

Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Media *Online* di Desa Cilame

| Diterima: 5 September 2022 | Direview: 15 September 2022 | Disetujui: 25 September 2022 |

*Adi Ahmad Syaddam¹, Ali Musa Daus², Alina Husna An Umilah³, Anisya Divani⁴, Dessra Dwiwafa Heisana⁵, Melda Herlina⁶, Mochamada Ilham⁷, Sabrina Nursivera⁸, Syahra Zahara Nurfidinilah⁹, Teguh Ahmad Muhlisin¹⁰, Yusran Anshorulloh¹¹, Indra Budi Jaya¹²

Universitas Muhammadiyah Bandung, Jl. Soekarno Hatta No.752, Cipadung Kidul¹²³⁴⁵⁶⁷⁸⁹¹⁰¹¹¹²

E-mail: anisyadiyani11@gmail.com

ABSTRAK

Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dan buruh tentang pentingnya menggunakan media online untuk meningkatkan pemasaran produk yang akan di jual, selain itu ada pun tujuan dari diadakannya program seminar dan workshop ini untuk meningkatkan pendapatan ekonomi Desa Cilame, sehingga masyarakat dapat menjalani hidup dengan sejahtera. Program kegiatan ini diawali dengan cara melakukan pendataan pelaku UMKM yang berada di Desa Cilame, kemudian meminta permohonan izin untuk menentukan tanggal pelaksanaan program kegiatan. Pada tanggal 8 Agustus 2022 melakukan survei lokasi dengan cara mendatangi beberapa pelaku UMKM yang berada di Desa Cilame, untuk dapat menyinkronisasi permasalahan yang ada dilapangan, kami membuat program kegiatan seminar *Strategy Marketing For Start Up Business*. Para mahasiswa melakukan kegiatan dengan cara membuat seminar yang di dalamnya terdapat pemateri-pemateri yang menyampaikan pemahaman mengenai pentingnya menggunakan media online di era digitalisasi ini untuk meningkatkan penjualan produk, dengan adanya seminar yang diadakan di Aula Desa Cilame, para pelaku UMKM menjadi paham mengenai cara penggunaan media online untuk memasarkan produknya. Para mahasiswa pun melakukan pendampingan dengan mendatangi tempat para pelaku usaha yang kemudian memberikan praktik khusus kepada para pelaku UMKM sehingga para pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran dengan melalui media online secara langsung. Adapun hasilnya, para pelaku UMKM menjadi paham dan langsung menggunakan media online sebagai alat untuk melakukan pemasaran. Strategi ini sangat efektif untuk meningkatkan penjualan produk yang dijual serta dapat membantu para pelaku UMKM dalam hal meraup keuntungan menjadi lebih besar.

Kata kunci: pemasaran, produk, media online

ABSTRACT

This program aims to increase the knowledge of MSME actors and workers about the importance of using online media to increase the marketing of products to be sold, besides that there is also the purpose of holding this seminar and workshop program to increase the economic income of Cilame Village, so that people can live a prosperous life. This activity program begins by collecting data on MSME actors in Cilame Village, then asking for permission to determine the date of implementation of the activity program. On August 8, 2022, we conducted a site survey by visiting several MSME actors in Cilame Village, to be able to synchronize the problems in the field, we created a Strategy Marketing For Start Up Business. The students carried out activities by making seminars in which there were presenters who conveyed an understanding of the importance of using online media in this digitalization era to increase product sales, with the seminar held at the Cilame Village Hall, MSME actors became aware of how to use media online to market their products. The students also provide assistance by visiting the place of business actors who then provide special practices to MSME actors so that MSME actors can do marketing through online media directly. As a result, MSME actors understand and immediately use online media as a tool for marketing. This strategy is very effective in increasing sales of products sold and can help MSME actors in terms of reaping greater profits.

Keywords: marketing, product, online media

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, Menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler , 2009:5).

Sedangkan menurut Assauri (2013:15) strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Menurut Ashadi Siregar pengertian media online adalah penyebutan umum kepada media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media online ini termasuk website, radio-online, pers online, dan e-commerce.

Menurut Lorie Ackerman pengertian media online adalah bentuk penerbitan online yang digunakan untuk menyampaikan berbagai ide. Secara umum, media online menggunakan komputer dalam penulisan, pengeditan, pencetakan, atau proses pengiriman publikasi.

Menurut Tambunan,(2012:22)Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi.

Desa Cilame merupakan salah satu desa dari 11 desa yang berada dalam wilayah kecamatan Kutawaringin Kabupaten Bandung. Daerah dataran tinggi yang didominasi oleh perbukitan dengan ketinggian 600 - 750 M diatas permukaan laut, berbatasan langsung dari Utara dengan Desa Pasirhalang, dari Timur Desa Tanimulya dan Desa Pakuhaji, dari sebelah Selatan Desa Cimareme dan Desa Margajaya dan dari Barat Desa Mekarsari. Apabila dilihat dari luas wilayah, Desa Cilame memiliki Luas 480 Ha, yang terdiri dari daerah pemukiman, perkebunan, pesawahan dan perbukitan terutama di bagian utara wilayah Desa Cilame.

Home industri yang ada di Desa Cilame terbilang maju. Karena ada masyarakat yang sudah memiliki lapak dagangan di Tanah Abang, Tegal Gubuk dan Andir. Meskipun

demikian, masih banyak para pengusaha kecil yang membutuhkan sentuhan promosi maupun dukungan regulasi dari pemerintah dari desa sampai pusat.

Sehingga kami membuat program kegiatan seminar *Strategy Marketing For Start Up Business* merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM mengenai pemasaran produk menggunakan media online, dengan adanya seminar dan workshop mengenai pemasaran produk menggunakan media online akan meningkatkan pendapatan ekonomi Desa Cilame. Kurangnya pemahaman dari para pelaku UMKM dan buruh mengenai proses pemasaran yang baik dan benar menjadi salah satu alasan dibuatnya seminar *Strategy Marketing For Start Up Business* ini.

Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dan buruh tentang pentingnya menggunakan media online untuk meningkatkan pemasaran produk yang akan di jual, selain itu ada pun tujuan dari diadakannya program seminar dan workshop ini untuk meningkatkan pendapatan ekonomi Desa Cilame, sehingga masyarakat dapat menjalani hidup dengan sejahtera.

METODE PELAKSANAAN

Program kegiatan ini diawali dengan cara melakukan pendataan pelaku UMKM yang berada di Desa Cilame, kemudian meminta permohonan izin untuk menentukan tanggal pelaksanaan program kegiatan. Pada tanggal 8 Agustus 2022 melakukan survei lokasi dengan cara mendatangi beberapa pelaku UMKM yang berada di Desa Cilame, untuk dapat menyinkronisasi permasalahan yang ada dilapangan, kami membuat program kegiatan seminar *Strategy Marketing For Start Up Business*, mengingat pentingnya meningkatkan strategi pemasaran di era digitallisasi ini kepada pelaku UMKM ataupun yang baru saja memulai usaha di Desa Cilame. Program kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pemaparan mengenai strategi marketing dari offline hingga online.

Karena sulitnya mendatangi beberapa titik alamat para pelaku UMKM, membuat mahasiswa sedikit terhambatnya terutama dari pelaksanaan *survey* ke rumah para UMKM. Dengan adanya program kegiatan seminar ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pentingnya melakukan pemasaran produk melalui media digital berbasis online. Sehingga dapat meningkatkan penjualan dan perekonomian para UMKM yang berada di Desa Cilame.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Program kegiatan seminar dan *workshop strategy marketing for start up business* memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dan buruh tentang cara penggunaan media online untuk melakukan pemasaran produk, dengan adanya program seminar dan workshop ini para pelaku UMKM menjadi lebih paham dan dapat menguasai cara menggunakan media online untuk melakukan proses pemasaran produk yang dibuatnya. Selain itu para usaha yang dibangunnya pun menjadi lebih luas dalam memasarkan produk yang dibuatnya sehingga terjadi peningkatan penjualan produk dari proses pemasaran yang menggunakan media digital berbasis online.

Para mahasiswa melakukan kegiatan dengan cara membuat seminar yang di dalamnya terdapat pemateri-pemateri yang menyampaikan pemahaman mengenai pentingnya menggunakan media online di era digitalisasi ini untuk meningkatkan penjualan produk, dengan adanya seminar yang diadakan di Aula Desa Cilame, para pelaku UMKM menjadi paham mengenai cara penggunaan media online untuk memasarkan produknya. Para mahasiswa pun melakukan pendampingan dengan mendatangi tempat para pelaku usaha yang kemudian memberikan praktik khusus kepada para pelaku UMKM sehingga para pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran dengan melalui media online secara langsung. Adapun hasilnya, para pelaku UMKM menjadi paham dan langsung menggunakan media online sebagai alat untuk melakukan pemasaran. Strategi ini sangat efektif untuk meningkatkan penjualan produk yang dijual serta dapat membantu para pelaku UMKM dalam hal meraup keuntungan menjadi lebih besar.

Tabel 1. Capaian Program

No	Nama Kegiatan	Capaian kegiatan		Ketetapan waktu pelaksanaan		Tingkat Partisipasi (%)	Faktor pendukung	Faktor penghambat	Realisasi sumber anggaran			Penanggung jawab
		TARGET	capaian	Reencana	Realisasi				Masyarakat	Mahasiswa	Pihak Lain	
1	Pemberdayaan UMKM	Pelaku UMKM	Pelaku UMKM mengetahui cara melakukan pemasaran produkmen gunakan media	14 Agustus 2022	21 dan 27 Agustus 2022	38%	Pelaku UMK yang masih belum mengetahu cara memas	Letak geografis yang menyulitkan mahasiswa untuk	√			Syhra Zahara Nurfidinilah

online	arkan	menye
	produk	bar
	mengg	undan
	unakan	gan
	media	
	online	

Acara diawali dengan sambutan dari ketua pelaksana Syahra Zahara Nurfidinillah mahasiswi Universitas Muhammadiyah Bandung yang memberikan sepatah dua padah kata pada acara seminar dan *workshop strategy marketing for start up business* (Gambar 1).



Gambar 1. Sambutan dari ketua pelaksanaan

Acara dilanjutkan dengan sambutan dari Dosen Pembimbing Lapangan Bapak Indra Budi Jaya, SH., M.H yang ikut serta menghadiri acara seminar dan *workshop strategy marketing for start up business* (Gambar 2).



Gambar 2. Sambutan dari Dosen Pembimbing Lapangan.

Acara dilanjutkan dengan Pembacaan ayat suci Al-Qur'an yang dibacakan oleh mahasiswi Universitas Muhammadiyah Bandung yang juga peserta KKN Melda Herlina (Gambar 3).



Gambar 3. Pembacaan ayat suci Al-Qur'an

Setelah Pembacaan ayat suci Al-Qur'an acara dilanjutkan dengan menyanyikan lagu Kebangsaan Indonesia Raya yang dipandu oleh Anisya Divani yang merupakan seorang mahasiswa peserta KKN Universitas Muhammadiyah Bandung (Gambar 4).



Gambar 4. Menyanyikan lagu Kebangsaan Indonesia Raya

Memasuki acara utama dengan dimoderatori oleh Thena Sutinah yang merupakan peserta KKN yang juga mahasiswi Universitas Muhammadiyah Bandung (Gambar 5).



Gambar 5. Memasuki acara utama dengan dimoderatori oleh Thena Sutinah

Memasuki acara utama, penyampaian materi diberikan oleh ibu Iis Dewi Fitriani, SE., MM.,CMA.dengan penuh hikmat memberikan materi dengan cukup jelas (Gambar 6).



Gambar 6. Memasuki acara utama, penyampaian materi

Materi kedua diberikan oleh perwakilan dari pihak Shopee yang diwakili oleh Bapak Alfian Arasy m, jr associate dev kampus UMKM Shopee ekspor event & partnership yang memberikan pemahaman mengenai pemasaran melalui media online dan memberikan beberapa cara untuk melakukan pemasaran melalui media online (Gambar 7).



Gambar 7. Materi kedua diberikan oleh perwakilan dari pihak Shopee

Para peserta memperhatikan pemateri dengan cukup hikmat dan berusaha memahami apa yang disampaikan oleh para pemateri (Gambar 8).



Gambar 8. Para peserta memperhatikan pemateri

Acara ditutup dengan pembacaan doa yang dipimpin oleh Yusron Anshorulloh yang merupakan mahasiswa peserta KKN Universitas Muhammadiyah Bandung (Gambar 9).



Gambar 9. Acara ditutup dengan pembacaan doa

Para peserta acara melakukan sesi foto bersama pada akhir acara, terlihat semangat dan keharmonisan dari masing-masing peserta yang menghadiri acara seminar dan workshop ini (Gambar 10).



Gambar 10. Para peserta acara melakukan sesi foto Bersama

Para peserta melakukan sesi foto bersama dengan para panitia acara diakhir acara seminar dan workshop tersebut (Gambar 11).



Gambar 11. Peserta melakukan sesi foto bersama dengan para panitia

SIMPULAN

Desa Cilame merupakan desa yang memiliki banyak pelaku UMKM, para UMKM melakukan proses penjualan produk secara langsung atau dari mulut ke mulut, dengan diadakannya Seminar dan *workshop strategy marketing for start up business* yang diadakan oleh mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM terkait strategi yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk. Para pelaku UMKM menjadi memahami dan menguasai cara melakukan pemasaran menggunakan media online menjadi hal yang penting dari adanya seminar dan workshop ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat menggunakan cara yang telah disampaikan dan dipraktikan dengan pendampingan secara terus menerus, sehingga dapat meningkatkan pendapatan ekonomi yang meningkat atau lebih baik lagi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada rekan-rekan mahasiswa yang telah berpartisipasi dan ikut menyukseskan acara seminar dan workshop yang telah diselenggarakan, terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan yang telah membantu kami dalam menyelesaikan tugas kami untuk membuat acara yang telah terselenggara ini, Terima kasih kepada para pemateri yang sudah mau menghadiri acara dan memberikan materinya dengan sangat baik, terima kasih kepada para perangkat desa terutama Kepala Desa Cilame yang sudah menyediakan tempat terselenggaranya acara dan ikut serta menghadiri serta membuka acara, serta terima kasih kepada warga Cilame, khususnya para pelaku UMKM yang mau menghadiri acara serta bersedia mengikuti pelatihan yang kami buat.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1).
- Sulaeman, F. S., & Nurjaman, M. F. F. (2020). Aplikasi Penjadwalan Dan Booking Online Menggunakan Teknologi Android Webview. *Media Jurnal Informatika*, 11(2), 58-64.
- Suhendriyo, A., Setiawati, B., & Hayati, R. (2019). Implementasi E-Tilang di Polres Tabalong (Studi Proses Pembayaran Denda Tilang dengan E-Tilang). *JAPB*, 2(2), 391-408.