

Pelatihan Teknik Pemasaran Online Produk Kerajinan Pada Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah

Wida Purwidiyanti*, Tri Septin Mujirahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

email: widapurwidiyanti@ump.ac.id

Abstract

This article is entitled Training on Marketing Techniques of Handicraft Products at the Muhammadiyah Community Da'wah Center. Craft Product Marketing Technique Training was held on Friday, July 24, 2020 at the preaching center of the Muhammadiyah community in Srirahayu Village, South Purwokerto. The number of participants who took part in the training was 15 people. Training activities are carried out by extension and training methods. The results obtained in this activity are in the form of entrepreneurship materials, online marketing techniques and online marketing media.

Keywords: *Entrepreneurship, training, marketing techniques, Handicraft Products*

Abstrak

Artikel ini berjudul Pelatihan Teknik Pemasaran Produk Kerajinan Pada Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah. Pelatihan teknik pemasaran dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 24 Juli 2020 di Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah di Kampung Srirahayu Purwokerto Selatan. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan sebanyak 15 orang. Kegiatan IBM dilaksanakan dengan metode penyuluhan dan pelatihan. Hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini berupa materi kewirausahaan, tehnik pemasaran online dan media pemasaran online.

Kata Kunci: *kewirausahaan, pelatihan, teknik pemasaran, produk kerajinan tangan*

PENDAHULUAN

Kampung Sri Rahayu merupakan sebuah perkampungan yang termasuk dalam wilayah Kelurahan Karangklesem Kecamatan Purwokerto Selatan. Kampung ini mempunyai paling banyak warga miskin di Kelurahan Karangklesem. Penduduk di Kampung Sri Rahayu mayoritas tidak memiliki keterampilan dan tingkat pendidikan yang rendah [1]. Kampung Sri Rahayu memiliki problem masalah sosial yang kompleks. Sehingga kampung ini lebih populer dengan nama Kampung Dayak [2].

Hasil penelitian [3] menyatakan rentenir menjadi sumber meminjam uang bagi kelompok masyarakat miskin

termasuk di Kampung Sri Rahayu. Faktor ekonomi bukan alasan utama ketergantungan pada rentenir. Namun faktor pola pikir atau *mindset* menjadi faktor utamanya. Masalah ini dapat diatasi dengan keterlibatan banyak pihak, salah satunya adalah melibatkan kelompok masyarakat yang dapat memberikan penyuluhan atau pelatihan.

Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) pada bulan Desember 2019 mendirikan Pusat Dakwah Komunitas di Kampung Sri Rahayu. Peluncuran pusat dakwah ini merupakan usaha UMP untuk mendekatkan Muhammadiyah kepada jamaah di Kampung Sri Rahayu (www.UMP.ac.id).

Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah ini membina 300 orang yang terdiri dari ibu-ibu, remaja dan anak-anak. Dari jumlah yang dibina tersebut, 30 orang merupakan pengrajin kerajinan keset dari kain perca. Setiap hari mampu memproduksi sebanyak 10 buah keset. Pada kegiatan pengabdian pada masyarakat ini akan mengambil mitra para pengrajin keset dari kain perca yang dibina oleh Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah.

Produk kerajinan keset dari kain perca ini mempunyai keunikan yaitu bentuk keset yang masih jarang di pasar. Walaupun begitu teknik pemasaran produk ini masih sangat sederhana. Pemasaran produk tersebut sampai saat ini masih menggunakan promosi *person to person* dan sangat tergantung sekali pemasaran yang dilakukan oleh pembinanya. Teknik pemasaran yang lain belum dimiliki oleh para pengrajin tersebut. Hal ini merupakan salah satu kendala yang dimiliki agar para pengrajin tersebut bisa menjadi wirausaha yang mandiri.

Teknik pemasaran yang paling efektif saat ini adalah menggunakan media online misalnya menggunakan instagram, facebook, youtube, whatsapps dan sebagainya. Dalam rangka pembuatan media online tersebut maka diperlukan pelatihan untuk mitra agar mampu membuat pemasaran yang menarik.

Beberapa penelitian telah membuktikan teknik pemasaran menggunakan strategi pemasaran online dapat meningkatkan minat pembelian atau meningkatkan penjualan. [4] menyatakan bahwa strategi pemasara online berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Penelitian [5] juga menunjukkan hasil yang sama bahwa pemasaran online akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain pengetahuan teknik pemasaran yang masih minim, mitra juga membutuhkan pelatihan untuk kewirausahaan. Hasil penelitian [6]

menyatakan salah faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah kemampuan melakukan usaha. Hasil penelitian dari [7] menemukan ada 650 jiwa penduduk Kampung Sri Rahayu dan 429 jiwa mengalami permasalahan kesejahteraan sosial. Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan mengembangkan dan mengaplikasikan pelatihan dan pendampingan kewirausahaan baik oleh pemerintah, dunia usaha, masyarakat, LSM serta perguruan tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa tehnik pemasaran online dapat meningkatkan penjualan produk dan minat beli konsumen. Dalam rangka memecahkan masalah mitra maka kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan pelatihan tentang kewirausahaan dan tehnik pemasaran online.

METODE PENGABDIAN

Khalayak sasaran yang menjadi peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah ibu-ibu dan bapak-bapak pengrajin kerajinan keset dari kain perca. Khalayak sasaran ini di bawah binaan Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah.

Ada tiga langkah yang harus dilakukan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu :

1. melakukan survey awal dan wawancara dengan pembina Pusat Komunitas Dakwah Muhammadiyah. Hasil kegiatan ini dapat memberika gambaran situasi dari mitra pengabdian masyarakat.
2. mempersiapkan materi dan bahan yang diperlukan untuk kegiatan pengabdian masyarakat.
3. melakukan penyuluhan dan pelatihan tentang kewirausahaan dan tehnik pemasaran online.

Berdasarkan hasil survei awal maka solusi yang ditawarkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. memberikan penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan. Penyuluhan dilakukan satu kali tatap muka dengan materi tentang kewirausahaan. Dengan pemberian materi kewirausahaan diharapkan dapat memotivasi mitra untuk menjadi seorang wirausaha.
2. memberikan pelatihan teknik pemasaran produk kerajinan keset dari kain perca melalui media online. Pelatihan dilakukan dengan memberikan materi teknik pemasaran produk yang diberikan sebanyak satu kali tatap muka. Dalam pertemuan ini mitra akan dilatih untuk teknik pemasaran yang baik misalnya melalui media promosi secara on line.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Hari Jumat, tanggal 24 Juli 2020. Mitra yang dapat menghadiri kegiatan ini sebanyak 15 orang. Mereka merupakan ibu-ibu dan bapak-bapak yang merupakan pembuat kerajinan produk keset dari kain perca.

Penyuluhan dan pelatihan kewirausahaan disampaikan oleh Wida Purwidianti. Materi yang dibahas tentang bagaimana menjadi wirausaha yang sukses di masa pandemi. Mitra diberikan pelatihan tentang bagaimana melakukan inovasi produk. Gambar dibawah ini menunjukkan kegiatan tersebut.



Gambar 1. Penyuluhan dan Pelatihan Kewirausahaan

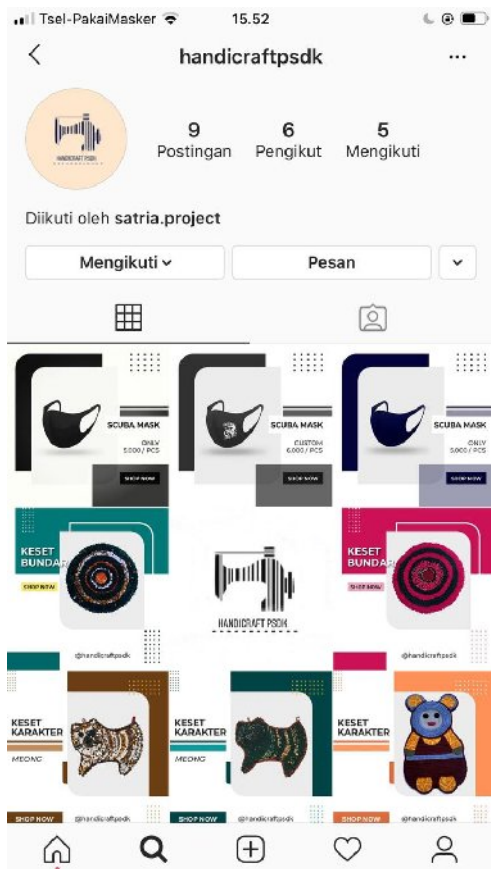
Selama ini masih mengandalkan pemasaran melalui pembiana atau koordinator Pusat Dakwah Komunitas Muhammadiyah. Pemasaran *online* belum dilakukan karena kurangnya pengetahuan mitra tentang cara melakukan pemasaran *online* dan media pemasaran *online* yang belum dimiliki.

Materi kedua yang diberikan tentang pelatihan tehknik pemasaran online. Materi ini disampaikan oleh Tri Septin Mujirahayu. Materi yang dibahas tentang kegiatan yang harus dilaksanakan ketika akan melakukan strategi pemasaran *online*. Kegiatan tersebut meliputi perencanaan, riset produk, menentukan target pasar, menyiapkan merek dan website. Gambar 2 menunjukkan kegiatan pelatihan tehknik pemasaran *online*.



Gambar 2. Penyuluhan Teknik Pemasaran Online

Materi ketiga tentang pelatihan teknik pemasaran online disampaikan oleh mahasiswa-mahasiswa yang membantu kegiatan pengabdian masyarakat ini. Materi yang disampaikan tentang cara membuat katalog produk dan memasarkannya di media *online*. Gambar 3 dibawah ini menunjukkan hasil dari pembuatan media pemasaran *online*.



Gambar 3. Media *online* produk masker dan kerajinan keset dari kain perca

Ada beberapa faktor pendorong dilaksanakannya kegiatan IbM ini yaitu:

1. Kesiapan dan antusiasme mitra dalam mengikuti kegiatan IbM
2. Biaya pemasaran yang murah apabila melakukan promosi secara online.
3. Bisa meningkatkan penghasilan pengrajin keset

Sedangkan faktor penghambat yang ditemukan dalam kegiatan IbM ini adalah sebagai berikut:

1. Motivasi berwirausaha yang masih kurang dari peserta pelatihan
2. Kualitas produk yang masih rendah

SIMPULAN

Hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah materi kewirausahaan, teknik pemasaran dan media promosi online. Saran untuk kegiatan selanjutnya dan tindak lanjut

yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan pelatihan lanjutan untuk variasi produk kerajinan keset dari kain perca.
2. Perlu adanya sosialisasi dan pelatihan lebih lanjut tentang media promosi online yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. S. Mufidah, "Pemberdayaan masyarakat oleh Yayasan Sri Rahayu di Kampung Dayak Kelurahan Karanglesem Purwokerto," *J. Univ. Negeri Yogyakarta*, 2018.
- [2] E. M. Nurhayah, N. Sar, and Avifah, "Peranan Mahasiswa IAIN Purwokerto Dalam Memberdayakan Anak Jalanan Melalui Skema Revolusi Mental dan SDGs Di Kampung Sri Rahayu, Kelurahan Karanglesem, Purwokerto Selatan, Banyumas," *Raushan Fikr*, vol. 6, no. 2, pp. 273–297, 2017.
- [3] E. Saepudin and P. D. Cahyani, "Strategi Mempersempit Ruang Gerak Rentenir Melalui Kelompok Masyarakat Berbasis Modal Sosial (Studi Kasus di Kampung Rahayu, Purwokerto)," *ISLAMADINA*, vol. XVII, no. 2, pp. 57–70, 2016.
- [4] W. Jati and H. Yuliansyah, "Pengaruh Strategi Pemasaran Online (online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store)," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 1, no. 1, pp. 2598–823, 2017.
- [5] I. Khoernikmah and A. Widarko, "Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada konsumen Toko Sinar Muda Busa)," *e – J. Ris. Manaj. PRODI Manaj. Fak. Ekon. Unisma*, pp.

- 132–147, 2018.
- [6] D. C. Lantu, M. S. Triady, A. F. Utami, and A. Ghazali, “Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia : Validasi Kuantitatif Model,” vol. 15, no. 1, pp. 77–93, 2016.
- [7] Masrukin, “Sebagai Modal Simbolik Masyarakat Banyumas Untuk Mengelola Penanganan Kampung Kumuh ‘ Sri Rahayu ,” *Pros. Semin. Nas. dan Call Pap.*, vol. 5, no. November, pp. 139–151, 2019.