

Pelatihan Marketing Online Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur

Kwarnanto Rohmawan, Nurminingsih, Ahmadun

Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Respati Indonesia
antorohmawan@gmail.com

Abstrak

Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UMKM melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha meliputi kemampuan pengelolaan terlebih dalam akuisisi penggunaan teknologi berbasis digital sehingga diharapkan kemampuan SDM pelaku UMKM bisa ditingkatkan dengan penggunaan teknologi sebagai penunjang dapat memberikan berbagai dukungan yang lebih besar bagi para UMKM mengembangkan potensi usaha menjadi lebih maksimal. Upaya pemberian pelatihan kepada para pelaku usaha kecil dan menengah untuk lebih mengenal serta dapat memanfaatkan teknologi informasi digital dalam hal ini internet untuk mengembangkan usahanya, baik dari segi jaringan pemasaran, mitra kerja, permodalan hingga inovasi produk. Metode yang digunakan pada kegiatan pelatihan ini antara lain ceramah, menggunakan media presentasi, diskusi, tanya jawab yang dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi zoom. Hasil kegiatan diperoleh adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam menjalankan usaha lebih maksimal dengan menggunakan teknologi marketing online. Memberikan stimulus dan alternatif solusi yang relatif lebih aman namun akan menambah luas pemasaran usaha yang dilakukan selama ini melalui media online. Disamping itu pemberian pelatihan juga memberikan pengenalan wawasan dan motivasi tentang manfaat penggunaan teknologi informasi internet terhadap marketing dan perkembangan usaha serta pengenalan bagaimana cara menggunakan teknologi informasi internet yang mudah dan praktis untuk memasarkan dan pengembangan produk dan usaha

Kata kunci : *UKM, Marketing Online*

Abstract

The government through the Ministry of Cooperatives and MSMEs provides guidance to business actors including management capabilities, especially in the acquisition of the use of digital-based technology so that it is hoped that the human resources capacity of MSME actors can be improved by using technology as a support so that they can provide greater support for MSMEs to develop their business potential to be more leverage. . Efforts to provide training to small and medium-sized businesses to get to know and be able to take advantage of digital information technology in this case the internet to develop their businesses, both in terms of marketing networks, partners, capital to product innovation. The methods used in this training activity include lectures, using media presentations, discussions, questions and answers conducted online using the zoom application. The results of the activity obtained an increase in the understanding of MSME actors in running their business more optimally by using online marketing technology. Providing stimulus and alternative solutions that are relatively safer but will increase the area of business marketing that has been carried out so far through online media. Besides that, the training also provides an introduction to insight and motivation about the benefits of using internet information technology for marketing and business development as well as an introduction to how to use internet information technology that is easy and practical for marketing and product and business development

Keywords: *MSMEs, Online Marketing*

<http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS>

LATAR BELAKANG

Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian meluncurkan inisiasi program Making Indonesia 4.0 yang berisi arah perkembangan usaha dan industri di Indonesia dimasa mendatang dalam menyambut gelombang revolusi industri 4.0.

Inisiasi tersebut sangat memerlukan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari kebijakan semua institusi pemerintah, peran aktif dari para pelaku usaha, asosiasi industri, penyedia teknologi, hingga lembaga riset dan pendidikan. Salah satu yang menjadi fokus dan prioritas nasional dalam upaya memperkuat struktur perindustrian Indonesia adalah sektor industri makanan dan minuman mulai dari hulu sebagai sumber bahan baku yakni peternakan, pertanian, perikanan hingga produksi mulai dari industri besar hingga produsen dengan skala kecil makanan dan minuman.

Disamping itu pemerintah juga berkomitmen untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berupa mentoring dalam meningkatkan inovasi serta membangun sentra-sentra teknologi sehingga dapat membuka akses bagi pelaku UMKM terhadap teknologi informasi guna membangun dan memperluas jaringan berupa pemasaran, mitra produksi serta pendanaan.

Hal tersebut menjadi prioritas pemerintah karena menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM merupakan kegiatan ekonomi kemasyarakatan yang turut andil menyumbang sekitar 60,34 persen terhadap produk domestik bruto (PDB). Secara umum masih besar kebutuhan yang belum mampu diserap produksi skala UMKM seperti permintaan produk kerajinan kreatif, makanan minuman khas daerah yang banyak diminati pasar domestik dan luar negeri

Kondisi demikian tidak terlepas dari beberapa kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM antara lain masih sedikitnya jangkauan akses informasi ke pasar yang lebih luas, akses tersebut tidak hanya terkait dengan pemasaran produk saja akan tetapi juga kemitraan, mulai dari mitra sumber bahan baku, inovasi produksi, pembiayaan hingga operasional.

Untuk itu keterbatasan sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM perlu ditingkatkan, khususnya keterbatasan penggunaan teknologi media online dalam mengelola usaha. Kementerian Koperasi dan UKM melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha meliputi kemampuan pengelolaan terlebih dalam akuisisi penggunaan teknologi berbasis digital sehingga diharapkan kemampuan SDM pelaku UMKM bisa ditingkatkan dengan penggunaan teknologi sebagai penunjang dapat

memberikan berbagai dukungan yang lebih besar bagi para UMKM mengembangkan potensi usaha menjadi lebih maksimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut sebagai sivitas akademika yang berkewajiban untuk dapat melaksanakan salah satu tri dharma perguruan tinggi yakni pengabdian kepada masyarakat, kami merasa perlu untuk ikut serta secara aktif dalam membantu para pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi dalam mengembangkan potensi usaha yang telah mereka rintis.

SOLUSI YANG DITAWARKAN

Semangat untuk memulai dan menjalankan usaha harus tetap dilakukan oleh para pelaku UMKM, meskipun kondisi pandemi virus covid 19 yang tengah terjadi. Untuk itu alternatif usaha dilakukan dengan marketing online menggunakan media internet sehingga usaha bisa tetap berjalan dengan tetap menjalankan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah.

Beberapa alternatif solusi marketing online yang ditawarkan adalah :

1. Membuat analisa terhadap produk UMKM yang dijual, yang berisi informasi mengenai nama produk, bahan baku, harga jual, cara pembelian dan sebagainya. Hal ini dibuat untuk memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat mengenai produk yang akan dijual
2. Mencari alternatif media online yang sesuai dengan produk yang akan dijual, termasuk kemudahan pelaku UMKM dalam proses transaksi dan pembayaran
3. Bagaimana membuat akun dan memasarkan produk pada media online yang sesuai dengan produk yang akan dijual
4. Bagaimana memaksimalkan toko online yang telah dibuat agar banyak kostumer yang melihat, tertarik dan melakukan transaksi pembelian via online
5. Bagaimana menjaga komitmen dan etika bertransaksi secara online, sehingga peserta dapat memahami resiko dan tanggung jawab dalam marketing online

TUJUAN

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan bentuk pelatihan marketing online mempunyai tujuan umum yakni memberikan wawasan, kemampuan dan motivasi bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayang, Jakarta Timur agar lebih mengenal dan mampu menggunakan teknologi informasi dalam memasarkan dan mengembangkan usaha.

METODE

Sasaran kegiatan pelatihan ini para pelaku UMKM dengan berbagai bentuk bentuk dan produk yang berada di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Berdasarkan data identifikasi yang diperoleh pada awal pelaksanaan program pengabdian ini

Metode yang digunakan pada kegiatan pelatihan ini antara lain ceramah, menggunakan media presentasi, diskusi, tanya jawab yang dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi zoom mengingat kondisi pandemi covid 19 yang tengah terjadi. Narasumber adalah Dosen Universitas Respati Indonesia yang juga sebagai pelaku usaha yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup memadai dalam bidang pengelolaan usaha melalui online.

TAHAP PERSIAPAN

Tahap persiapan dilakukan dengan menyiapkan dokumen dengan memperhatikan beberapa hal :

1. Tim pengabdian dipersyaratkan memiliki kompetensi teoritis dan praktis yang memadai dalam pelatihan program pengenalan dan pemanfaatan internet untuk memasarkan dan mengembangkan usaha secara online serta mampu melakukan pelatihan melalui pendekatan partisipasi aktif
2. Persiapan pelaksanaan harus dilakukan secara menyeluruh, mulai dari perijinan sampai evaluasi dengan melibatkan pihak-pihak yang bertanggungjawab seperti Pihak Agrowisata disekitar Patengan.
3. Metode pelatihan partisipasi aktif, dilakukan dengan suasana menyenangkan dan mendorong interaksi peserta agar materi dapat diterima sesuai kondisi, kebutuhan dan tepat sasaran. Bagaimana memanfaatkan internet untuk mencari informasi, ide, membuat akun email, membuat membuat promo di media online atau untuk mencari dan bergabung pada komunitas usaha dan produk sejenis melalui online
4. Metode yang digunakan pada kegiatan pelatihan ini antara lain ceramah, menggunakan media presentasi, diskusi, tanya jawab yang dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi zoom mengingat kondisi pandemi covid 19 yang tengah terjadi

TAHAP PELAPORAN

Pelaporan dari kegiatan pelatihan marketing online dilakukan pada akhir kegiatan untuk merangkum hasil, interaksi peserta serta membuat rencana tindak lanjut kegiatan pelatihan

WAKTU DAN TEMPAT PELATIHAN

Kegiatan Pengabdian masyarakat dalam bentuk pemberian pelatihan pengenalan marketing online bagi para UMKM di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur, dilaksanakan pada Sabtu, 27 Juni 2020 secara online dengan menggunakan aplikasi Zoom, sehingga para peserta dapat tetap mengikuti pelatihan di rumah masing-masing.

HASIL PELATIHAN

Pelatihan Marketing Online bagi UMKM di Kelurahan Bambu Apus, Kecamatan Cipayung dapat berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah diajukan yakni hari Sabtu, 27 Juni 2020 secara online dengan menggunakan aplikasi Zoom, mulai pukul 10.00 - 12.00.

Pelatihan dihadiri 81 peserta berlangsung dengan baik, tertib dan lancar sesuai rencana kegiatan yang telah disusun sebelumnya.

pelatihan marketing online bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Bambu Apus akan dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi Zoom, pada hari Sabtu, 27 Juni 2020, sehingga para peserta dapat tetap mengikuti pelatihan di rumah masing-masing.

1. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dengan baik, tertib dan lancar sesuai rencana kegiatan yang telah disusun sebelumnya. Para peserta tampak antusias mengikuti pelatihan, hal tersebut terlihat dari banyaknya peserta yang bertanya dalam sesi diskusi.

2. Pendataan & Pembuatan Sertifikat

Setelah pelatihan selesai dilakukan diperoleh data peserta pelatihan serta dibuatkan sertifikat bagi peserta pelatihan tersebut

RESPON PESERTA PELATIHAN

Peserta pelatihan merupakan para pelaku UMKM dengan berbagai bidang usaha. Diantara peserta merupakan warga yang baru akan memulai usaha sehingga sangat perlu meningkatkan pemahaman wirausaha khususnya usaha online.

Peserta sangat antusias mengikuti pelatihan, hal itu terlihat dari semangat dalam menyimak paparan yang diberikan dan mengajukan beberapa pertanyaan terkait materi yang disampaikan. Dan beberapa peserta juga meminta kontak narasumber agar dapat diskusi lebih detail secara langsung setelah pelatihan.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat dalam bentuk kegiatan pemberian Pelatihan marketing Online di Kelurahan Bambu Apus, yang dilakukan sebagai bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Respati Indonesia sangat memberi dampak positif bagi masyarakat luas, khususnya para pelaku UMKM baik yang sudah berjalan maupun yang baru akan memulai usaha.

Memberikan stimulus dan alternatif solusi yang relatif lebih aman namun akan menambah luas pemasaran usaha yang dilakukan selama ini melalui media online. Mendorong pelaku UMKM baru agar tidak ragu untuk memulai usaha apapun produk dan jenis usaha yang dijalankan dapat lebih maksimal dengan menggunakan teknologi marketing melalui online.

Saran yang dapat disampaikan adalah para pelaku UMKM harus terus diberikan berbagai bimbingan teknis, tidak hanya bagaimana mengembangkan produk akan tetapi juga pemasaran dengan menggunakan media online. Hal ini perlu dilakukan agar para pelaku UMKM dapat terus mempertahankan kegiatan usahanya dengan perluasan pasar dan peluang kerjasama melalui online.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agus Hermawan, 2012. Komunikasi Pemasaran, Erlangga, Jakarta
2. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hasil survey nasional tentang penetrasi pengguna internet tahun 2018
3. Cut Devi Maulidasari, Damrus Damrus, 2020 Dampak Pemasaran Online di Era Pandemi Covid-19, Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen (JBKSM, Vol 4 No 2
4. Eni Widhajati, 2019, Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung, Jurnal Benefit, Vol 6 No 1
5. E-book, Making Indonesia 4.0, Kementrian Perindustrian, 2019
6. Iin Endang Mardani, 2013, Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing), Jurnal Ekonomi, Volume 4 Nomor 2
7. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>
8. Ridho Azlam Ambo Asse, 2018, Strategi Pemasaran Online, Jurnal Komunikasi KAREBA Vol.7 No.2