



P-ISSN: 2987-2146, E-ISSN: 2987-7040

Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan: JURANTAS,

Vol. 2, No. 1, Maret-Juni 2024 (122-127)

©2024 Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Putra Bangsa (LAP4B) Tangerang Selatan

Pendampingan Dalam Pengelolaan Jurnal dengan Digital Marketing Bersama Open JurnaL Sistem Jumandik

Elizabeth Tika Kristina Hartuti¹, Rio Setiawan², RR Renny Anggraini^{3*}
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

dosen01503@unpam.ac.id¹, setiawan_rio07@yahoo.com², dosen01802@unpam.ac.id^{3*}

Received 12 Januari 2023 | Revised 30 Maret 2023 | Accepted 31 Maret 2023

*Korespondensi Penulis

Kata Kunci: ` Pendampingan; Pengelolaan Jurnal: Digital Marketing.

Abstrak, Pentingnya Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Pelaksanaan PKM ini mengambil judul “Pendampingan Dalam Pengelolaan Jurnal Dengan Digital Marketing Bersama Open Jurnal Sistem Jumandik”. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Jalan Surya Kencana, Gang H Hamzah, Pamulang Barat, Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Keberadaan jurnal ilmiah merupakan hal mendasar sebagai wadah publikasi artikel ilmiah bagi para akademisi untuk menunjukkan hasil karya penelitiannya. Pengelolaan jurnal dan digital marketing yang belum maksimal dimanfaatkan oleh para pengelola jurnal dan belum sepenuhnya dipahami oleh para peserta. Pendampingan dalam pengelolaan jurnal dan digital marketing adalah langkah penting untuk menjaga jurnal tetap relevan dan berdaya saing di era digital saat ini. Pendampingan juga membuka peluang untuk membangun jaringan dan kolaborasi. Pendampingan dalam pengelolaan jurnal ilmiah adalah komponen penting untuk menjaga keberlanjutan, meningkatkan kualitas, dan memastikan integritas jurnal tersebut dan dapat dikenal lebih luas lagi. Dengan pemahaman mendalam tentang jurnal, kemampuan manajemen editorial yang efisien, dan dukungan dalam menangani konflik atau isu etika, editor jurnal dapat membantu menjaga jurnal tetap relevan dan bermanfaat bagi komunitas ilmiah. Metode yang digunakan pada pelaksanaan PKM ini adalah Workshop atau Pelatihan. Peserta yang hadir dipastikan mendapatkan pemahaman materi dengan cukup baik. Sebagai penyempurnaan dan memastikan kemampuan peserta dalam menerapkan materi secara maksimal, akan dilakukan tahapan evaluasi secara berkala dari tim dosen dan praktisi pengajar PKM.

Keywords: *Accompaniment; Journal Management: Digital Marketing.*

Abstract *The importance of implementing Community Service (PKM) in the Tri Dharma of Higher Education can make a positive contribution to society. The implementation of this PKM is entitled "Assistance in Journal Management Using Digital Marketing with the Open Journal Jumandik System". This Community Service was carried out on Jalan Surya Kencana, Gang H Hamzah, West Pamulang, Pamulang, South Tangerang City. The existence of scientific journals is fundamental as a forum for the publication of scientific articles for academics to show the results of their research work. Journal management and digital marketing are not yet optimally utilized by journal managers and are not fully understood by participants. Assistance in journal management and digital marketing is an important step to keep journals relevant and competitive in the current digital era. Mentoring also opens up opportunities to build networks and collaboration. Assistance in managing scientific journals is an important*



component to maintain sustainability, improve quality, and ensure the integrity of the journal and that it can be known more widely. With a deep understanding of the journal, efficient editorial management skills, and support in dealing with conflicts or ethical issues, journal editors can help keep the journal relevant and useful to the scientific community. The method used to implement this PKM is a workshop or training. Participants who attend are guaranteed to understand the material quite well. To improve and ensure participants' ability to apply the material optimally, regular evaluation stages will be carried out by the team of lecturers and PKM teaching practitioners.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, jurnal ilmiah merupakan salah satu parameter kemajuan bagi suatu institusi baik di bidang akademik maupun non akademik. Di sisi lain, keberadaan jurnal ilmiah juga menjadi salah satu kriteria penilaian dalam pengajuan akreditasi sebuah institusi khususnya institusi yang berada pada bidang akademik atau pendidikan. Jurnal ilmiah merupakan salah satu bentuk publikasi yang penting dalam dunia akademik dan penelitian. Jurnal ini memainkan peran vital dalam menyebarkan pengetahuan, hasil penelitian, dan pemikiran ilmiah. Pengelolaan jurnal yang baik adalah kunci untuk memastikan keberlanjutan dan kualitas jurnal tersebut.

Salah satu alasan utama mengapa pendampingan diperlukan dalam pengelolaan jurnal adalah untuk membantu para editor jurnal memahami dengan baik apa itu jurnal ilmiah. Dalam pendampingan ini, mereka dapat mempelajari tentang karakteristik jurnal dan pemasaran secara digital. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang jurnal, editor dapat mengelola jurnal dengan lebih efektif dan juga dapat memasarkan secara digital dengan memanfaatkan media sosial yang sudah berkembang saat ini cukup pesat. Peran media sosial saat ini cukup memberikan pengaruh terhadap suatu bisnis atau pemasaran pada umumnya. Media sosial dapat berupa Tik Tok, facebook, instgram, whatsApp dan media sosial lainnya. Pendampingan dalam pengelolaan jurnal dengan digital marketing adalah proses di mana seseorang atau sebuah tim memberikan bantuan atau dukungan dalam mengelola dan mempromosikan jurnal ilmiah atau publikasi akademik melalui strategi dan teknik pemasaran digital. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk meningkatkan visibilitas, dampak, dan citra jurnal tersebut di dunia akademik dan masyarakat umum. Pendampingan dalam pengelolaan jurnal dengan digital marketing adalah langkah penting untuk menjaga jurnal tetap relevan dan berdaya saing di era digital saat ini. Dengan strategi yang tepat, jurnal yang dikelola dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memberikan dampak yang lebih besar dalam dunia akademik

Pendampingan dalam pengelolaan jurnal ilmiah adalah komponen penting untuk menjaga keberlanjutan, meningkatkan kualitas, dan memastikan integritas jurnal tersebut dan juga memasarkan secara digital. Dengan pemahaman mendalam tentang jurnal, kemampuan pemasaran jurnal agar lebih dikenal dengan memanfaatkan teknologi informasi yaitu sosial media yakni Instagram, youtube, Tik Tok, dll yang belum maksimal. Pengelola jurnal belum dibekali dengan kemampuan pemasaran jurnal secara online dengan memaksimalkan media social yang sudah ada. Pesan dengan tepat dalam sebuah informasi di media social akan mempengaruhi Bagaimana cara agar jurnal kita dikenal banyak orang? Ini akan berdampak pada banyaknya penulis yang masuk dari berbagai macam instansi. Sesungguhnya yang membutuhkan terbitnya artikel di jurnal bukan pengelola jurnal, tapi para penulis. Di 3 luar sana banyak penulis yang mencari jurnal-jurnal yang relevan sesuai bidang mereka. Hanya saja informasi jurnal kita tidak sampai kepada mereka. Lalu bagaimana agar jurnal kita tersebar luas, dan dapat di kenal oleh berbagai macam instansi? ada hal yang perlu diperhatikan yaitu Informasikan di sosial media. Saat ini sosmed telah banyak menjangkau di beberapa kalangan. Informasi melalui sosial media seperti; Facebook, WhatsApp, Twitter, dll merupakan ide yang tepat untuk memperkenalkan jurnal kita. Dengan menggiatkan informasi melalui sosmed untuk lebih dikenal lebih luas lagi.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini mengharapakan kepada para dosen yang terlibat sebagai pembicara dan pendukung agar dapat memberikan pemecahan masalah. Terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh mitra, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Apakah pengetahuan digital marketing bagi para pengelola jurnal sudah cukup baik?
- Apakah pemasaran terhadap jurnal Jumandik sudah lakukan secara digital marketing?

Kajian Teori Pengelolaan Jurnal

Pengertian Pengelolaan Pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat.

Nugroho (2003:119) mengemukakan bahwa Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (to manage) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Sedangkan menurut Syamsu menitikberatkan pengelolaan sebagai fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan pengontrolan untuk mencapai efisiensi pekerjaan. Sementara Terry (2009:9) mengemukakan bahwa : Pengelolaan sama dengan manajemen sehingga pengelolaan dipahami sebagai suatu proses membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Digital Marketing

Pengertian Marketing ialah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Caranya dengan membuat produk, menentukan harganya, tempat penjualannya dan mempromosikan produk tersebut kepada para konsumen. Atau definisi marketing yakni suatu perpaduan antara kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan untuk bisa mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan bisa mengembangkan produk, harga, pelayanan, dan melakukan promosi agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi serta perusahaan mendapatkan sebuah keuntungan. Marketing memang sangat erat kaitannya dengan kegiatan kehidupan kita sehari-hari karena objeknya yaitu konsumen. Biasanya kita sebagai konsumen sering dihadapkan pada beberapa pilihan seperti memilih merek dari produk tertentu yang hendak kita beli, dimana kita akan membelinya dan menentukan waktu atau kualitas saat melakukan pembelian. Menurut Coviello, Milley dan Marcolin Digital marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Mereka juga berpendapat bahwa digital marketing merupakan bagian dari e-commerce. Selanjutnya, menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web. E-Marketing atau digital marketing diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan global, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai pada bulan berupa survei lapangan, identifikasi masalah dan koordinasi dengan mitra. Berdasarkan hasil survei lapangan dan identifikasi masalah maka dapat diketahui permasalahan yang ada mengenai pengelolaan jurnal dan pemasaran secara online di tempat mitra. Setelah dilakukan koordinasi dengan mitra, kemudian disepakati bentuk dan tema yang akan diangkat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Langkah selanjutnya adalah penyusunan materi pelatihan pengelolaan jurnal dengan pemasaran secara online. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan pengelolaan jurnal online berbasis media social.

Dalam mekanisme tahapan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) terdiri atas enam tahapan, yakni tahap persiapan, investigasi, pembekalan, pra-implementasi, evaluasi, dan implementasi. Pada tahapan persiapan dilakukan survey lokasi dan koordinasi dengan mitra. Pada tahapan investigasi

yang dilakukan adalah menggali komponen-komponen permasalahan yang tengah dihadapi mitra, mendengarkan berbagai keluhan mitra dalam menjalankan usahanya serta keinginan dan harapan mitra terhadap *digital marketing* yang tengah dirintisnya.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diselenggarakan di lokasi yang telah ditetapkan dengan mengakomodir jumlah peserta untuk dapat berkumpul dengan nyaman dan tenang. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 2-4 November 2023 yang bertempat di Sekretariat Argapuri Jl. H. Hamzah No. 32, Pamulang Barat, Pamulang, Kota Tangerang Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Terdapat beberapa indikator keberhasilan dari solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini:

1. Meningkatnya pemahaman pengelola jurnal terkait cara mengelola jurnal khususnya terkait pemasaran digital seperti memaksimalkan media social Instagram, Youtube, Tik Tok, WhatsApp.
2. Meningkatnya kemampuan (skill) pengelola jurnal terkait cara mengelola jurnal khususnya terkait pemasaran digital seperti pemilihan kalimat dalam mempromosikan jurnal Jumandik.
3. Meningkatnya motivasi pengelola jurnal untuk meningkatkan kualitas jurnal yang dikelola.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai pada bulan berupa survei lapangan, identifikasi masalah dan koordinasi dengan mitra. Berdasarkan hasil survei lapangan dan identifikasi masalah maka dapat diketahui permasalahan yang ada mengenai pengelolaan jurnal dan pemasaran secara online di tempat mitra. Setelah dilakukan koordinasi dengan mitra, kemudian disepakati bentuk dan tema yang akan diangkat dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Langkah selanjutnya adalah penyusunan materi pelatihan pengelolaan jurnal dengan pemasaran secara online. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan pengelolaan jurnal online berbasis media social. Dalam mekanisme tahapan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) terdiri atas enam tahapan, yakni tahap persiapan, investigasi, pembekalan, pra-implementasi, evaluasi, dan implementasi. Pada tahapan persiapan dilakukan survey lokasi dan koordinasi dengan mitra. Pada tahapan investigasi yang dilakukan adalah menggali komponen-komponen permasalahan yang tengah dihadapi mitra, mendengarkan berbagai keluhan mitra dalam menjalankan usahanya serta keinginan dan harapan mitra terhadap digital marketing yang tengah dirintisnya. Pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan persoalan mitra meliputi pendekatan partisipatif, metode pendekatan ceramah, pendekatan FGD (Focus Group Discussion), pendekatan kelompok dan individual.

1. Metode Pendekatan Partisipatif. Metode ini digunakan agar mitra dapat berpartisipasi aktif terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Pendekatan ini diawali dengan kegiatan bertemu secara langsung. Hal ini dilakukan untuk memberikan motivasi, inspirasi, membangun niat, menumbuhkan semangat mitra untuk terus melakukan inovasi pengembangan usaha serta mengikuti dengan seksama proses kegiatan Program Kemitraan Kemasyarakatan (PKM).
2. Metode Pendekatan Ceramah. Cara yang paling efektif untuk memperkenalkan informasi atau konsep-konsep yang baru pada sekelompok orang yang belajar. Dalam metode pendekatan ini dilakukan presentasi mengenai konsep dan informasi dalam cara yang sistematis dalam waktu yang terbatas, menggunakan alat bantu, berdiskusi dengan mitra.
3. Metode Pendekatan FGD (Focus Group Discussion). Pada metode ini dilakukan sharing pengalaman dalam proses pembelajaran dengan cara:
 - a) Memberikan kesempatan kepada mitra untuk saling berbagi pengalaman, gagasan, ide, dan mengklarifikasi sudut pandang mitra yang berbeda
 - b) Membantu mitra mengenali apa yang mereka telah lakukan dan hal-hal yang mitra tidak ketahui
 - c) Membantu mitra menjawab pertanyaan-pertanyaan yang selama ini mereka temui dalam pengalaman, meningkatkan keterlibatan mitra dalam menjalankan usahanya.
 - d) Pendekatan Kelompok dan Individual. Dalam metode pendekatan kelompok dan individual ini digunakan pembelajaran dengan melakukan pembelajaran melalui pengamatan.

Hal-hal yang dilakukan adalah dengan pelatihan pengelolaan sistem administrasi, pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana, pelatihan pembuatan web/media sosial lainnya untuk kegiatan promosi. Di setiap akhir pelaksanaan kegiatan mitra diberikan angket untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman terhadap materi dan program yang telah diberikan.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan sangat bermanfaat bagi masyarakat memberikan wawasan kepada peserta dalam hal ini adalah mengenai pentingnya digital marketing dalam strategi pengelolaan jurnal Jumandik. Berikutnya peserta pelatihan diberikan materi tentang mengembangkan kelompok masyarakat yang bernaung di menjadi mandiri secara ekonomi dan sosial, membantu menciptakan ketenteraman, kenyamanan dalam kehidupan bermasyarakat dan meningkatkan keterampilan dalam digital marketing khususnya dalam pengelolaan jurnal Jumandik.

DAFTAR PUSTAKA

- A.F. Stoner. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55–66.
- Arief, I., & Handoko. (2016). Jurnal Online dengan Open Journal System. Padang: Lembaga Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (LPTIK) Universitas AndalasCoupey, Eloise. 2001. *Marketing and the Internet*. New Jersey: Prentice Hall.
- Astuti, E., & Isharijadi. (2019). Pengenalan Open Journal System (OJS) untuk Publikasi Ilmiah Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4 (4), 409-414.
- Dessler Gary. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Kesembilan. Jilid II. Jakarta: PT. Indeks.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Ristek. (2021). Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia No. 134/E/KPT/2021 Tentang Pedoman Akreditasi Jurnal Ilmiah. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kemdikbudristek RI.
- Eko, Sutoro (2004). Reformasi Politik dan Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: APMD Press.
- Febriyantoro, M.T., Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi Asean.
- Handoko,T. Hani. 2001. Manajemen Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu S P. 2004. Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah. Bandung: Bumi Aksara.
- Hisam, S. (2018). Digital Marketing: Pengertian Menurut Para Ahli (Manfaat-Kelebihan-Kekurangan).
- Hulasoh, E., Syamsuddin, R. A., Praditya, A., Lisdawati, & Supardi. (2020). Pengaruh Gadget Terhadap Prestasi Belajar Remaja Di Era Milenial Pada Lembaga Bimbingan Belajar Daarul 'Uluum Petungkana Utara, Pesanggrahan, Jakarta Selatan. *ABDIMAS*.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*

- Modul KKN Tematik Desa Membangun Pemberdayaan Masyarakat Desa, Balitbang Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, 2019.
- Mohammed, Fisher, Jaworski, and Paddison, 2003, *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*. United States of America: McGraw-Hill.
- PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, Jurnal Ilmiah CIVIS, Volume I, No.2, Juli 2011.
- Pratama, A., & Syamsuddin, R. A. (2020). DAMPAK KOMITMEN ORGANISASI ATAS KINERJA KARYAWAN PT BNI KCP PAMULANG. *ProBank*. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i2.723>

