

PELATIHAN MODEL PEMASARAN ONLINE UNTUK WIRUSAHA TAPE DI DESA SUKARAJA KECAMATAN CIKEUSAL, SERANG

Anizir¹, Wahyuddin², Subandi², Ahmad Kautsar², Deviyantoro¹

1. Program Studi Manajemen, Universitas Serang Raya, Indonesia
 2. Program Studi Teknik Informatika, Universitas Serang Raya, Indonesia
- Email : wahyu.unsera@gmail.com

Abstract

Cikeusal sub-district is one of the sub-districts in Serang Regency, Banten Province, where most of the residents own cassava farming and cassava processing industry. One of the home industries for processing cassava in Cikeusal is the manufacture of tape made from real cassava and made directly by residents of Cikeusal. In addition to providing economic benefits, the production of cassava tape in the Cikeusal sub-district is the largest producer of cassava. Cassava tape production can reach 150-300 kg per day. The development of Information Technology (IT) has provided new opportunities for people's economic life. With these advances, there is no longer any limit in expanding market share in marketing a product or service that is owned. By taking advantage of this technological development, the people of Cikeusal village have expanded the marketing of tape to various regions. The method of service activities is carried out through training and assistance in the use of information technology related to marketing and sales. The results of this community service activity, by utilizing internet technology, have helped increase sales of tape cookies in Sukaraja Village, Cikeusal District, Serang Regency - Banten. Partners in this community service activity can optimize the sale of tape cookies by using internet media or online media.

Keywords: Marketing Model, Online, Tape, Cikeusal.

Abstrak

Kecamatan Cikeusal merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Serang Propinsi Banten yang sebagian besar warganya memiliki pertanian singkong dan industri pengolahan singkong. Salah satu home industry pengolahan singkong di Cikeusal adalah pembuatan tape yang terbuat dari singkong asli dan di buat langsung oleh warga Cikeusal. Selain memberikan keuntungan secara ekonomi, produksi tape singkong di kecamatan Cikeusal merupakan penghasil singkong terbesar. Produksi tape singkong bisa mencapai 150 – 300 kg per hari. Perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah memberikan peluang baru bagi kehidupan perekonomian masyarakat. Dengan kemajuan tersebut sudah tidak ada lagi batasan dalam melakukan perluasan pangsa pasar dalam melakukan pemasaran suatu produk atau jasa yang dimiliki. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi ini, masyarakat desa Cikeusal melakukan perluasan pemasaran tape ke berbagai wilayah. Metode kegiatan pengabdian dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi informasi yang berkaitan dengan pemasaran dan penjualan. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, dengan memanfaatkan teknologi internet telah membantu meningkatkan penjualan tape cookies di Desa Sukaraja Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang – Banten. Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat mengoptimalkan penjualan tape cookies dengan menggunakan media internet atau media online.

Katakunci: Model Pemasaran, Online, Tape, Cikeusal.

PENDAHULUAN

Singkong merupakan salah satu bahan makanan pokok yang sangat populer di Indonesia. Selain menjadi bahan makanan pokok, singkong juga bisa diolah menjadi berbagai macam makanan khas, salah satunya menjadi tape singkong. Tape singkong di kecamatan Cikeusal merupakan salah satu agroindustri yang ada sejak lama dan merupakan industri turun temurun. Hampir disetiap desa di kecamatan Cikeusal memiliki industri pengolahan tape, salah

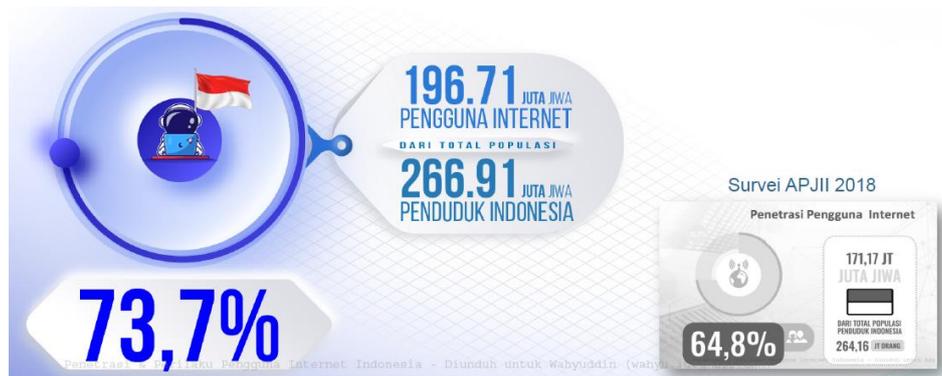
satunya adalah Kampung Cimaung. Didaerah ini industri tape bisa menghasilkan 100-300 kg tape singkong per harinya yang siap di distribusikan ke beberapa wilayah dan pasar disekitar Kabupaten Serang. Salah satu home industri yang ada di Kampung Cimaung ini adalah milik Bapak Yudi.

Dari 100-300 kg tape singkong yang dihasilkan oleh Bapak Yudi, semua hasil industri langsung disalurkan ke pasar-pasar. Satu bungkus tape berisi 1 kg tape dibandrol dengan harga 5000 rupiah. Tape-tape ini biasanya bertahan selama 7 hari diluar lemari pendingin. Banyaknya produksi tape yang dihasilkan, murah nya harga yang ditawarkan, dan area pemasaran yang terbatas menjadi permasalahan sampai saat ini. Perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah memberikan peluang baru bagi kehidupan perekonomian masyarakat. Dengan kemajuan tersebut sudah tidak ada lagi batasan dalam melakukan perluasan area pemasaran dalam melakukan pemasaran suatu produk atau jasa yang dimiliki. Home industri yang ada di Kampung Cimaung belum memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran maupun penjualan sehingga produk tape yang dihasilkan sering sekali tidak dapat habis terjual dan mengakibatkan kerugian.

Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah media internet. Pelaku home industri atau Usaha Kecil Menengah (UMKM) dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada. Namun, berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UMKM), baru sekitar 3.79 juta pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM di Indonesia, yaitu 59.2 juta (www.cnnindonesia.com).

Pertumbuhan industri e-Commerce Indonesia diprediksi mencapai sebesar US\$ 130 miliar pada tahun 2020. Pertumbuhan industri e-commerce per tahun yang mencapai 50 persen ditambah dengan pengguna smartphone yang terus bertumbuh merupakan peluang yang sangat besar untuk pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan produk mereka. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, didapatkan fakta bahwa para pelaku home industri atau UMKM yang ada di Kampung Cimaung belum memanfaatkan media internet sebagai sarana pemasaran tape yang telah diproduksi. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pengetahuan dari pelaku home industri atau UMKM mengenai media internet.

Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan media internet untuk pemasaran. Sementara itu APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) merilis data yang menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan angka pertumbuhan pengguna internet setiap tahunnya. Bertambahnya angka pengguna internet merupakan potensi besar bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform penjualan melalui dunia maya. Sehingga pelaku UMKM dapat melakukan ekspansi bisnis melalui kegiatan offline maupun online.



Gambar 01. Penetrasi pengguna internet

Sumber : Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Model pemasaran online diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku home industri atau UMKM dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Model pemasaran konvensional yang banyak membutuhkan biaya dan jauh lebih rumit dengan sendirinya tidak lagi menjadi perhatian utama bagi pelaku UMKM karena adanya media internet. Pelaku home industri atau UMKM, dengan menggunakan e-commerce atau marketplace dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah tertentu saja. Model pemasaran online dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Kampung Cimaung, Desa Sukaraja Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang Propinsi Banten, merupakan daerah penghasil singkong yang cukup besar. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari dua kelompok pengrajin industri singkong. Melalui observasi, survey lapangan dan wawancara dengan mitra kegiatan pengabdian, diketahui beberapa permasalahan yang dialami oleh mitra. Diantara permasalahannya adalah proses pemasaran/penjualan tape terbatas pasar-pasar yang ada di wilayah Serang saja. Dengan terbatasnya lingkup pemasaran/penjualan maka keuntungan yang diterimapun sangat terbatas. Pemanfaatan teknologi informasi, khususnya media internet, hanya sebatas pada pencarian informasi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian melakukan pemecahan masalah melalui kegiatan pendampingan dan bimbingan secara aktif dan berkelanjutan kepada masyarakat Kampung Cimaung Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang melalui serangkaian pelatihan model pemasaran online, baik teoritis maupun praktis.

Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahap awal, tahap inti dan tahap akhir. Pada tahap awal terdapat tiga bagian dalam kegiatan tahap awal ini, yaitu (1) observasi dan survey lapangan; (2) kelengkapan administrasi; dan (3) merancang kegiatan inti serta menyusun materi pelatihan. Kegiatan observasi dan survey lapangan dilakukan dua kali yaitu ketika tim akan mengajukan proposal kegiatan pengabdian dan setelah tim mendapatkan surat tugas kegiatan pengabdian. Kegiatan observasi dan survey lapangan yang pertama dilakukan untuk mendapat informasi mendalam dan menyeluruh mengenai permasalahan mitra dan untuk mencari solusi yang dibutuhkan agar tepat sasaran. Sementara kegiatan observasi dan survey lapangan setelah mendapatkan surat tugas pengabdian bertujuan

sebagai pemberitahuan bahwa kegiatan pengabdian akan segera dilaksanakan serta memohon kerjasama mitra dalam membantu mewujudkan kegiatan pengabdian.

Pada tahapan yang kedua, yaitu tahap inti, kegiatan berfokus pada pengabdian yang dilakukan yaitu pendampingan dan bimbingan kepada mitra melalui serangkaian pelatihan. Kegiatan yang dilakukan meliputi : (a) knowledge sharing penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran; (b) sosialisasi dan urgensi pemasaran berbantuan teknologi informasi dan komunikasi; (c) pengenalan aplikasi yang dapat digunakan untuk pemasaran; (d) eksplorasi aplikasi pemasaran dan implementasinya pada kegiatan pemasaran; dan (e) praktik pemasaran menggunakan salah satu aplikasi yang ada. Pada tahap akhir, kegiatan yang dilakukan adalah evaluasi kegiatan yang telah dilakukan secara menyeluruh dan melakukan penyusunan laporan akhir kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, diawali dengan kegiatan observasi dan survey lapangan. Kegiatan observasi dan survey lapangan dilakukan dua kali yaitu ketika tim akan mengajukan proposal kegiatan pengabdian dan setelah tim mendapatkan surat tugas kegiatan pengabdian. Pada kegiatan survey yang pertama didapatkan informasi tentang permasalahan mitra. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra berkaitan dengan proses pemasaran/penjualan tape, yaitu keterbatasan lokasi pemasaran/penjualan yang berakibat pada keuntungan yang diterimapun sangat terbatas. Permasalahan yang berikutnya adalah berkaitan dengan penggunaan/pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang hanya sebatas pada pencarian informasi saja. Solusi yang disepakati bersama mitra dalam menyelesaikan permasalahan tersebut adalah melalui kegiatan pendampingan dan bimbingan secara aktif dan berkelanjutan melalui serangkaian pelatihan model pemasaran online, baik teoritis maupun praktis.

Observasi dan survey lapangan berikutnya adalah sebagai pemberitahuan bahwa kegiatan pengabdian akan segera dilaksanakan serta memohon kerjasama mitra dalam membantu mewujudkan kegiatan pengabdian. Pada tahap awal ini juga tim melengkapi administrasi yang dibutuhkan untuk proses kegiatan pengabdian, merancang kegiatan inti dan menyusun materi pelatihan. Tahap awal program kegiatan pengabdian ini telah mencapai 100%. Adapun hasil yang diperoleh pada tahap awal ini antara lain (1) permasalahan mitra dan solusi penyelesaian yang disepakati bersama, (2) tersusunnya materi pelatihan dan (3) jadwal pelaksanaan kegiatan.



Gambar 02. Diskusi Dengan Mitra Pengabdian

Pada tahap berikutnya, yaitu tahap inti, fokus pada tahap inti ini adalah kegiatan terpusat dan kegiatan pendampingan-bimbingan kepada peserta pengabdian melalui serangkaian pelatihan. Kegiatan diawali dengan pemberian materi tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran, urgensi pemasaran berbantuan teknologi informasi dan komunikasi. Pada pertemuan berikutnya materi yang diberikan adalah memperkenalkan aplikasi yang dapat digunakan untuk pemasaran dan melakukan eksplorasi aplikasi pemasaran berikut contoh implementasinya pada kegiatan pemasaran. Pada pertemuan selanjutnya dilakukan praktik pemasaran menggunakan salah satu aplikasi yang ada di internet.



Gambar 03. Pemberian Materi Pemasaran Online

Pada kegiatan pendampingan ini telah selesai dilaksanakan. Hal ini berarti kegiatan PKM tahap inti telah mencapai 100%. Kegiatan yang meliputi : (a) knowledge sharing penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran; (b) sosialisasi dan urgensi pemasaran berbantuan teknologi informasi dan komunikasi; (c) pengenalan aplikasi yang dapat digunakan untuk pemasaran; (d) eksplorasi aplikasi pemasaran dan implementasinya pada kegiatan pemasaran; dan (e) praktik pemasaran menggunakan salah satu aplikasi yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian, disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan pengenalan pemasaran online dalam kegiatan usaha tape telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai pemasaran online, sehingga setelah sosialisasi diberikan, peserta dapat menjelaskan tujuan dilakukannya pemasaran secara online dalam kegiatan usaha, menjelaskan manfaat dilakukannya pemasaran secara online serta dapat menjelaskan model pemasaran secara online. Kedua, kegiatan sosialisasi mengenai pemasaran secara online sebagai model pemasaran dalam kegiatan bisnis juga telah mencapai target luaran. Peserta yang semula hanya mengenal pemasaran secara online, namun setelah sosialisasi diberikan, peserta menjadi paham bahwa pemasaran secara online dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

SARAN

Beberapa saran untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian berikutnya, diantaranya adalah adanya diversifikasi produk tape agar konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih produk tape tersebut. Diadakannya pelatihan desain secara visual untuk produk-produk yang akan dipasarkan secara online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan banyak terimakasih kepada Kepala Desa Sukaraja Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang Propinsi Banten, yang telah memberikan ijin pelaksanaan pengabdian di wilayahnya. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada masyarakat Desa Sukaraja, terutama tim mitra pengabdian yang telah bekerjasama sehingga pelaksanaan dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldina Shiratina, dkk. 2020. Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*. e-ISSN: 2685-6972. Volume 2 No 1. 2020: 15-23.
- Bunga Aditi, dkk. 2019. Perlunya Inovasi, Kreativitas, Dan Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Penjahit Keriahen. *Prioritas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. ISSN : 2716-4535. Volume 1 No. 1 2019. 42-51.
- Immanuel Candra Irawan. 2019. Analisis E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online. *Journal of Business and Banking*. ISSN : 2088-7841. Volume 9 No. 2. 2019. 247-260.
- Kadek Surya Mahedy. 2016. Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran Hasil Produksi Bagi Asosiasi Pengrajin Industri Kecil (APIK) Kabupaten Buleleng. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 389-398.
- Nanda Amelianny. 2019. Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (E-Commerce) Dalam Jaringan Sosial Internet. *Negotium : Jurnal Administrasi Ilmu Bisnis*. ISSN : 2777-0192 Vol. 2 Nomor 1. 2019. 12-20.
- Ridho AAA. 2018. Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 7 Nomor 2. 219-231.
- Suprono W, Irwan Y. 2018. Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta, *Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, Vol. 9 Nomor 2, 100-120.
- Zayyinul HZ, Satriardi, Dedi D, dll. 2017. Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UMRI*, Vol. 1 Nomor 2, 12-15.