Dalam PKM ini menggunakan pendekatan *Community Based Research (CBR)* , awal perencanaan pengabdian sudah melibatkan warga. Paradigma CBR ini menekankan pentingnya *community based* (berbasis masyarakat) di semua langkah dan proses pengabdian berbasis riset. Langkah dalam melaksanakan PKM ini adalah :



Gambar 2 : tahapan dalam pelatihan

Sumber : diolah penulis , 2024

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Community Based Research (CBR) dilaksanakan melalui proses partisipatif berkelanjutan, dimulai dengan membangun kepercayaan komunitas, merancang penelitian bersama-sama, mengumpulkan data secara kolaboratif dengan melibatkan anggota komunitas sebagai peneliti aktif, kemudian menganalisis temuan secara bersama-sama, menginterpretasikan makna sosial, dan menindaklanjuti dengan aksi konkret yang dirumuskan bersama untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, dengan fokus utama pada pemberdayaan, peningkatan kapasitas, dan transformasi social melalui proses penelitian yang demokratis dan inklusif.

Pada kegiatan PKM ini , bersama- sama dengan Lembaga Pelayanan Satu Atap Pekerja Migran Indonesia melakukan persiapan awal berupa mengidentifikasi peserta yang akan mengikuti pelatihan dan bersama – sama merumuskan kebutuhan . Kepercayaan dan hubungan awal sudah dibangun semenjak peserta dinyatakan lulus secara administrasi dan berhak mengikuti pelatihan yang diadakan. Setelah mengetahui yang menjadi keperluan dari peserta salah satunya adalah mengenai Marketing Digital, materi ini dipilih mengingat adanya peluang yang terdapat pada peserta dengan platform digital memudahkan pencarian dan peluang usaha melalui digitalisasi.

CPMI yang akan diberangkatkan ke berbagai negara diberikan pelatihan ini untuk meningkatkan kemampuannya dalam mengelola berbagai alat marketing yang dapat berguna bagi dirinya sendiri. Proses pelatihan pembuatan marketing kit menggunakan Canva dimulai dengan pengenalan dasar terhadap platform desain yang user-friendly ini. Para peserta diperkenalkan dengan interface Canva, cara membuat akun, dan navigasi dasar dalam platform. Tahap awal ini juga mencakup pemahaman tentang fitur-fitur utama seperti pemilihan template, penggunaan elemen desain, manipulasi teks, dan pengaturan warna. Penekanan khusus diberikan pada cara mengakses template marketing kit yang sudah tersedia dan bagaimana memodifikasinya sesuai kebutuhan brand.

Memasuki tahap kedua, peserta mulai mempelajari teknik-teknik desain yang lebih spesifik untuk marketing kit, termasuk pembuatan logo, kartu nama, kop surat, brosur, dan presentasi bisnis. Dalam fase ini, peserta diajarkan prinsip-prinsip desain dasar seperti hierarki visual, penggunaan white space, konsistensi brand, dan pemilihan tipografi yang tepat. Mereka juga belajar cara mengoptimalkan fitur Canva Pro untuk mengakses lebih banyak elemen premium, mengatur brand kit, dan berkolaborasi dengan tim. Praktik langsung dilakukan dengan membuat satu set lengkap marketing kit yang mencakup semua materi pemasaran esensial. Hal pertama yang diajarkan adalah pembuatan logo bagi usaha yang akan dibuat .



Gambar 3: berbagai logo yang dibuat

Sumber : Penulis, 2024

Tahap akhir pelatihan fokus pada finalisasi dan pengoptimalan marketing kit untuk berbagai platform dan kebutuhan. Peserta belajar cara mengekspor desain dalam berbagai format (PDF, JPG, PNG), mengatur ukuran file untuk digital dan cetak, serta memastikan konsistensi visual di semua materi. Mereka juga diperkenalkan dengan teknik kolaborasi tim menggunakan Canva, manajemen proyek desain, dan cara membagikan desain dengan klien atau stakeholder. Pelatihan diakhiri dengan sesi evaluasi di mana peserta mempresentasikan marketing kit yang mereka buat dan mendapatkan umpan balik konstruktif dari instruktur dan sesama peserta. Penekanan diberikan pada pentingnya membuat marketing kit yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam mengkomunikasikan nilai brand dan pesan pemasaran.



Gambar 5 : peserta pelatihan kelas A

Sumber : LPTSAAPMI , 2024



Gambar 6 : peserta pelatihan Kelas B

Sumber : LPTSAPMI, 2024

Setelah berhasil membuat logo dan filosofi yang diemban dalam logo tersebut, peserta diajak untuk membuat akun pada market place, untuk kegiatan pelatihan kali menggunakan aplikasi shopee untuk memasarkan produk yang akan dipasarkan. Pelatihan pembuatan akun Shopee diawali dengan pengenalan platform e-commerce ini dan manfaatnya bagi penjual online. Tahap pertama mencakup proses registrasi dasar di Shopee, mulai dari mengunduh aplikasi, memverifikasi nomor telepon dan email, hingga melengkapi profil toko dengan informasi yang akurat dan menarik. Peserta diajarkan cara mengatur nama toko yang menarik, mengunggah foto profil dan banner toko yang profesional, serta menulis deskripsi toko yang informatif. Pelatihan juga mencakup aspek penting seperti pengaturan alamat pickup untuk pengiriman, pengelolaan metode pembayaran, dan pemahaman tentang kebijakan Shopee seller center termasuk syarat dan ketentuan berjualan.

Pada tahap kedua, peserta dilatih untuk mengoptimalkan toko mereka dengan mempelajari cara mengunggah produk secara efektif, termasuk pengambilan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi produk yang SEO-friendly, dan penetapan harga yang kompetitif. Mereka juga diajarkan cara menggunakan fitur-fitur Shopee untuk meningkatkan penjualan seperti *Shopee Live*, *Flash Sale*, program gratis ongkir, dan promosi toko. Pelatihan dilengkapi dengan pengenalan dashboard penjual untuk memantau pesanan, mengelola inventori, merespons chat pembeli, serta menganalisis performa toko melalui metrik-metrik yang disediakan Shopee. Khusus *attention* diberikan pada strategi meningkatkan rating toko dan mendapatkan *badge preferred seller* untuk membangun kepercayaan pembeli. Terdapat 18 peserta yang telah berhasil membuka akun Shopee (65%) dan terdapat 21 orang yang telah menguasai pembuatan marketing kit sesuai dengan arahan dan instruksi dari para pelatihan dalam pelatihan ini.

D. SIMPULAN

Pelatihan Marketing Digital bagi Calon Pekerja Migran Indonesia (CPMI) menggunakan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (DBH CHT) telah berhasil memberikan keterampilan penting dalam pemasaran digital melalui platform Canva dan Shopee. Program ini tidak hanya membekali CPMI dengan kemampuan membuat konten visual yang menarik dan mengelola toko online, tetapi juga membuka peluang untuk memiliki sumber penghasilan tambahan baik selama bekerja di luar negeri maupun setelah kembali ke Indonesia. Melalui pelatihan ini, CPMI mendapatkan kompetensi digital yang meningkatkan daya saing mereka di era modern, sekaligus menunjukkan efektivitas pemanfaatan dana DBH CHT dalam pengembangan sumber daya manusia. Keberhasilan program ini tercermin dari meningkatnya pemahaman peserta tentang pemasaran digital dan kemampuan mereka untuk memulai dan mengelola bisnis online secara mandiri.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Layanan Terpadu Satu Atap Pekerja Migran Mandiri yang telah mengadakan pelatihan bagi CPMI, kepada teman – teman di Education Project Indonesia dan Politeknik Pajajaran Insan Cinta Bangsa. Peserta pelatihan Pembekalan Pekerja Mingran Indonesia yang akan menjadi pahlawan devisa negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Adika (2024) 'Peran Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Tengah Dalam Mengawasi Perusahaan Penempatan Pekerja Migran Indonesia Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal UNDIP*, pp. 5–24.
- Anshori, M.N., Yusuf, R. and Nur Hasan, R. (2023) 'Pengaruh Pelatihan Terhadap Kreativitas Masyarakat Pada Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Putrajawa Kecamatan Selaawi Garut', *Jurnal Pendidikan, Humaniora, Linguistik Dan Sosial (Jagaddhita)*, 1(2), pp. 99–107. Available at: <https://doi.org/10.58268/jagaddhita.v1i2.46>.
- Arianiyah, H.S.M. (2021) 'Arti Penting Perlindungan Kekayaan Intelektual Pencipta Logo Coffe Shop di Kota Batam, Indonesia', *Jurnal Ilmu Hukum*, 10, pp. 12–26.
- BPS Kab Garut (2024) *Kabupaten Garut Dalam Angka, BPS Kab Garut*.
- Cahyadi, N.A. et al. (2023) *Peningkatan Kemampuan Kerja Mandiri Melalui Program Kerja Mandiri In House Training Kejuruan Las Listrik Dasar*.
- Don, T. (2009) 'Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World', *International Journal of Advertising*, 28(1), pp. 182–184. Available at: <https://doi.org/10.2501/s0265048709090490>.
- Dyna Putri Utami (2018) 'Pengelolaan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau (Dbhct) Di Kabupaten Nganjuk Tahun Dyna Putri Utami Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara , Departemen Administrasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Airlangga'.
- Idah; Yusyida Munsa, P.M. (2020) 'Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM', *Keirausahaan , Koperasi dan UMKM*, 9(1), pp. 195–204.
- Murya, P. and Wulandari, A. (no date) 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan share pasar tertentu', pp. 229–236.
- Nashrudin Latif (2022) 'Pemanfaatan Story Telling Marketing sebagai alat bantu bisnis UMKM di Keluarahan Taman Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo', *International Journal of Community Service Learning*, 2(1), pp. 50–55. Available at: <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i4.54376>.
- Oscario, A. (2013) 'Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand', *Humaniora*, 4(1), p. 191. Available at: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>.
- RD, A.B.E.N. (2021) 'Pengembangan Strategi Pemasaran melalui Digitalisasi pada Era New Normal di Kelurahan Kebon Baru Kota Cirebon', *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 2, pp. 56–61.
- Samuel, S. (2022) 'Peran Pemanfaatan Dana Bagi Hasil Cukai Hasil Tembakau Dalam Mencapai Tujuan Pengenaan Cukai', *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan*, 15(2), pp. 01–15. Available at: <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v15i2.698>.
- Waluya, B. (2010) 'Analisis Geografis Konsentrasi Industri Kulit Di Kabupaten Garut', *Jurnal Geografi Gea*, 10(2). Available at: <https://doi.org/10.17509/gea.v10i2.1078>.

- Widodo, S. (2009) 'Analisis peran perempuan dalam usahatani tembakau', *Embryo*, 6(2), pp. 148–53.
- Yolanda, N. (2020) 'Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Indonesia Fakultas Hukum Universitas Palembang Solusi', 18(2), pp. 198–217.
- Yusuf, R. et al. (2024) 'Pelatihan Literasi Keuangan Bagi Calon Tenaga Migran Indonesia', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Adi Dharma)*, 2(2), pp. 129–136. Available at: <https://doi.org/10.58268/adidharma.v2i2.94>.