

**PELATIHAN TEKNIK PEMASARAN ONLINE DI INDUSTRI KECIL
MENENGAH REZEKI KELURAHAN SIMPANG SELAYANG KOTA
MEDAN**

Ratih Paramitha^{*1}, Andreas Rumata Simanjuntak², Taranipa Marfitania³, Tengku Rachmi Hidayani⁴, Said Hanief⁵, Ria Januarti⁶, Alpan Hutabarat⁷, Emil Salim P. Siregar⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Politeknik Teknologi Kimia Industri Medan, Medan, Indonesia
E-mail Author: mitha25.paramitha@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang Teknik pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi di IKM Rezeki Kelurahan Simpang Selayang Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan dengan harapan dapat memperluas area pemasaran yang akan memberikan imbas terhadap peningkatan omset. Adapun masalah yang dimiliki oleh mitra adalah kurangnya kemampuan serta pengelolaan manajemen usaha mitra masih terbatas, terutama dalam memperkenalkan produk unggulannya ke khalayak sasaran pasar mereka yang lebih luas lagi melalui kegiatan promosi yang tepat sasaran baik secara offline maupun online. Kegiatan ini menggunakan metode pendekatan kontekstual yaitu memberikan materi teori terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan workshop langsung mengunggah produk-produk yang dihasilkan oleh IKM Rezeki yang merupakan pelaku usaha. Lalu dilanjutkan dengan metode pengarahan teknik pemasaran online dan pendampingan usaha. Metode ini langsung dipraktikkan oleh instruktur dengan mitra agar mitra dapat langsung memahami aplikasi-aplikasi marketplace dan pendampingan dalam pengembangan pengetahuan dan kemampuan untuk mengakses marketplace secara online, serta memfasilitasi kegiatan promosi melalui media online (e-commerce dan social media). Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta pengabdian sangat tertarik mengikuti pelatihan- pelatihan semacam ini karena sangat merasa terbantu dalam memanfaatkan media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi yang sudah berkembang pesat dewasa ini. Adanya optimalisasi kinerja melalui peningkatan daya kreativitas dan inovasi SDM, yaitu melalui pemahaman konsep strategi pemasaran, terutama melalui kemampuan pemasaran online, sehingga mitra mampu memperkenalkan produk usaha lebih luas lagi dan menciptakan sebuah destination branding melalui media online.

Kata Kunci: Pelatihan, Teknik Pemasaran, Online.

ABSTRACT

This community service activity aims to provide training on techniques for using online media as a means of marketing production at IKM Rezeki, Simpang Selayang Village, Medan Tuntungan District, Medan City with the hope of expanding the marketing area which will have an impact on increasing turnover. The problem faced by partners is the lack of capability and management of partner business management is still limited, especially in introducing superior products to their wider target market audience through targeted promotional activities both offline and online. This activity uses a contextual approach method, namely providing theoretical material first and continued with a workshop directly uploading products produced by IKM Rezeki which is a business actor. Then proceed with the method of directing online marketing techniques and business assistance. This method is directly practiced by instructors and partners so that partners can immediately understand marketplace applications and

** Paramitha, R., dkk.. (2024)*

provide assistance in developing knowledge and abilities to access online marketplaces, as well as facilitating promotional activities through online media (e-commerce and social media). The results of the training show that service participants are very interested in taking part in this kind of training because they feel it is very helpful in utilizing online media as a means of marketing production products which are growing rapidly nowadays. There is performance optimization through increasing the creativity and innovation of human resources, namely through understanding marketing strategy concepts, especially through online marketing capabilities, so that partners are able to introduce business products more widely and create destination branding through online media.

Keywords: *Training, Marketing Techniques, Online.*

PENDAHULUAN

Berdasarkan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Desember 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 juta orang atau 54,7 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Dari data tersebut juga didapatkan bahwa Indonesia berada pada peringkat kelima sebagai negara dengan jumlah pengguna internet di dunia, dengan pertumbuhan sebesar 7 persen per tahun. Tingginya tingkat pertumbuhan ini banyak dimanfaatkan oleh kalangan bisnis sebagai media pemasaran online. Saat ini banyak banyak Perusahaan mulai beralih ke pemasaran online dengan menyiapkan jaringan sosial online, membuat website Perusahaan atau website produk atau website pemasaran, menempatkan iklan atau promosi online, dan menggunakan email marketing atau spam. Namun metode-metode berikut membutuhkan biaya yang memadai untuk dilaksanakan, maka untuk perusahaan-perusahaan dengan anggaran biaya yang kecil biasanya menggunakan saluran pemasaran online yang tidak berbayar seperti media sosial Instagram, Facebook, dan marketplace (Kotler et al., 2005).

Online market atau pasar maya sudah menjadi hal yang umum dan mempunyai pangsa pasar tersendiri yang sesuai dengan target bisnis masing-masing pemilik usaha. Banyak faktor yang membuat pengusaha beralih ke pangsa pasar maya, antara lain adalah pemasaran yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih murah dan lebih tepat sasaran dibandingkan dengan cara konvensional (Etro, 2021). Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pengusaha maya pemula adalah cara pemasarannya, sehingga diperlukan teknik tersendiri agar pemasaran secara maya dapat ditingkatkan untuk mendapatkan peningkatan pendapatan tiap jenis usaha yang dijalani (Tahara Shita et al., 2022).

Dampak pemasaran online sudah terasa yaitu terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat yang biasanya berbelanja offline di toko, gerai, supermarket atau mall sebagian konsumen beralih ke belanja online. Para pebisnis yang hanya mengandalkan pemasaran offline konvensional berpotensi terkena dampaknya yaitu turunnya omset penjualan (Mahliza et al., 2020). Beberapa supermarket di Indonesia menutup gerainya akibat menurunnya pendapatan perusahaan. Merespon fenomena tersebut, para pebisnis perlu segera beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan menyesuaikan dengan perubahan perilaku berbelanja masyarakat Indonesia, yaitu dengan merubah sistem pemasaran dari pemasaran offline menuju pemasaran online atau kombinasi offline dan online. Apabila perusahaan tidak beradaptasi, maka perusahaan akan ketinggalan oleh kompetitor yang sudah online dan berpotensi kehilangan sebagian konsumen yang beralih ke belanja online (Hakim, 2019). Beberapa penelitian telah membuktikan teknik pemasaran menggunakan strategi pemasaran online dapat meningkatkan minat pembelian atau meningkatkan penjualan. Strategi pemasara online berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Jati & Yuliansyah, 2017). Pemasaran online akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Khoernikmah & Widarko, 2018).

Selain pengetahuan teknik pemasaran yang masih minim, mitra juga membutuhkan pelatihan untuk kewirausahaan. Salah faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah kemampuan melakukan usaha. Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan mengembangkan dan mengaplikasikan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan baik oleh pemerintah, dunia usaha, masyarakat, LSM serta perguruan tinggi (Lantu et al., 2016).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk pertama, mendorong perusahaan mitra yang saat ini menjalankan pemasaran offline beralih menggunakan media pemasaran online sehingga dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan omset penjualannya; Kedua, sebagai salah satu wujud pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi yaitu mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat disekitar kampus.

Adapun manfaat kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pertama, bagi perusahaan mitra, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia dalam pemasaran online berbasis marketplace; Kedua, memiliki akun marketplace yang dapat digunakan untuk menjalankan pemasaran online; Ketiga, bagi dosen dan mahasiswa, yaitu mendapatkan data dan informasi terkini penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat dalam rangka pengkajian ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan menggunakan metode sosialisasi melalui ceramah, diskusi/tanya jawab, dan demonstrasi/praktek melalui tahapan sebagai berikut:

1. Rapat anggota tim, merancang program yang akan dilaksanakan.
2. Menggubungi pihak mitra untuk mengkonfirmasi waktu dan daftar peserta yang akan mengikuti sosialisasi.
3. Mempersiapkan materi, peralatan dan bahan untuk kegiatan sosialisasi.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

1. Metode ceramah dan tanya jawab, digunakan pada waktu menyampaikan materi kegiatan.
2. Metode demonstrasi dan latihan praktek, digunakan pada waktu praktek pemasaran secara online melalui marketplace.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berbentuk pelatihan dan pembuatan sabun transparan dari minyak jelantah telah terlaksana dengan sangat baik. Kegiatan pengabdian masyarakat terlaksana tepat waktu, yakni pada hari Jumat, 07 Juli 2023 pukul 09.00 s/d selesai. Kegiatan ini dihadiri oleh 25 (dua puluh) warga setempat.

Pembuatan sabun padat transparan ini langsung diperagakan oleh para instruktur dari Program Studi Agribisnis Kelapa Sawit. Warga setempat dapat dengan baik dan cukup mudah mengikuti modul/prosedur kerja yang telah disiapkan oleh para instruktur. Warga pengajian di IKM. Rezeki sangat Antusias mengikuti pelatihan pembuatan sabun padat transparan ini. IKM Rezeki bergerak dalam bidang sabun cair, seperti sabun cuci piring, sabun cuci baju dan sabun cuci tangan, sehingga IKM rezeki sangat antusias untuk menambah produk yang terbaru untuk memperlancar bisni IKM tersebut.



Gambar 1. Peserta Pelatihan Teknik Pemasaran Online

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan mengenalkan beberapa materi kepada mitra yaitu pengenalan internet, gambaran umum internet, fungsi utama internet yang dapat digunakan untuk mencari berbagai informasi, mulai dari mencari informasi terkini, tutorial pembuatan suatu produk, sampai dengan menemukan informasi yang dapat mendukung usaha mitra. Ada materi tersebut juga disinggung terkait dengan tata cara berkomunikasi menggunakan media internet, salah satunya adalah berkomunikasi menggunakan surat elektronik (e-mail) serta menjelaskan fitur e-mail yang dapat digunakan untuk mengirimkan suatu file kepada tujuan. Materi berikutnya yang dijelaskan adalah pengenalan e-commerce, pada materi ini dijelaskan bahwa e-commerce memudahkan pengguna internet dalam melakukan transaksi jual beli, dengan kata lain e-commerce dapat membantu pengusaha pemula untuk berjualan tanpa memerlukan toko secara nyata, melainkan hanya perlu meletakkan produk mereka di toko online atau marketplace yang sudah disediakan oleh pihak tertentu serta mempermudah para pengusaha pemula untuk proses transaksi jual beli.



Gambar 2. Pejelasan Metode Teknik Pemasaran Online

Adanya pelatihan dan pembuatan sabun padat transparan kepada para warga dapat menghemat pengeluaran untuk membeli bahan-bahan dasar pencucian, juga menjadi sumber penghasilan tambahan. Minat dan antusiasme masyarakat Di IKM Rezeki di Medan Selayang sangat besar terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini, sehingga komunikasi dua arah antara instruktur dengan peserta terbangun dengan baik. Peserta kegiatan didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga yang masih berada pada usia produktif (20 hingga 50 tahun), sehingga instruktur tidak menemui kesulitan berarti dalam menjelaskan setiap tahapan dalam pembuatan bahan padat transparan dalam membangun usaha kecil dan menengah.

Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat, menghasilkan empat luaran kegiatan Pertama, Peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat, dalam hal ini adalah pengetahuan tentang bisnis online dan keterampilan peserta tentang pemasaran online berbasis marketplace Tokopedia.com dan Bukalapak.com; Kedua, Implementasi sistem berupa akun marketplace Tokopedia.com dan Bukalapak.com yang digunakan untuk memasarkan produk IKM Rezeki.

Pelatihan yang diselenggarakan memberikan pengetahuan kepada peserta tentang bisnis online, pemasaran online, dan pemasaran online berbasis marketplace. Setelah pelatihan, tahap selanjutnya pendampingan pembuatan akun marketplace sehingga perusahaan dapat mengimplementasikan pemasaran online. Pelatihan dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta (Mondy & Martocchio, 2016). Peserta pelatihan menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang baru didapatkannya untuk pekerjaan mereka sehari-hari yaitu mengembangkan akun marketplace sebagai salah satu media pemasaran produk-produk perusahaan. Pelatihan memang ditujuka agar peserta dapat melakukan pekerjaannya (Dessler, 2017).

KESIMPULAN

Sesuai dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di IKM Rezeki telah berhasil meningkatkan pengetahuan mitra terhadap pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi untuk membantu pemasaran produk yang dihasilkan oleh mitra. Meskipun, hasil pelatihan yang telah dilaksanakan menunjukkan peningkatan pengetahuan mitra mengenai pemasaran online. Apabila dipandang perlu, maka sebaiknya diselenggarakan pelatihan lanjutan kepada mitra untuk update beragam media pemasaran online yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk mitra.

REFERENSI

- Dessler, G. (2017). *Human Resources Management*. In Pearson (15th ed.).
- Etro, F. (2021). Product Selection in Online Marketplaces. *Journal of Economics and Management Strategy*, 30(3), 614–637. <https://doi.org/10.1111/jems.12428>
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *Loyalitas*, 2(1), 74–91. <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/view/353>
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh Strategis Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 127–138.
- Khoernnikmah, I., & Widarko, A. (2018). Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Toko Sinar Muda Busa). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 7(1), 132–147.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. In Pearson (Vol. 38, Issue 151).
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77–93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>

- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250–264. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i3.98>
- Mondy, R. W., & Martocchio, J. J. (2016). *Human Resource Management, Global Edition*. In Pearson Education Limited. <http://80.82.78.13/get.php?md5=1e50ce6ce17857b2fc907fce76c60f57&key=D0JLX65VTU0MIMFO&mirr=1>
- Tahara Shita, R., Li Hin, L., Diana, A., Achadiani, D., & Fatmasari. (2022). Pelatihan Optimasi Pemasaran Online Dengan Memanfaatkan Search Engine Optimization (Seo) Pada Komunitas Pengusaha Muda. *Aptekmas*, 5(1), 16–23. <http://dx.doi.org/10.36257/aps.vixpp16-23>