

PEMASARAN *ONLINE* MEDIA PENUNJANG PERKEMBANGAN UKM BERBASIS PELATIHANEmaya Kurniawati ¹⁾, Sri Yuni Widowati ²⁾, Aprih Santoso ³⁾Universitas Semarang ^{1), 2), 3)}E-mail: aprihsantoso@usm.ac.id**Abstrak**

PKM bertujuan untuk memberikan penyuluhan tentang manajemen usaha bidang pemasaran khususnya pemasaran produk UKM secara *online* di Kelurahan Pedurungan Tengah Semarang, sehingga produknya lebih dikenal pasaran secara lebih luas. Permasalahan utama mitra yaitu belum dapat memasarkan hasil produknya secara maksimal dan menjangkau pasar yang lebih luas juga kurang mengetahui arti pentingnya online untuk suatu pemasaran produk. Solusi yang ditawarkan adalah pemberian penyuluhan mengenai manajemen usaha bidang pemasaran khususnya pemasaran produk UKM secara *online*, sehingga operasional usaha dapat berlangsung, Hasil penyuluhan ini para mitra dapat menerapkan ilmu pemasaran *online* guna menunjang kesuksesan usaha di Kelurahan Pedurungan Tengah Semarang dan penyuluhan telah terlaksana dengan sempurna. Hal ini terbukti dengan antusiasnya mitra peserta penyuluhan dalam mengikuti dan berdiskusi (termasuk proses tanya jawab) dengan rutin selama pemasaran produk UKM secara *online*.

Kata Kunci: UMK, Pemasaran, *Online* dan Produk***ONLINE MARKETING MEDIA TO SUPPORT THE DEVELOPMENT OF TRAINING-BASED SME******Abstract***

PKM aims to provide counseling on business management in the marketing sector, especially the online marketing of SME products in Pedurungan Tengah Village, Semarang, so that their products are better known to the wider market. The main problem of partners is that they have not been able to market their products optimally and reach a wider market and they also do not know the importance of being online for a product marketing. The solution offered is the provision of counseling regarding business management in the field of marketing, especially the marketing of SME products online, so that business operations can take place. perfect. This is proven by the enthusiasm of the extension partners in participating and discussing (including the question and answer process) regularly during the online marketing of SME products.

Keywords: *SME, Marketing, Online and Product***A. PENDAHULUAN**

Peranan penting yang dimiliki UMKM dalam perekonomian, khususnya dalam hal berkontribusinya pada PDB (Produk Domestik Bruto). Oleh karena itu, pemerintah dan pihak swasta lainnya selalu memberi perhatian besar demi perkembangan UMKM. Pertumbuhan

ekonomi yang kuat suatu bangsa harus melibatkan seluruh usaha masyarakat dalam menciptakan kekuatan ekonomi. Peran yang dimiliki UMKM adalah dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM akan bermanfaat bila sumber dayanya (tenaga kerja) terserap dan dicapainya pertumbuhan ekonomi yang maju. Peran UMKM dapat terciptanya kesempatan kerja dan sumber pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto). Kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya di sektor industri, perdagangan dan transportasi juga telah diberikan oleh UMKM-UMKM.

Diberikannya manfaat sosial atas peran UMKM berupa ketimpangan pendapatan yang tereduksi. Peranan UMKM bukan saja penyediaan barang-barang dan jasa yang berdaya beli rendah, namun juga bagi konsumen perkotaan yang memiliki daya beli tinggi atas produk-produk UMKM tersebut. Disamping itu, UMKM dapat menyiapkan bahan baku atau jasa untuk perusahaan besar. Dicapainya tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyatlah yang menjadi tujuan sosial keberadaan UMKM ini.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. *E-marketing* adalah proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media internet. Promosi, iklan, transaksi dan pembayaran dapat dilakukan melalui *online* dengan internet. Pengguna *internet marketing* dapat dengan mudah mengakses informasi dimana saja dengan komputer yang terhubung ke *internet*. Sedikitnya omset penjualan dan menurunnya pendapatan usaha seringkali terjadi. Masalah ini salah satunya timbul akibat pemasaran yang dilakukan masih secara tradisional. Peningkatan omset penjualan dapat dilakukan salah satunya melalui pemasaran *online*. Realita dilapangan menunjukkan bahwa, kebanyakan UMKM di Indonesia, memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar. bisnis online juga merupakan salah satu industri dengan potensi bisnis yang sangat potensial (Situmeang, 2018). Maheswara, dkk (2016) yang menyatakan bahwa jumlah penjualan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM sektor perdagangan.

Untuk kegiatan UKM di wilayah RT 14 RW 09 Kelurahan Pedurungan Tengah belum berkembang dengan baik di kelurahan ini karena masyarakatnya kurang atau belum kreatif dalam bidang ekonomi. UKM akan berhasil dan berkembang manakala adanya peningkatan usaha yang salah satu tolok ukurnya adalah adanya motivasi bagi UKM. Sudah banyak upaya pengembangan UKM tetapi masih ditemui masalah-masalah yaitu belum dapat memasarkan hasil produknya secara maksimal dan menjangkau pasar yang lebih luas. Produk yang dihasilkan UKM di RT 14 RW 09 ini misalnya tape ketan, sayur lompong, dan lumpia yang tidak kalah rasanya dengan lumpia

yang sudah terkenal di Kota Semarang, dengan perkembangan yang awalnya hanya berani membuat sesuai pesanan tetapi sekarang sudah setiap hari produksi karena sudah banyak dikenal tetapi hanya sebatas teman dan saudara yang akhirnya getok tular ke pembeli lainnya. Dengan terbatasnya penjualan produk yang dihasilkan maka pendapatannya juga masih sangat minim.

Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan pelatihan pemasaran secara *online*. Dengan memberikan motivasi kepada UKM melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Tim PKM FE USM berupa pelatihan pemasaran secara *online* agar UKM di RT 14 RW 09 di Kelurahan Pedurungan Tengah dalam usahanya dapat berkembang yang berdampak pada peningkatan pendapatan sehingga dapat menambah modal usaha.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah: Pelatihan tentang menggunakan teknologi yang tidak asing lagi bagi UKM di RT 14 RW 09 Kelurahan Pedurungan Tengah Semarang yaitu *hand phone* android / laptop tersambung dengan internet yang akan digunakan untuk melakukan promosi dan menawarkan produk yang dihasilkan dengan cara menjual secara *online*. Pemasaran secara *online* yang pertama diberikan yaitu dengan membantu membuat akun *facebook* UKM RT 14 RW 09 Kelurahan Pedurungan Tengah Semarang. Untuk lebih meningkatkan penjualan lagi maka diarahkan untuk mendaftarkan di *grabfood* dengan syarat-syarat yang disampaikan dan akan dibantu dalam proses pendaftaran di *grab food*.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan pelaksanaannya dapat memanfaatkan waktu pelaksanaan dengan efisien dan efektif sehingga hasil yang diharapkan dapat tercapai. Tahap-tahap dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Melaksanakan kegiatan awal di lokasi pengabdian dengan meminta ijin akan melaksanakan pengabdian dengan obyek pengabdian yaitu UKM RT 14 RW 09 Kelurahan Pedurungan Tengah Semarang
2. Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan pada Hari Sabtu tanggal 13 Juni 2020

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer *online* interaktif, yang menghubungkan pembeli dan penjual secara elektronik, merupakan bagian terpenting dari *e-commerce* atau proses perdagangan secara elektronik dengan menggunakan *website*, *blog* atau media sosial. Menurut Liana, dkk (2019), pengusaha berusaha mengembangkan kegiatan usaha agar semakin banyak masyarakat berminat terhadap produk yang dihasilkan.

Pada awal kegiatan yaitu selain memberikan penjelasan tentang pemasaran produk juga memberikan tentang penting suatu nama atau merk bagi produk. Adapun materi penyuluhan,

yaitu:

1. Memberikan penjelasan tentang pengertian pemasaran dan pentingnya bagi hasil produksi, hasil produk walaupun hasilnya enak dan baik tetapi kalau tidak dapat menjual atau memasarkan maka hanya kerugian yang akan didapat. Untuk itu perlu ada suatu strategi pemasaran produk. Strategi pemasaran yang dapat dilaksanakan pada masa sekarang ini dengan menggunakan media internet yaitu dengan penjualan secara *online* serta manfaat yang diperoleh dengan menggunakan pemasaran satau penjualan secara *online*.
2. Penyuluhan dan Pelatihan pemasaran *online* yang diberikan adalah membantu untuk bisa memasarkan secara *online*, cara yang disampaikan adalah dengan membuat akun *facebook* dan mendaftarkan di *go food*.



Gambar 1. Produk UKM yang dipasarkan secara *online*



Gambar 2. Proses pelatihan pemasaran *online*

Kegiatan PKM ini menghasilkan peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam bidang teknologi tepat guna khususnya pemasaran secara *online* dengan efisien dan efektif atas pemasaran produk-produk UKM mitra. Hal ini tentunya akan berpengaruh pula pada omset penjualan yang meningkat sehingga akan meningkatkan pendapatan dan secara otomatis akan menaikkan laba usaha UKM mitra tersebut. Sebagaimana disampaikan oleh Helmalia dan Afrinawati (2018) bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang yang berarti bahwa penggunaan *e-commerce* akan meningkatkan pendapatan,

D. SIMPULAN

Pelatihan yang diberikan oleh tim PKM sangat bermanfaat dan sangat membantu peningkatan usaha UKM RT 14 RW 09 kelurahan Pedurungan Tengah Semarang hal ini terlihat dimana UKM mitra sangat bersemangat dan antusias dalam mengikuti pelatihan karena merasa dapat meningkatkan pemahaman tentang pemasaran secara *online*. UKM Mitra akan selalu melakukan pemasaran secara *online*.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Helmalia dan Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. 3(2), 237-246
- Liana, Y., Andiani, L., Sa'adah, L. & Sunarto. (2019). Usaha Kue Kering Semprit Berbahan Dasar Kentang Sebagai Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada UKM "Mahkota" Bandulan Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal ABM Mengabdi*, 6(2), 139-147
- Maheswara, AANG., Setiawina, ND & Saskara, IAN. (2016), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Ukm Sektor Perdagangan Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 5(12). 4271-4298.
- Munfaqiroh, S., Andiani, L., Syadel, M. (2020). Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Pelatihan Manajemen dan Strategi Pemasaran. *Jurnal ABM Mengabdi*. 7(1), 70-76
- Situmeang, Rosinta Romauli. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan). *Ajie - Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*. 3(3), 319-335