

PELATIHAN PEMASARAN PRODUK (BERWIRSAUSAHA) DI MASA NEW NORMAL

**Febi Nur Biduri^{1*}, Widiastuti²,
Yessy Harun³, Eka Yuniar
Ernawati⁴**

^{1,3,4} Fakultas Bahasa dan Budaya,
Universitas Darma Persada

² Fakultas Ekonomi, Universitas
Darma Persada

Article history

Received : 4 Januari 2022

Revised : 26 Februari 2022

Accepted : 4 April 2022

*Corresponding author

Febi Nur Biduri

Email : feibinurr@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan kegiatan lanjutan dari penyuluhan PKM yang telah dilaksanakan sebelumnya bertempat di Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Noborejo, Salatiga Jawa Tengah. Kegiatan ini dilaksanakan secara online pada 1 desember 2021 dengan 11 peserta pelatihan. Pelatihan ini berfokus pada bagaimana cara memasarkan produk dalam media sosial yang telah dimiliki oleh para peserta pelatihan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga berfokus pada praktik pemasaran secara online. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan cara pemasaran produk menggunakan teknologi. Metode PKM yang dipergunakan adalah berbasis pada teori dan juga praktek dengan tahapan seperti penelitian tindakan kelas menggunakan 4 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, refleksi dan pelaporan. Hasil yang didapat dari kegiatan ini adalah para peserta didik dapat beradaptasi terhadap perubahan di masa New Normal, dilihat dari hasil *post test* yang menyatakan sebanyak 85% peserta pelatihan memiliki pengetahuan cara pemasaran produk secara online yang tepat. peserta didik juga dapat berkembang dan mengaplikasikan hal yang dipelajari secara langsung.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran, Produk, Wirausaha

Abstract

This Community Service Activity (PKM) is a follow-up activity from the previous training program at Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Noborejo, Salatiga, Central Java. It will be held online on December 1, 2021, with 11 participants. It focuses not only on the strategies of selling the products that the trainees have on social media but also on online marketing practices. This activity aims to provide knowledge on the marketing strategies using technology. This PKM uses the method based on theory and practice in classroom action research through 4 stages, namely planning, implementation, reflection, and reporting. The results from this activity are that trainees can be adaptable to all changes in the New Normal era. The post-test result says 85% of participants properly know the marketing products' online strategies. Besides, they can develop and apply what they have learned directly after this PKM activity.

Keywords: Training, Marketing, Product, Entrepreneurship

Copyright © 2022 Febi Nur Biduri, Widiastuti, Yessy Harun & Eka Yuniar Ernawati

PENDAHULUAN

Menindaklanjuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yaitu penyuluhan peluang bisnis dan berwirausaha di masa new normal, maka kami melaksanakan pelatihan berwirausaha sebagai langkah lanjutan bagi kemajuan masyarakat sekitar yakni mitra sasaran pengabdian kepada masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Noborejo Jalan merbabu No 83A dusun Nobotengah, RT 03 RW 07 kelurahan Noborejo kecamatan Argomulyo Kota Salatiga, Jawa Tengah, Indonesia. Untuk mendukung pelatihan ini Tim pengabdian terhadap masyarakat mempersiapkan modul pelatihan khusus untuk mendukung pelatihan yang dilakukan kepada mitra.

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yang menyimpulkan bahwa pengetahuan dan minat para peserta untuk berwirausaha mengalami peningkatan, dan perekonomian di Pulau Jawa yang semakin menurun Distria et al. (2021) maka dukungan berwirausaha sangat

diperlukan. Maka, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan kegiatan lanjutan kepada mitra dengan memberikan pelatihan terkait yaitu bagaimana cara melakukan pemasaran produk secara online.

Berwirausaha disaat memasuki *new normal era* atau era normal baru yang diartikan sebagai cara hidup baru atau menjalankan aktivitas dengan metode yang baru dari sebelumnya di tengah pandemi khususnya Covid-19 ini (Kartika et al., 2021). Pandemi Covid-19 yang telah terjadi memberikan perubahan cara pandang terhadap pemasaran dan promosi produk (Yuliana & Safina, 2021). Kegiatan kewirausahaan banyak dilaksanakan melalui online, hal ini dikarenakan toko online lebih diminati dan menawarkan kemudahan serta efisiensi. Perdagangan melalui media elektronik merupakan sebuah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet (Sudarso et al., 2021). Kekuatan ekonomi kewirausahaan juga sangat didukung oleh pemerintah Indonesia dan telah terbukti kehandalannya (Febriyantoro et al., 2019).

Istilah wirausaha sebenarnya melekat pada diri seseorang dan biasanya sudah merupakan kesatuan yang dikenal dengan istilah berjiwa wirausaha (Irawati & Sudarsono, 2018). Berwirausaha melalui online merupakan pekerjaan yang nyaman karena tidak terikat tempat dan waktu. Saat ini untuk berhasil dalam berwirausaha, orang-orang tidak harus lagi memiliki toko secara fisik dapat hanya bermodalkan toko online (Yulhendri & Irawan, 2015). Ketika berbisnis merupakan semua hal mengenai belajar dan tidak ada hentinya dalam berkembang, karena semakin kedepan akan semakin banyak permasalahan dan pembelajaran yang diperlukan. Saat ini perkembangan teknologi yang pesat harus diimbangi dengan kesiapan dan kecakapan untuk memanfaatkan teknologi dalam kehidupan menuju lebih bermartabat (Winarsih & Furinawati, 2018).

Berwirausaha menggunakan jaringan internet dianggap sebagai alat promosi dagang yang paling efektif serta murah dimasa New Normal, masyarakat saat ini masih ragu untuk keluar rumah dan juga dikarenakan sekolah masih dilaksanakan dalam rumah (Suhardi et al., 2021). Penguasaan pemasaran di media online merupakan upaya pemerintah mendorong UMKM, dilihat dari perjalanannya pemasaran produk UMKM makin berkembang dan dapat menggerakkan tingkat perekonomian masyarakat, karena adanya persaingan usaha masa kini tidak dapat berkembang tanpa ditunjang oleh kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan pembaruan (Liana et al., 2021).

Berwirausaha bagi UMKM baru di Salatiga tempat PKM dilaksanakan, diketahui mempunyai kendala pemasaran salah satunya adalah dengan belum dikenalnya produk yang dipasarkan dan juga tempat usaha yang jarang didatangi oleh pembeli karena adanya pengurangan mobilitas selama masa pandemi berlangsung. Dikarenakan permasalahan di atas maka tim PKM melaksanakan pelatihan berwirausaha dengan target untuk memberikan pengetahuan mengenai promosi digital yang sesuai di masa New Normal. Pelatihan ini berfokus pada pelatihan kewirausahaan menggunakan teknologi. Tujuan dari pelatihan ini untuk meningkatkan pengetahuan mengenai cara pemasaran produk menggunakan teknologi.

Solusi yang diberikan atas permasalahan yang dihadapi dengan memberikan 1) modul pelatihan yang berisikan panduan cara pemasaran produk, 2) memberikan cara penanggulangan permasalahan dalam pemasaran produk melalui media sosial, 3) memberikan pelatihan berupa praktik untuk mendukung pemasaran produk dan 4) memberikan pendampingan untuk melaksanakan tahap-tahap cara kerja pemasaran secara digital. Hasil dari pelatihan dan pendampingan diukur melalui *posttest* yang dilaksanakan setelah pelatihan berlangsung.

METODE PELAKSANAAN

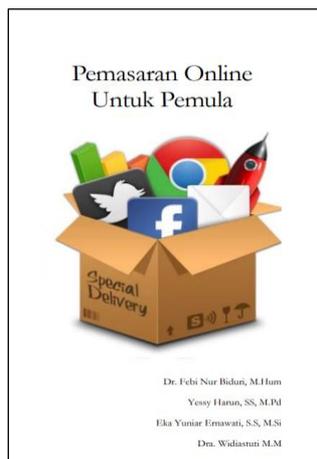
Metode pelaksanaan pelatihan dilaksanakan dengan metode berbasis teori dan praktek, pelaksanaan PKM ditujukan bagi guru dan karyawan Sekolah Islamiyah Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Noborejo Salatiga yang berjumlah 11 peserta berusia 20-40 tahun dan dilaksanakan dengan metode penelitian tindakan kelas menggunakan tiga tahapan:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Kepada Masyarakat

Tahapan	Kegiatan	Keterangan
Tahap 1; Perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> • Koordinasi dengan Tim Mitra • Persiapan peralatan kegiatan PKM 	Perencanaan dimulai dengan komunikasi dan koordinasi dengan pihak mitra yaitu kepala sekolah Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Salatiga Jawa Tengah, tim pelaksana akan memaparkan rencana pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini sekaligus mengkoordinasikan waktu dan tempat pelaksanaan, metode pelatihan, jumlah peserta, bahan-bahan dan peralatan yang dibutuhkan.
Tahap 2; Pelaksanaan	<p>Tahap ini dibagi menjadi dua kegiatan;</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Pemaparan</i>: pada pemaparan, tim akan memaparkan hal-hal umum mengenai cara kerja pemasaran online, strategi cara menarik pelanggan, pemasaran online dengan media sosial. • <i>Pelatihan</i>: Tim akan memberi pengetahuan yang dapat diimplementasikan secara langsung melalui praktek oleh para guru-guru dan karyawan Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Salatiga Jawa Tengah . 	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan dilaksanakan dengan presentasi materi secara <i>online</i> selama 25 menit. • Kegiatan dilaksanakan dengan praktek cara pemasaran produk secara <i>online</i> dan berdiskusi selama 45 menit.
Tahap 3 : Refleksi	<p>Hal ini dapat dilakukan dengan beberapa cara:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para peserta mengisi kuesioner mengenai hasil dan manfaat pelatihan berikut dengan saran sebagai bentuk umpan balik (<i>feed back</i>) dari peserta • Memberikan kesempatan bagi peserta untuk praktik pemasaran secara <i>online</i>. 	Tahap ini diharapkan para peserta dapat melaksanakan pemasaran secara online
Tahap 4; Laporan	Penyusunan laporan sebagai bukti dari tanggung jawab pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat.	Tim akan mempublikasikan hasil laporan tersebut.

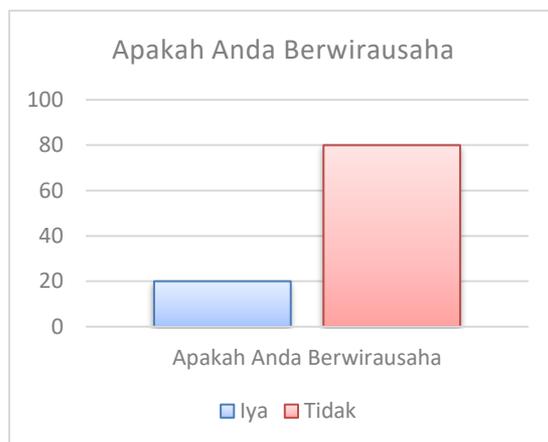
HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada 1 Desember 2021, yang dilaksanakan pukul 10.30–12.00. Kegiatan diadakan secara virtual menggunakan media *Virtual Conference Zoom* yang dilaksanakan di Universitas Darma Persada dan Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Noborejo, peserta pelatihan terdiri atas 12 peserta. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada praktik pemasaran secara online, sebagai pendukung dari kegiatan ini adalah modul pemasaran online untuk pemula yang disusun oleh tim PKM yang berjudul pemasaran online untuk pemula (Gambar 1), modul ini terdiri atas 4 poin utama yaitu cara kerja pemasaran online, strategi cara menarik pelanggan, pemasaran online dengan media sosial.

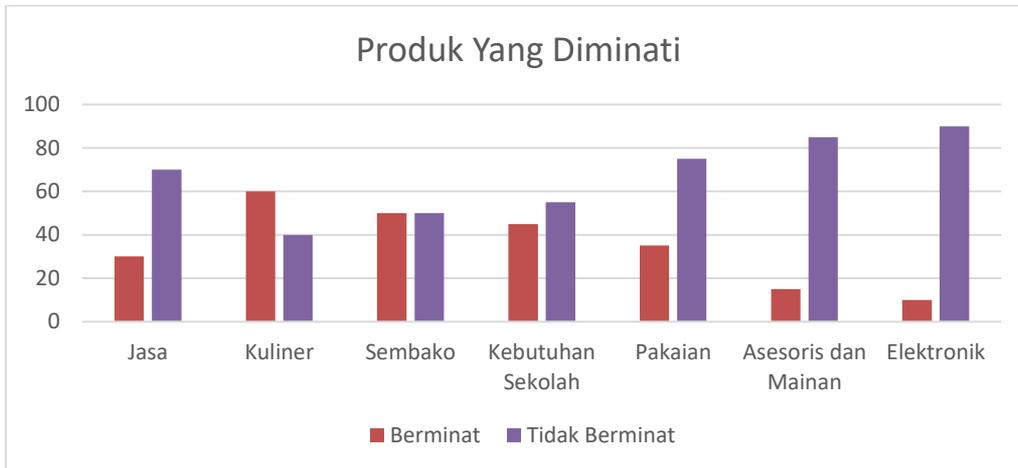


Gambar 1. Sampul Modul

Pelatihan ini berfokus pada bagaimana cara memasarkan produk dalam media sosial yang telah dimiliki oleh para peserta pelatihan. Pertama dilaksanakan terlebih dahulu dengan pemberian sebuah angket kepada peserta pelatihan untuk mengetahui produk apakah yang telah dijual atau yang akan dijual dalam media sosial. Kedua menjelaskan cara kerja pemasaran online yang ditekankan pada empat poin penting yaitu kesadaran, ketertarikan, keinginan dan tindakan. Ketiga praktik secara langsung pemasaran secara online. Hasil angket yang dilaksanakan sebelum acara berlangsung untuk mengetahui apakah beberapa dari peserta didik telah berwirausaha atau belum menunjukkan bahwa beberapa peserta belum berwirausaha akan tetapi tertarik berwirausaha (Gambar 2). Untuk pertanyaan selanjutnya produk apakah yang diminati untuk diperjual belikan apabila anda memiliki usaha, paling besar adalah kuliner (Gambar 3).



Gambar 2. PreTest (status peserta pengabdian)



Gambar 3. PreTest (produk yang diminati peserta pengabdian)

Setelah mengetahui bahwa para peserta berminat untuk berwirausaha dan wirausaha kuliner yang paling diminati, maka selanjutnya adalah pemaparan mengenai pemasaran Online untuk pemula. Tahap pertama dalam cara kerja pemasaran online adalah kesadaran, tahap kesadaran ini dimulai dari penjual membangun kesadaran para calon konsumen bahwa tersedia produk baru yang dijual, kesadaran konsumen dapat dilakukan dengan penjual memasang iklan terlebih dahulu di media sosial. Tidak hanya berupa penyebaran pamflet melalui media sosial saja tapi juga dapat dilakukan dengan memasang *stories* atau *reels* di berbagai media sosial seperti Instagram, Tik tok dan facebook ataupun twitter. Tahap kedua adalah ketertarikan, ketertarikan akan muncul setelah kesadaran konsumen terhadap produk yang dipasarkan, maka penjual haruslah menyediakan orang yang menjadi sumber informasi dapat berupa nomor whatsapp, atau pesan langsung di media sosial penjual. Tahap ketiga yaitu keinginan. Penjual harus menuliskan keterangan yang lengkap dan menarik mengenai produk yang dijual sehingga akan menimbulkan keyakinan konsumen untuk mencoba produk tersebut. Tahap terakhir adalah tindakan, tindakan merupakan penentuan dari pihak konsumen terhadap barang yang dibeli hal ini dapat dilakukan dengan sebuah testimoni produk yang ditawarkan.



Gambar 4. Foto Kegiatan Berlangsung secara Online

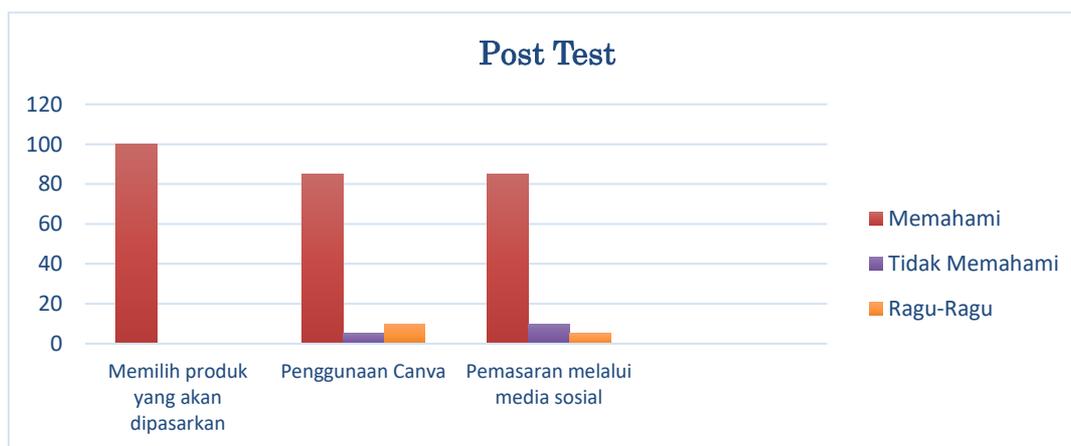
Selain mempelajari cara pemasaran secara online, peserta juga mempelajari cara untuk mendesain produk secara online (Gambar 4), cara ini dilakukan dengan mempelajari menggunakan website/aplikasi Canva. Peserta mempelajari penggunaan Canva secara langsung dengan metode pembelajaran berbasis

projeck. Peserta pertama kali akan membuat akun Canva yang dilanjutkan dengan mempelajari serta mempraktekkan cara pembuatan pamflet, Instagram stories, logo dan kuitansi digital. Kondisi para peserta selama masa pendampingan dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 2. Kondisi Pendampingan Peserta PKMT

Sebelum	Sesudah	Tolak ukur
Peserta belum memiliki produk untuk dipasarkan melalui media sosial.	Setelah mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat, peserta mengetahui jenis produk apa yang akan dipasarkan.	Menseleksi produk tertentu yang akan dipasarkan dan memilah produsen yang akan bekerja sama dalam berwirausaha.
Peserta belum memiliki pengetahuan pembuatan pamflet, logo secara digital.	Setelah mengikuti program pengabdian kepada masyarakat, peserta memiliki pengetahuan dan dapat membuat pamflet/ logo untuk pemasaran produk di media sosial.	Praktik pembelajaran aplikasi Canva.
Peserta belum memiliki pengetahuan cara pemasaran produk secara <i>online</i> .	Setelah mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat, peserta memiliki pengetahuan cara pemasaran produk secara <i>online</i> yang tepat sasaran dan menarik.	Mengetahui teori cara pemasaran dan dapat mengaplikasikan di media sosial peserta PKM.

Dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan menanggapi kegiatan ini dengan antusias hal ini dapat dilihat dari hasil *posttest* yang dilaksanakan setelah kegiatan bahwa 85% peserta pelatihan memiliki pengetahuan cara pemasaran produk secara online yang tepat, peserta didik juga dapat berkembang dan mengaplikasikan hal yang dipelajari secara langsung, hal ini dapat dilihat dalam diagram berikut ini (Gambar 5).



Gambar 5. Post Test

Terdapat Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini antara lain: 1) Peserta selama kegiatan berlangsung sangat antusias; 2) Peserta menyadari akan pentingnya pemasaran dalam berwirausaha; 3) Terdapatnya Kerjasama yang baik antara karyawan, guru, kepala sekolah serta Panitia PKM saat kegiatan berlangsung; 4) Narasumber yang mumpuni dalam bidangnya. Sedangkan Faktor penghambatnya diantaranya adalah: 1) Keterbatasan waktu kegiatan; 2) Jaringan Internet yang

kurang stabil sehingga sering peserta keluar masuk ruangan pertemuan; 3) Pelatihan dilaksanakan secara online sehingga beberapa permasalahan dalam kegiatan tidak terjawab dengan maksimal.

Maka berdasarkan kegiatan PKM dapat diketahui bahwa para peserta sangat antusias terhadap materi yang diberikan dan terdapat perubahan terhadap daya pikir para peserta kegiatan mengenai cara pemasaran produk. Beberapa tahun belakangan ini mobilitas pergerakan orang dibatasi sehingga menyulitkan bagi para pemilik usaha baru untuk memasarkan dan memperkenalkan produk barang yang dijual. Maka menggunakan cara pemasaran online merupakan salah satu cara yang paling efektif, selain efektif juga berbiaya murah.

Selain itu hasil kegiatan kepada masyarakat ini juga menyimpulkan bahwa peserta didik siap akan perubahan yang terjadi selama masa *New Normal*, kemampuan beradaptasi peserta didik mulai terlihat selama pelatihan berlangsung dapat dilihat dalam praktik penggunaan Canva, para peserta dapat berkreasi tanpa batas menggunakan digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan ini berjalan sesuai dengan rencana, kegiatan PKM merupakan hasil kerjasama dari tim dosen Fakultas Bahasa dan Budaya Universitas Darma Persada dan tim guru dan karyawan Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Noborejo Salatiga Jawa Tengah. Melalui kegiatan PKM ini diketahui bahwa: 1) Pengetahuan mengenai sistem pemasaran melalui Online meningkat; 2) Kemampuan beradaptasi dan berkreasi peserta kegiatan terhadap perubahan masyarakat meningkat; 3) Fakultas bahasa dan budaya Universitas Darma Persada semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai institusi yang mempunyai kepedulian terhadap perubahan dan kehidupan bermasyarakat.

Saran untuk pelatihan ini adalah mengadakan kegiatan lanjutan berupa pembuatan toko online dan membuat kesinambungan serta pengawasan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan sehingga hasil yang diperoleh sekarang bisa ditingkatkan

PUSTAKA

- Distria, T. F., Safitri, I. R., Putri, N. A., & Susanto, E. (2021). Perancangan E-guidebook Bandung Selatan Sebagai Alternatif Penanganan Overtourism Di Kawasan Bandung Utara. *Abdimas Galuh*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.25157/ag.v3i1.4629>
- Febriyantoro, M. T., Harris, I., Sundiman, D., Pradana, M. R., & Lestari, E. (2019). Pelatihan Kewirausahaan dan Peningkatan Kualitas Manajemen dan Tata Kelola Keuangan Bagi Pelaku UMKM di Lingkungan PKK Tiban Global Batam. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 271–279. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i2.5981>
- Irawati, S. A., & Sudarsono, B. (2018). ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI PEREMPUAN BERWIRSAUSAHA MELALUI BISNIS ONLINE (Studi Kasus Pada Ibu Muda di Kecamatan Bangkalan). *Distribusi - Journal of Management and Business*, 6(2), 1–14. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v6i2.35>
- Kartika, R., Toto, T., & Lestari, M. N. (2021). PELATIHAN KEWIRSAUSAHAAN MENGHADAPI NEW NORMAL ERA. *Abdimas Galuh*, 3(2), 225. <https://doi.org/10.25157/ag.v3i2.5254>
- Liana, A., Sulfaidah, S., & Al Banna, M. Z. (2021). KLINIK PEMASARAN DIGITAL BAGI DOSEN BERWIRSAUSAHA. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 443. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.4408>
- Sudarso, E., Jazuli, M., Prabowo, B., Setiawan, R., & Ratnawati, W. (2021). PELATIHAN PEMAHAMAN PENTINGNYA E-COMMERCE DALAM TEKNIK PEMASARAN BERWIRSAUSAHA. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(1), 90–95. <https://doi.org/10.32493/ABMAS.v2i1.p90-95.y2021>

- Suhardi, A. R., Marinda, V. S., Rohendra, T., Putra, I. G. S., & Budiawan, A. (2021). PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM BINAAN KADIN JAWA BARAT DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 100. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8792>
- Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). LITERASI TEKNOLOGI DAN LITERASI DIGITAL UNTUK MENUMBUHKAN KETERAMPILAN BERWIRUSAHA BAGI KELOMPOK PEMUDA DI KOTA MADIUN. *SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN SAINS DAN TEKNOLOGI*, 23–29. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/psn12012010/article/view/4181>
- Yulhendri, & Irawan, B. (2015). PELATIHAN E-COMMERCE DENGAN MEMBUAT TOKO ONLINE MENGGUNAKAN OPENCART DI SMK PASUNDAN TANGERANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat AbdiMas*, 2(1), 110–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.47007/abd.v2i1.1297>
- Yuliana, Y., & Safina, W. D. (2021). PEMBERDAYAAN UMKM PADA MASA NEW NORMAL UNTUK MENOPANG EKONOMI MASYARAKAT. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 57–62. <https://stp-mataram.e-journal.id/Amal/article/view/572>

Format Sitasi: Biduri, F.B., Widiastuti, Harun, Y & Ernawati, E.Y. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk (Berwirausaha) di Masa New Normal. *J. Pengabdi. Kpd. Masy.* 3(2): 276-283. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1716>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))