

PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN MARKETING ONLINE DAN OFFLINE BAGI UKM JOYOGRAND MERJOSARI MALANG

Umi Khabibah¹⁾, Pudji Herijanto²⁾, Fullchis Nurtjahjani³⁾, Nurdjizah⁴⁾, Lilies Nur Aini⁵⁾

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
umi.khabibah@polinema.ac.id

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
pudji.herijanto@polinema.ac.id

³Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
fullchis@polinema.ac.id

⁴Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
nurdjizah@polinema.ac.id

⁵Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
lilies.nur@polinema.ac.id

ABSTRACT

Assistance and training for SMEs in RW 8 Joyogrand Merjosari Malang Housing is a collaboration with the world of education. This is because there is a need for knowledge about marketing, both online through social media and offline through tools in the form of product catalogs. The catalog displays all the products produced, along with their prices, so this will really help potential consumers in recognizing and knowing what products are produced. The final thing that is hoped for is that a buying and selling transaction will occur between them. If you understand the meaning of promotion, you will know the true purpose of promotion. Not just communication to attract interest or introductions. The aim of promotion is to generate sales from capturing the market, as well as increasing the number of sales, increasing awareness of the sustainability of the buying and selling relationship. The training program for presenting promotional ideas on Facebook/Instagram and the Product Catalog is one of the training programs that can help disseminate product information. Likewise for UKMs in RW 08. They need to open themselves to other people regarding what they produce. By being known by other people, it will increase sales

Keywords: Promotion, Product Catalog

1. PENDAHULUAN

Jika kita akan menjalankan sebuah bisnis yang sangat penting dilakukan adalah promosi dari usaha yang dilakukan. Karena promosi itu hal yang sangat strategis dilakukan untuk memberi informasi serta mempengaruhi konsumen agar tertarik juga mau membeli produk yang ditawarkan. Walaupun biaya promosi mahal, namun kadangkala ada juga yang bisa murah, tergantung bagaimana kita bisa memilihnya

Pada masa sekarang semua bisnis memiliki suasana persaingan, untuk itulah kreatifitas dan inovasi menjadi hal yang bisa menunjang perkembangan dan pertumbuhannya. Usaha yang kompetitif harus diawali dari sumberdaya manusia yang

bisa berfikir dan bertindak kreatif. Sesuatu yang diketahui dan dimengerti hanya bisa didefinisikan oleh ilmu pengetahuan, sedangkan pikiran kreatif untuk dapat menemukan dan menciptakan sesuatu hal dapat melalui imajinasi.

Semua orang bisa belajar dan menguasai ketrampilan dalam berinovasi serta berketrampilan. Teknik kreatifitas yang merukan seni mengolah pekerjaan menjadi hal yang bisa dilakukan oleh semua orang dengan latar belakang kehidupan masing-masing, untuk mengapai keberhasilan dalam pekerjaan. Permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan energi kreatif serta keputusan yang cerdas dalam menjalankan bisnis dan inovasinya. Untuk itulah setiap

orang dalam menjalankan usahanya tidak boleh bergantung pada sesuatu yang sifatnya monoton serta rutin. Untuk itulah diperlukan

Pelaku UKM berupa karya seni dan aneka masakan nasi kotak serta kue-kue di lingkungan RW 8 Joyogrand kebanyakan adalah ibu-ibu yang tergabung dalam kumpulan PKK. Kebanyakan dari mereka adalah pelaku usaha kecil rumahan, yang mana kegiatan ini tentunya diharapkan bisa menambah uang belanja serta membantu perekonomian keluarga.. Namun usahan yang dilakukan saat ini belum diimbangi dengan promosi yang baik. Mereka memproduksi dan menawarkan produknya dari mulut ke mulut kepada tetangga sekitar. Hal ini tentu membuat jangkauan promosi sangat terbatas, dan produk yang dihasilkan juga kurang tersampaikan dengan baik, karena informasi hanya berupa ucapan, tanpa adanya foto atau gambar.

Program pelatihan menuangkan ide promosi dalam Baner dan Katalog Produk adalah salah satu usaha untuk memulai kreatifitas dan inovasi pelaku usahan agar bisa menyebarkan informasi produk yang dimiliki. Demikian juga halnya bagi UKM yang ada di RW 08. Mereka perlu membuka diri kepada orang lain, terkait apa yang dihasilkan (diproduksi). Dengan diketahui orang lain, maka akan meningkatkan penjualannya. Katalog yang dihasilkan berupa cetak dan *softcopy* yang disebarakan melalui WA

Karena dasar tersebut, maka perlu adanya pelatihan yang bisa membantu khususnya dalam memasarkan produk yang telah dihasilkan. Pengabdian pada masyarakat ini mengambil judul "Pendampingan Dan Pelatihan Marketing Online Dan Offline Bagi UKM di Rw 08 Perumahan Joyogrand Merjosari Malang." Permasalahan yang Dihadapi oleh Mitra:

Semua mitra yang dikunjungi memiliki permasalahan yang relatif sama

Yaitu:

1. Memiliki produk lebih dari satu, sehingga kurang fokus
2. Belum bisa fokus ke salah satu produk yang dianggap paling diunggulkan

adanya kreatifitas dan inovasi, agar sumberdaya yang dimiliki bisa berjalan dengan efektif dan efisien.

3. Pemasaran tidak bisa maksimal, karena belum memanfaatkan teknologi
4. Penjualan tidak bisa maksimal

2. KAJIAN LITERATUR

Menurut Pasla (2023) Marketing online adalah strategi memanfaatkan platform daring untuk mengkomunikasikan pesan seputar citra bisnis, serta mempromosikan produk atau layanan kepada calon konsumen. Platform daring yang digunakan pun sangat beragam, mulai dari:

1. Situs web
2. Teknik Search Engine Optimization (SEO)
3. Iklan Pay Per Click (PPC)
4. Pemasaran melalui surel (email marketing)
5. Hingga jejaring sosial.

Bukalapak (2023) *Online marketing* adalah pemanfaatan platform online yang digunakan untuk menyampaikan pesan mengenai citra bisnis dan juga mempromosikan produk atau layanan kepada pembeli. Dalam platform online tersebut, kamu nantinya akan mendapatkan pilihan yang beragam untuk menunjang bisnismu, seperti bisa memasarkan produk melalui website, *Search Engine Optimization* (SEO), iklan *Pay Per Click* (PPC), *email marketing*, hingga media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, hingga Twitter.

3. METODE

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap:

1. Tahap sosialisasi, dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 14 Mei 2023. Tempat pelaksanaan di Perumahan Joyogrand, di salah satu rumah warga. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan pengetahuan, betapa pentingnya media promosi, agar produk yang dihasilkan lebih di kenal. Seperti terlihat pada gambar 1 dan 2



Gambar 1. Sosialisasi pentingnya media promosi



Gambar 2. Sosialisasi Pentingnya Media Promosi

Tahap Kunjungan ke Mitra.

Kunjungan dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 12 Agustus 2023, dengan cara mendatangi satu persatu rumah pemilik usaha.

1. Mitra UKM ke 1

Ada banyak produk yang dihasilkan, antara lain permen jelly, pia berbagai rasa, sepatu lukis, tas lukis, jilbab lukis, bakery dll.

Disini akan fokus ke pia aneka rasa dan lukis di sepatu jilbab dan tas



Gambar 3. Kunjungan ke mitra UKM ke 1

2. Mitra UKM ke 2

Berbagai kue kering dihasilkan disini, juga masakan rumah sesuai pesanan. Namun produk yang diandalkan Pai Apel. Ini yang diharapkan bisa jadi alternatif oleh2 khas Malang, seperti terlihat pada gambar berikut ini



Gambar 4. Kunjungan ke mitra UKM ke 2

3. Mitra UKM ke 3

Mitra berikutnya ini tidak bergerak di makanan, namun pada fashion (baju) dan aneka kerajinan songket. Produk aneka songket yang dihasilkan memiliki banyak variasi, namun yang terbanyak adalah tas. Untuk itu aneka songket ini yang akan dijadikan produk unggulan



Gambar 5. Kunjungan ke mitra UMKM ke 3

Mitra UMKM ke 4

UMKM berikut ini lebih unik, selain bisa menghasilkan aneka kue basah, namun pemilik lebih senang jika ada pesanan sekitar Mahar dan Hantaran. Untuk itu produk ini yang akan dijadikan unggulannya.



Gambar 6. Kunjungan ke mitra UMKM ke 4

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan ini berupa wawancara, tanya jawab, serta praktek pengumpulan dokumentasi foto produk.

Melakukan dokumentasi atau foto produk yang dihasilkan → diskusi untuk diambil yang terbaik → penetapan foto produk yang digunakan untuk katalog atau yang disebar ke media sosial

Dilakukan surve awal untuk mengetahui permasalahan utamanya terkait pemasaran produknya, dilakukan dengan :

- a. Memberikan gambaran seputar promosi
- b. Memberikan gambaran katalog produk
- c. Pelatihan menyusun informasi dan foto
- d. Diskusi terkait biaya yang akan dikeluarkan, untuk proses cetak brasur ke depannya

a. Rancangan Evaluasi

1. Evaluasi Sebelum Kegiatan.

Agar kegiatan yang telah dirancang ini bisa diterima, maka terlebih dahulu dilakukan riset awal sebagai pendahuluan, untuk persiapan dan uji coba.

Adapun tolok ukur dari kegiatan ini:

Dilakukan penyebaran informasi rencana kegiatan ini kepada ibu-ibu melalui pertemuan rutin bulanan PKK. Dijelaskan apa keuntungan jika mengikutinya, setelah itu dibuka pendaftaran

2. Evaluasi Selama Kegiatan.

Selama melakukan kegiatan kita evaluasi meliputi :

- a. Hal yang bersifat teknis selama kegiatan dilakukan evaluasi terkait penyampaian materi, diskusi, tanya jawabnya bagaimana
- b. Materi yang diberikan dievaluasi juga kelayakannya.
- c. Keterserapan materi oleh peserta meliputi bahasa yang digunakan dll.

Tolok ukur yang digunakan :

Dengan melihat hasil produk yang dihasilkan, apakah layak dipublikasikan atau tidak

Evaluasi kepada peserta:

Kategori evaluasi yang dilakukan kepada peserta meliputi:

Dengan cara melihat produk yang dihasilkan. Jika produk yang dihasilkan masih belum layak publish, maka perlu dilakukan pembinaan dengan cara memberikan pelatihan yang berulang.

3. Evaluasi kegiatan diakhir pelaksanaan:

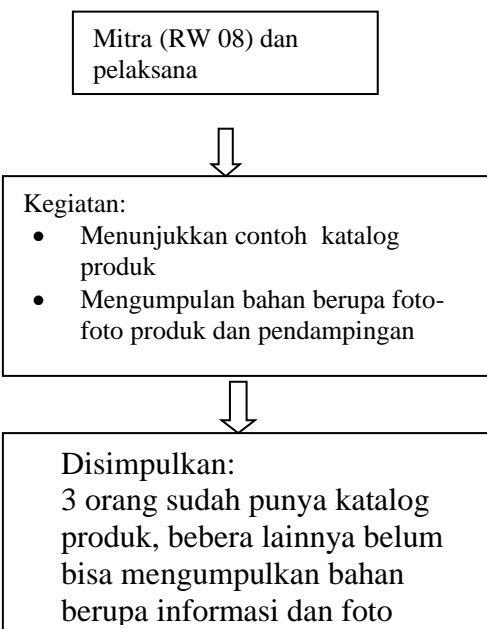
Untuk mengetahui berhasil atau tidak, dilakukan evaluasi yang menilai dan melihat kegiatan ini dari awal sampai akhir, terutama faktor pendorong dan penghambanya. Gambaran hasil pemetaan

dan solusi dari masing-masing peserta, yang merupakan UKM yang ada di lingkungan RW 08

Kegiatan

Adapun rencana kegiatan digambarkan dalam skrema berikut ini:

Skrema Kegiatan



Contoh Katalog Produk yang sudah dicetak.

Berikut ini gambarnya.



Gambar 6. Katalog Produk ke 1



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang telah dicapai terhadap UKM adalah

1. Mereka memiliki media promosi berupa katalog

- 2. Bisa mengenal macam-macam media promosi
- 3. Meningkatkan rasa percaya diri
- 4. Meningkatkan penjualan

Proses penyerahan hasil akhir sudah dipublikasi di FB https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02uFcJWeDrKtvccgrwa2bkk53vhoe9rsV1LewBLPuWoASTnhia7LRx1C8xSEn7nd44l&id=100070547473704&mibextid=Nif5oz



Hasil media promosi

1. Maulida Art

Gambar A



Gambar B



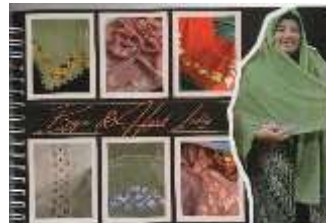
Gambar C



Gambar D



Gambar E



Gambar F



2. Seruni Dapurkoe

Gambar A



Gambar B



Gambar C



Gambar D



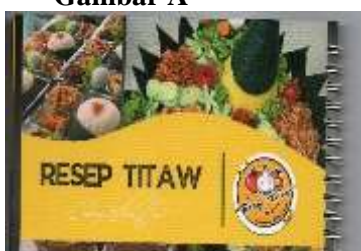
Gambar E



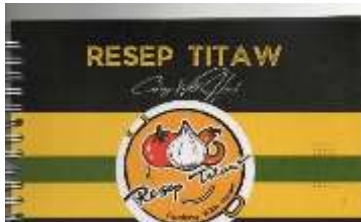
Gambar F



3. Resep Titaw
Gambar A



Gambar B



Gambar C



Gambar D



Gambar E



Gambar F



4. SBL Cookies
Gambar A



5. SIMPULAN

Pelatihan pemasaran online akan menjadi salah satu sarana untuk membuat usaha UKM menjadi lebih dikenal. Untuk itu pelaksanaan pelatihan, baik itu di tempat maupun di luar sebagai mengayaan pengetahuan, haruslah dilaksanakan secara berkala. Hal ini mengingat perkembangan metode pemasaran akan terus berkembang dan berubah.

Pendampingan dalam pemasaran, khususnya pemasaran online bagi ibu-ibu pemilih UKM di wilayah Perumahan Joyogrand Malang dimaksudkan

membantu program pemerintah meningkatkan taraf hidup masyarakat, memberi wawasan tentang pemasaran online. Sedangkan manfaatnya diharapkan bisa menciptakan masyarakat yang makmur, karena semakin tingginya taraf hidup, mendapatkan wawasan tentang peluang wirausaha, mendapatkan wawasan tentang pemasaran melalui internet, dan membantu perekonomian keluarga

Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari kemampuan mencoba pemasaran online, hal ini juga akan berakibat munculnya rasa percaya diri akan kemampuannya, dan adanya wawasan baru tentang metode pemasaran. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keraguan akan bisa diterima produk mereka di pasaran, keterbatasan wawasan tentang macam-macam metode pemasaran. Sedangkan faktor pendorongnya adalah ketrampilan dan mudahnya melatih khususnya memanfaatkan HP yang dimiliki

Saran

Saran dari kegiatan ini adalah:

- a. Rutin mengadakan kegiatan sejenis kepada ibu2 PKK tersebut
- b. Ada pendampingan lanjutan setelah kegiatan selesai
- c. Adanya dukungan permodalan

6. DAFTAR REFERENSI

Bukalapak, Tim Komunitas, 2023, Online Marketing adalah: Pengertian dan Kelebihannya
<https://seller.bukalapak.com/info/blog/seller-story/121127-online-marketing-adalah-pengertian-dan-kelebihannya>. Diakses jumat, 8 Nopember 2024 jam 12.00 wib

Pasla, Bambang Niko, 2023, Pengertian Marketing Online dan Strategi Marketingnya,
<https://pasla.jambiprov.go.id/pengertian-marketing-online-dan-strategi-marketingnya/> diunduh jumat 8 Nopember 2024 jam 11.00 wib