|  |  |
| --- | --- |
| **PELATIHAN PEMASARAN PRODUK (BERWIRAUSAHA) DI MASA NEW NORMAL** **Febi Nur Biduri1, Widiastuti2** , **Yessy Harun2, Eka Yuniar Ernawati 2**1)Bahasa dan Kebudayaan Tiongkok, Universitas Darma Persada2) Manajemen, Universitas Darma Persada3) Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Darma Persada4) Bahasa dan Kebudayaan Inggris, Universitas Darma Persada**Article history**Received : diisi oleh editorRevised : diisi oleh editorAccepted : diisi oleh editor\***Corresponding author**Pilih penulis yang akan menjadi korespondensi authorEmail : corresponding author | **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. 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*, peserta memiliki pengetahuan cara pemasaran produk secara *online* yang tepat. peserta didik juga dapat berkembang dan mengaplikasikan hal yang dipelajari secara langsung setelah kegiatan PKM ini maka kegiatan selanjutnya adalah pembuatan toko *online*.Kata Kunci: perubahan, pemasaran, cara, produk.**Abstract** This Community Service Activity (PKM) is a follow-up activity from the training program that had been carried out previously at Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Noborejo, Salatiga, Central Java and will be held online on December 1, 2021. It focuses not only on the strategies of how to sell the products that the trainees have on social media, but also on online marketing practices. The purpose of this activity is to provide knowledge on the marketing strategies using technology. This PKM uses the method based on theory as well as practice in classroom action research through 4 stages, namely planning, implementation, reflection and reporting. The results from this activity are that that traineers can be adaptable in all change in the New Normal era and have the right knowledge of the marketing products online strategies. Besides, they can develop and apply what they have learned directly after this PKM activity, then the next activity is that the will be able ro create their own online store.*Keywords*: changing, marketing, method, product. |
|  | © 20xx Author. All rights reserved |

# PENDAHULUAN

 Melanjuti pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yaitu penyuluhan peluang bisnis dan berwirausaha di masa new normal, maka kami akan melaksanakan pelatihan berwirausaha sebagai langkah selanjutnya bagi kemajuan masyarakat sekitar para khalayak sasaran dari 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 juga telah mempersiapkan modul pelatihan khusus untuk mendukung pelatihan.

 Berdasarkan hasil dari pengabdian kepada masyarakat sebelumnya yang menyimpulkan pengetahuan dan minat para peserta untuk berwirausaha meningkat dan kemampuan mereka dalam beradaptasi dan berkreasi terhadap perubahan meningkat. Maka tim pengabdian kepada masyarakat akan melanjuti dengan pelatihan cara pemasaran produk secara *online*.

 Saat ini kegiatan kewirausahaan banyak dilaksakan melalui *online*, toko online lebih diminati karena kemudahan dan juga efisiensi yang ditawarkan. Perdagangan melalui media Elektronik merupakan sebuah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet (Sudarso, Jazuli, Prabowo, Setiawan, & Ratnawati, 2021).

 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). Namun harus diketahui, dalam menjalankan sebuah bisnis memerlukan banyak waktu untuk belajar, memahami dan juga melaksanakan bisnis dengan baik. Dalam berbisnis semua hal tentang belajar dan tidak ada hentinya, karena semakin kedapan akan semakin banyak permasalahan dan pembelajaran yang diperlukan.

 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. (Agatha Rinta Suhardi, 2019) menyatakan penguasaan pemasaran di media online merupakan upaya pemerintah mendorong UMKM naik dilihat dari perjalanannya pemasaran produk UMKM makin berkembang dan dapat menggerakan tingkat perekonomian warga.

 Dikarenakan permasalahan yang disebutkan diatas maka tim melaksanakan pelatihan berwirausaha dengan target untuk memberikan alternatif promosi yang sesuai di masa *New Normal.* Pelatihan ini berfokus pada pelatihan kewirausahaan menggunakan teknologi sebagai pemasaran. Tujuan dari pelatihan ini untuk memberikan 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 melalui berbagai cara, 2) memberikan cara penanggulangan permasalahan dalam pemasaran produk melalui media sosial, 3) memberikan pelatihan berupa praktik untuk mendukung pemasaran produk dan 4) memberikan pendampingan mereka untuk melaksakan tahap – tahap cara kerja pemasaran secara digital.

**METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan pelatihan dilaksanan dengan metode berbasis teori dan praktek, pelaksanaannya PKM bagi guru dan karryawan Sekolah Islamiyah Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Noborejo Salatiga dilaksanakan seperti penelitian tindakan kelas menggunakan tiga tahapan:

**Tabel 1. Tahapan Kegiatan Kepada Masyarakat**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahapan | Kegiatan | Keterangan |
| Tahap 1; Perencanaan | Koordinasi dengan Tim MitraPersiapan 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. |
| Tahao 2; Pelaksanaan | Pelaksanaan Tahap ini dibagi menjadi dua kegiatan; Pemaparan: pada pemaparan, tim akan memaparkan hal-hal umum mengenai cara kerja pemasaran online, strategi cara menarik pelanggan, pemasaran online dengan media sosial.Pelatihan: Tim akan memberi pengetahuan yang dapat diimplementasikan secara langsung melalui praktek oleh para guru-guru dan karyawan Madrasah Ibtidaiyah Tarbiyatul Islamiyah Salatiga Jawa Tengah . | Kegiatan dilaksanakan dengan presentasi materi secara *online* selama 25 menit.Kegiatan dilaksanakan dengan praktek cara pemasaran produk secara *online* dan berdiskusi selama 45 menit. |
| Tahap 3 : Refleksi | Hal ini dapat dilakukan dengan beberapa cara: Para peserta mengisi kuesioner mengenai hasil dan manfaat pelatihan berikut dengan saran sebagai bentuk umpan balik (feed back) dari peserta Memberikan kesempatan bagi peserta untuk praktik pemasaran secara *online*. | 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, yaitu dilakukan pada setiap hari Selasa sore 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, 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 untuk mengetahui apakah beberapa dari peserta didik telah berwirausaha atau belum menunjukkan bahwa beberapa peserta belum berwirausaha akan tetapi tertarik berwirausaha. Untuk pertanyaan selanjutnya produk apakah yang diminati untuk diperjual belikan apabila anda memiliki usaha, paling besar adalah kuliner.

Diagram 1.

Diagram 2

 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 whatsaapp, 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.

 Selain mempelajari cara pemasaran secara *online*, peserta juga mempelajari cara untuk mendesain produk secara *online*, cara ini dengan mempelajari penggunakan website/aplikasi Canva. Peserta mempelajari penggunaan Canva secara langsung dengan metode pembelajaran berbasis projeck. Peserta pertama kali akan membuat akun Canva yang dilanjuti dengan mempelajari cara pembuatan pamflet, Instagram stories, logo dan kuitansi digital. Kondisi para peserta selama masa pendampingan dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 2. Kondisi Pendampingan Peserta PKM**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 *online*. | Setelah mengikuti Program Pengabdian Kepada Masyarakat, peserta memiliki pengetahuan cara pemasaran produk secara *online* yang tepat sasaran dan menarik. | Mengetahui teori cara pemasaran dan dapat mengaplikasikan di media sosial peserta PKM. |

# 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.

 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.

**DAFTAR PUSTAKA**

Agatha Rinta Suhardi, V. S. (2019). PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM BINAAN KADIN JAWA BARAT DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri*, 100.

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 PKM BSI*, 271- 279.

Sudarso, E., Jazuli, M., Prabowo, B., Setiawan, R., & Ratnawati, W. (2021). Pelatihan Pemahaman Pentingnya E-Commerce dalam Teknik Pemasaran Berwirausaha. *Jurnal PKM Tridarma Manajemen, Universitas Pamulang*, 90-95.

Yulhendri, & Irawan , B. (2015). Pelatihan E-Commerce dengan Membuat Toko Online Menggunakan OpenCart di SMK Pasundan Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 110-118.