
PELATIHAN PEMASARAN TERHADAP PRODUK USAHA IBU-IBU PKK RT 28 KELURAHAN DAMAI KOTA BALIKPAPAN

Miswaty¹, Sukimin², Juwari³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan

¹miswaty@uniba-bpn.ac.id

ABSTRAK

Program pelatihan pemasaran produk usaha ibu-ibu PKK RT. 28 pada kelurahan damai bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan ibu-ibu PKK RT 28 sehingga produk usaha ibu-ibu PKK memiliki nilai yang tinggi di mata konsumen. PKK RT 28 beranggota ibu-ibu yang mayoritas memiliki usaha sampingan seperti warung dan usaha online sehingga pelatihan ini sangat sesuai dilakukan. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dileucine dengan penyampaian dan pemaparan poin-poin penting dan dengan materi yang diupayakan sesederhana mungkin sehingga mudah dipahami. Kesimpulan hasil pelatihan menunjukkan bahwa antusiasme ibu-ibu sangat tinggi karena jumlah yang hadir sebanyak 50 orang lebih dan peserta menyimak dan aktif menyampaikan pertanyaan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat sukses dijalankan.

Kata Kunci : pelatihan, pemasaran, produk usaha

ABSTRACT

This program is the training of marketing product for the womans of PKK RT. 28, Damai Village. This aims prgrams to increase the knowledge of PKK RT 28 womans so that the business products of PKK womans have high value in consumers. PKK RT 28 consists of womans the majority of whom have side business such as stalls and online business., so this training is very appropriate. This method of implementing community service is doing by conveying and explaining important points and with material that is kept as simple as possible so that it is easy to understand. The conclusion of the training results showed that the enthusiasm of the womans PKK RT 28 was very high because there were more than 50 participants present and the participants listened sked questions so that community service activities or PKM were carried out successfully.

Keywords : training, marketing, business product.

PENDAHULUAN

Pada saat teknologi digital semakin berkembang dan memiliki dampak terhadap perkembangan usaha demikian pula pada teknik pemasaran produk. Media internet sebagai contoh wadah yang digunakan secara maksimal bagi masyarakat pada umumnya untuk memasarkan produk mereka. Dengan cara mengkomunikasikan kepada masyarakat mengenai produk mereka. Media digital juga dimanfaatkan untuk mengetahui perkembangan pasar produk mereka dan data digital yang dikumpulkan melalui survei sangat penting sebagai informasi

membaca pasar produk. Demikiann pula media digital mampu menjadi jalur pengembangan jaringan pemasaran, serta mengembangkan inovasi-inovasi yang baru sehingga teknik pemasaran semakin menarik membuat calon pembeli tertarik mengikuti layanan produk kita (Suryani dkk., 2020).

Kelompok milenial menjadi target pasar yang paling banyak memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kelompok inilah yang menjadi sasaran perusahaan besar, menengah, kecil untuk sasaran pemasaran. Kelompok milenial merupakan potensi besar untuk pasar produk mengingat semakin tingginya penggunaan internet (Suryani dkk., 2020). Fenomena ini sudah semestinya diperhatikan dan dimanfaatkan semaksimal mungkin oleh pelaku usaha terutama pelaku usaha menengah kecil. Teknik pemasaran umkm harus menyesuaikan dengan kebutuhan pasar digital, inovasi harus terus dikembangkan sehingga selalu update dengan keinginan pasar (Africa dkk., 2022; Bustomi dkk., 2021; Hayati dkk., 2020; Wijoyo dkk., 2020). Kelompok usaha kecil merupakan usaha yang pada umumnya memiliki permodalan yang kecil. Permasalahn permodalan ini sebenarnya dapat diatasi dengan teknik pemasaran digital karena usaha kecil tidak membutuhkan tenan atau tempat sehingga tidak perlu mengeluarkan dana sewa atau dana membeli tempat usaha yang merupakan dana terbesar dalam memulai usaha.

Usaha pada lingkungan ibu-ibu rumah tangga merupakan kelompok terbesar yang ada di Indonesia. Pencatatan jumlah usaha skala rumahan belum terdata dengan baik. Hal ini sangat penting karena data usaha tingkat rumah tangga mampu menompang ekonomi keluarga. Perhatian yang besar terhadap kelompok usaha ini akan berdampak kepada perekonomian daerah dan nasional karena menjadi penompang ekonomi nasional melalui kemandirian ekonomi keluarga.

Salah satu cara membantu mengembangkan usaha skala rumah tangga adalah dengan memberikan pelatihan secara langsung kepada penggiat usaha yang umumnya adalah ibu-ibu rumah tangga. Disamping peran mereka sebagai ibu rumah tanggal, mereka juga memiliki keterampilan yang bisa dikembangkan dan dijual sebagai usaha mereka. Kemampuan dan keterampilan yang mereka miliki untuk mengahsil produk yang layak jual tidak akan efektif jika kurang pemasaran. Pada umumnya ibu-ibu rumah tangga menjual produk sejenis makanan jadi sesuai

dengan keterampilan yang mereka miliki. Pemberian pendampingan dan pelatihan kepada ibu-ibu rumah tangga dengan topik pemasaran digital memberikan pengetahuan bagi mereka tentang pengembangan produk dan berbagai inovasi produk yang bisa dijual dan tidak hanya produk makanan.

Pada umumnya saat ini setiap rumah tangga sudah memiliki akses internet yang bertujuan untuk mendukung pendidikan jarak jauh anak-anak mereka terutama pada masa pandemic covid 19. Pemanfaatan akses internet sudah semestinya dimaksimalkan menjadi wadah informasi ibu-ibu rumah tangga untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang berbagai jenis produk dan teknik pemasaran. Pelatihan pemasaran digital merupakan kegiatan yang sangat penting dan bermanfaat untuk ibu-ibu penggiat usaha skala rumah tangga. Pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang perkembangan produk dan pemasaran secara digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pelatihan pemasaran produk usaha dilakukan oleh tim PKM dari Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan. Tim PKM terdiri dari dua orang anggota yang merupakan dosen Fakultas Ekonomi. Teknis pelaksanaan PKM dimulai dengan menyampaikan undangan kepada ibu-ibu PKK RT 28 kelurahan Damai melalui ketua PKK ibu Eny Yusuf. Sesuai dengan jadwal, tempat pelaksanaan dan tanggal pada undangan, peserta pelatihan hadir sebanyak 50 orang. Pelatihan pemasaran secara digital dilaksanakan dengan teknik presentasi memaparkan materi dari sumber buku dan artikel-artikel pengabdian pada jurnal. Pada pelatihan ini juga diberikan waktu untuk tanya jawab bagi peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dijelaskan pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital, hasil-hasil yang didapatkan para peserta pelatihan, serta berbagai evaluasi, saran dan tindak lanjut terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan. Pemateri juga mendengar beberapa permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh usaha ibu-ibu PKK antara lain adalah para penggiat usaha ibu-ibu rumah tangga tidak terbiasa

dengan pemasaran secara digital. Mereka tidak memiliki akses ke media social dengan baik dan teratur. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh RT 28 untuk mendukung pemasaran produk-produk usaha ibu-ibu rumah tangga di lingkungan RT 28 belum ada.

Oleh karena itu pemateri membuat target atau luaran dari permasalahan yang mereka hadapi antara lain adalah terciptanya lingkungan usaha yang bersih dan menarik di lingkungan RT 28. Memperkenalkan kepada ibu-ibu yang hadir tentang pasar online melalui media social yang dikelola dengan baik dan memiliki web site. Mengupayakan adanya peningkatan penjualan hasil produk ibu-ibu RT 28 serta memiliki manajemen usaha.

Setelah tim PKM memetakan permasalahan yang dihadapi oleh usaha ibu-ibu RT 28 selanjutnya kami membuat capaian Luaran untuk setiap permasalahan dan target atau luaran dengan cara memberikan pelatihan yang telah dihadiri oleh 50 orang ibu-ibu PKK RT 28. Membantu menciptakan tempat market place yang menjadi wadah penjualan online bagi ibu-ibu RT 28. Pada gambar-gambar dibawah ini diperlihatkan pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan selama satu hari, kegiatan pelatihan berlangsung di PKK RT 28 Kelurahan Damai.



1.



KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan pemasaran produk usaha ibu-ibu RT 28 telah berjalan dengan baik sebagai program Pengabdian Kepada Masyarakat tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan. Pelatihan dilaksanakan dengan metode presentasi dengan materi pemasaran produk yang terencana untuk meningkatkan penjualan baik secara offline maupun secara online. Setelah pemaparan diberikan kesempatan kepada para peserta pelatihan untuk menyampaikan permasalahan mereka selama menjalankan usahanya serta hal-hal yang mereka kurang pahami. Diskusi berjalan dengan sangat aktif. Minat ibu-ibu untuk belajar pemasaran secara terencana dan pendekatan online menjadi perhatian peserta.

REKOMENDASI

Pemberian pendampingan kepada kelompok masyarakat bias dilakukan melalui tingkatan RT dan kelurahan. Pelatihan serupa ini dapat membangkitkan semangat berwira usaha bagi kelompok masyarakat skala rumah tangga untuk membantu ekonomi keluarga serta menciptakan UMKM-UMKM baru yang berawal dari skala rumah tangga. Selanjutnya pelatihan bias dilanjutkan dengan pendampingan kepada usaha kecil tersebut. Usaha skala kecil perlu dipacu untuk meningkatkan semangat bersaing dalam era digital saat ini. Pelatihan pemasaran produk usaha dapat diterapkan pada usaha-usaha kecil yang ada di kota Balikpapan. Hasil PKM memberikan gambaran bahwa pada umumnya usaha-

usaha kecil yang ada di kota Balikpapan belum banyak yang menggunakan internet sebagai media pemasaran. Oleh karena itu pelatihan seperti ini sebaiknya digalakkan pada usaha-usaha kecil yang ada di kota Balikpapan. Harapan kami usaha-usaha kecil yang ada di kota Balikpapan semakin maju dan mampu bersaing dengan UMKM di daerah lain di Indonesia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan yang telah memberikan penugasan untuk PKM 2) Bapak Yusuf selaku RT 28, Bu Eny Yusuf selaku Ketua PKK RT 28 yang telah memberikan izin dan tempat pelaksanaan PKM serta anggota PKK ibu-ibu peserta pelatihan 3) Kepada Tim PKM pelatihan pemasaran produk usaha yang telah bekerja sama baik dari segi dana, tenaga dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Africa, L. A., Iqbal R., M., 2022, Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing SWK Wonorejo Pasca Pandemi, *Jurnal Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*, o. II, No. 2, hal. 13-21.
- Bustomi, M. A., Hasto Sunarno, Bachtera I., Gotjang P., 2021, Pelatihan Pemasaran Online Produk Masyarakat Kecamatan Bantur Kabupaten Malang, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, Vol. 5 No. 2. Hal. 27-38
- Hayati, F. A., Lia A., Nurmin Arianto, Putri N. K., 2020, Pelatihan Manajemen Pemasaran Digital Pada Warga Belajar PKBM Insan Karya, *Dedikasi PKM UNPAM*, Vol. 1 No. 3 hal. 62-67
- Suryani T., Mochamad N., Abu A, F., 2020, E-Marketing Bagi UMKM strategi Periklanan, Website dan Media Sosial, CV. Jakad Media Publishing
- Wijoyo, H., Haudi, Aris A., Denok S., Mada F.A., 2020, Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus), *IKRAITH-ABDIMAS* Vol. 3 No. 3 hal. 169-175