

PELATIHAN PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN UMKM MASYARAKAT DESA GURUBANUA

T. Nurhaida, S.E., M.Si.¹, Dr. Afridayanti Surbakti, S.E., M.Si.²,
Mery Sulianty H. Sitanggang, S.E., M.Si.³, Hidayat Nasution, S.E., M.Si. Ak.⁴, M. Zuhri, S.E., M.Si.⁵
^{1,2,3,4,5} Politeknik Mandiri Bina Prestasi

ABSTRAK

Desa Gurubanua adalah suatu daerah pedesaan yang berada di Kecamatan Munthe di Kabupaten Karo. Di desa ini cukup banyak dikenal rempah-rempah tradisional yang dapat digunakan menjadi obat atau dalam bahasa daerah Karo biasa disebut dengan Tawar. Obat yang dimaksud disini adalah obat untuk dikonsumsi, yakni dengan cara diseduh dengan air panas lalu diminum boleh juga dengan cara ditambahkan gula aren. Pengembangan obat makan ini ada juga berupa tawar untuk obat luar yang dapat digunakan untuk obat luka, param, minyak urut dan lain sebagainya. Desa Gurubanua menjadi pilihan pelaksanaan Pengabdian kali ini dikarenakan adanya permintaan dari salah satu tokoh dan juga keluarga dekat dari Bapak Dr. Immanuel Edy Suranta Sebayang, SE. MM. MA. Setelah mengamati dan mendalami pembicaraan beberapa tahun sebelum Covid 19 dengan Bapak Agustin S. Kembaren – salah satu tokoh masyarakat di lingkungan P.B. Selayang – I, yang telah cukup lama menyampaikan keinginannya. Disampaikan bahwa di desa kampung halamannya terdapat beberapa produk unggulan yang biasa diramu masyarakat desa untuk dijadikan obat atau Tawar. Pembahasan tersebut dilanjutkan dengan rencana untuk melakukan pelatihan yang dapat membantu masyarakat desa sehingga semakin dikenal dikalangan masyarakat di luar Kabupaten Karo dan terlebih lagi ke area kota atau propinsi. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk diskusi karena dihadiri oleh 24 orang tua pengusaha kecil ramuan tradisional Karo beserta anak dan cucunya sebanyak 37 orang yang dalam pelaksanaannya dibimbing oleh lima orang dosen dari Politeknik MBP Medan. Kegiatan ini disampaikan dengan suasana diskusi santai karena penuh dengan tanya jawab yang cukup serius tapi santai. Permasalahan mitra secara umum adalah cara memasarkan produk secara online yang masih awam terhadap para orangtua yang memproduksi obat tradisional. Oleh karena itu secara keseluruhan baik orangtua, anak dan cucu dari keluarga yang memproduksi ikut hadir dan lebih mudah dalam proses pelatihan ini. Kegiatan ini diadakan di rumah Bapak Agustin S. Kembaren pada hari Jumat, 7 April hingga Minggu 9 April 2023 sehingga lebih mudah dipahami oleh orangtua yang mengikuti kegiatan ini. Paska pelatihan tersebut para pembimbing yang juga merupakan para dosen masih terus melakukan diskusi secara online untuk terus membantu hal-hal yang masih perlu didiskusikan lebih lanjut – seperti menindaklanjuti pengiriman produk dalam jumlah besar dan berkala. Diharapkan dengan pelatihan ini dapat meningkatkan penghasilan masyarakat Desa Gurubanua dan terus memperhatikan kekurangan yang ada dari metode penjualan yang konvensional ke arah online atau secara mixiing digital (perdagangan online campuran). Apabila memang mitra membutuhkan pelatihan lanjutan, para pelaku Pengabdian ini tetap menyediakan waktunya dengan lebih dahulu saling berkomunikasi memastikan waktu dan tempat.

Kata kunci: *pelatihan, pemasaran online, umkm, masyarakat desa.*

1. Analisa Situasi Mitra

Desa Gurubanua memiliki jumlah penduduk ratusan rumah tangga. Adapun situasi mitra pada saat pengabdian ini dijalankan adalah :

- Mitra memiliki daerah ladang yang banyak ditanami rempah-rempah.
- Pengelolaan rempah-rempah oleh mitra digunakan untuk dikonsumsi sendiri dan

dalam jumlah kecil diperdagangkan.

- Ada tokoh masyarakat yang prihatin melihat kondisi ini didalam keluarga besarnya untuk dapat diberikan pelatihan tertentu.
- Mitra ternyata sudah mengenal dan mengoperasikan media sosial.

- Mitra dalam lingkungan internal (di desa) belum ada yang membantu memperkenalkan metode pemasaran online.
- Pendidikan tertinggi mitra rata-rata adalah SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas).

2. Permasalahan Mitra

Mitra yang merupakan masyarakat desa dalam Pengabdian ini memiliki masalah, yakni:

- Masih memiliki kesulitan membaca dan menulis di media online atau digital.
- Usia mitra relatif di atas 50an tahun; pemahaman mereka menggunakan media online atau digital sudah tidak mudah lagi.
- Mitra masih canggung melakukan kegiatan menjual dikarenakan budaya sosial yang masih terbiasa atau erat dengan “memberi tanpa menerima bayaran”
- Mitra memiliki kebutuhan dan keinginan yang kuat untuk mengembangkan usaha mikro kecil menengah agar dapat menyekolahkan anak dan cucu ke jenjang universitas – mereka membutuhkan dana tambahan.
- Mitra belum memahami perlunya standarisasi proses pengolahan produk yang higienis dan kemasan serta labeling yang baik.
- Mitra membutuhkan rekanan untuk kerjasama baik yang melatih pemasaran online atau digital maupun kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat dipercaya di daerah Kota untuk pemasaran hasil olahan rempah tradisional.

3. Solusi Yang Ditawarkan

Beberapa solusi yang telah disusun untuk membantu mitra dalam pengabdian ini, yakni:

- Memperkenalkan media sosial dan manfaat-manfaat positif yang juga dapat digunakan untuk pemasaran online.
- Memberikan penjelasan bahwa kegiatan menjual merupakan hal yang biasa diterima oleh masyarakat diluar desa khususnya di perkotaan.
- Mengajarkan pembuatan video singkat untuk proses pengolahan produk yang higienis. Mitra dilatih dengan cara menonton video singkat proses pembuatan.
- Mitra diajarkan cara memilih kemasan yang standard dan menghindari kemasan yang

tidak standard.

- Mitra diajarkan arti penting membuat *labeling* sehingga produk dapat dikenal dengan merk yang khas dan mudah dihubungi.
- Mitra diajarkan cara menampilkan video yang mempromosikan produk, penggunaan bahasa yang lebih baku dan menjual sehingga lebih banyak calon konsumen yang dapat lebih mudah mengenali produk.
- Mitra diajarkan secara teratur dan berkala memantau dan menindaklanjuti (*follow-up*) hal-hal yang ditanyakan oleh calon konsumen.
- Mitra belum memahami bahwa usaha yang dirintis dapat nantinya digunakan untuk pengajuan pinjaman kepada lembaga keuangan desa atau dana desa yang ada.

Sambil mempersiapkan pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat, team ini terus memantau masalah yang dihadapi oleh mitra dan melengkapi hal-hal yang dianggap perlu untuk dilaksanakan dan disampaikan kepada mitra.

4. Target dan Luaran

Dalam Pengabdian kepada masyarakat Pelatihan Pemasaran Online ini, target dan luaran yang diharapkan dapat diperoleh mitra adalah:

- Mitra memahami manfaat positif media sosial dalam hal pemasaran online.
- Bersama anak dan cucu mitra paham membuat video singkat untuk proses pengolahan produk yang higienis sehingga calon konsumen yakin dengan kualitas produk obat tradisional yang dijual.
- Mitra memahami model, ukuran kemasan dan labeling perlu dijaga standarisasinya.
- Mitra paham membuat dan mempromosikan produk dengan video singkat dan berulang untuk mempromosikan produk ke calon konsumen sehingga mudah mengenali produk yang asli dan steril atau higienis.
- Mitra menyadari pentingnya menghargai komunikasi lanjut dengan senantiasa memantau dan menindaklanjuti (*follow-up*) hal-hal yang ditanyakan oleh calon konsumen.

5. Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemasaran online dilakukan dengan

tahapan :

- Sekitar Januari 2019 Bapak Agustin pernah menyampaikan keadaan masyarakat di kampung halamannya di Gurubanua kepada Bapak Immanuel.
- Pada bulan Februari 2023, di awal kegiatan kerohanian bersama Bapak Immanuel Sebayang menanyakan bagaimana kondisi UMKM di daerah kampung halaman Bapak Agustin dan memastikan keinginannya untuk memberikan suatu bentuk pelatihan.
- Pada Sabtu, 25 Maret 2023 bapak Agustin ke kampung halamannya Desa Gurubanua menanyakan kesediaan masyarakat yang kebanyakan adalah keluarganya untuk bisa berkumpul. Disepakati diadakan pertemuan pada *Jumat, 7 April hingga Minggu 9 April 2023*.
- Selanjutnya bapak Immanuel Sebayang melibatkan beberapa rekan dosen: T. Nurhaida, S.E., M.Si., Dr. Afridayanti Surbakti, S.E., M.Si., Mery Sulianty H. Sitanggang, S.E., M.Si., Hidayat Nasution, S.E., M.Si. Ak., M. Zuhri, S.E., M.Si.*
- Pada malam hari Jumat 7 April 2023 rombongan dosen tiba di rumah Bapak Agustin, setelah istirahat beberapa jam maka mulai diadakan pelatihan dan diskusi serta tanya jawab dengan sekitar 61 orang masyarakat desa.
- Pada hari ketiga, Minggu 9 April 2023 selain pelatihan, pemberian contoh-contoh dilakukan ibadah singkat untuk menutup kegiatan.

Rancangan Biaya dan Sumber Pendapatan

Biaya atau dana yang digunakan dalam melaksanakan pelatihan ini sifatnya swadaya bapak ibu dosen berupa penyewaan mobil dan bahan bakar. Sedangkan penginapan dan konsumsi serta kebutuhan lainnya ditangani oleh peserta pelatihan. Total biaya yang digunakan hingga akhir kegiatan adalah sebesar Rp. 5.800.000,- (lima juta delapan ratus ribu rupiah).

6. Hasil dan Luaran

Beberapa hasil dan luaran yang dapat diperoleh mitra adalah:

- Mitra dapat memahami manfaat positif media sosial dalam hal pemasaran online.
- Komunikasi antara orangtua, anak dan cucu semakin baik. Mereka semakin dapat bersama-

sama saling melengkapi pemahaman membuat video singkat untuk proses pengolahan produk yang higienis sehingga calon konsumen yakin dengan kualitas produk obat tradisional yang dijual. Mereka membuat dan mempromosikan produk dengan video singkat dan mengiriminya secara berulang untuk mempromosikan produk ke calon konsumen sehingga mudah mengenali produk yang asli dan steril atau higienis.

- Mitra memahami perlunya penetapan model, ukuran kemasan dan labeling perlu dijaga standarisasinya.
- Mitra menyadari pentingnya menghargai komunikasi lanjut dengan senantiasa memantau dan menindaklanjuti (*follow-up*) hal-hal yang ditanyakan oleh calon konsumen.

Foto / Dokumentasi :



Diskusi awal yang berjalan dengan santai: bapak Agustin S. K. dan beberapa orangtua pengelola obat / tawar tradisional beserta keluarga.



Diskusi santai dengan beberapa orangtua pengelola obat / tawar tradisional beserta keluarga.



Foto peserta dan para dosen membahas materi metode pemasaran online di luar ruangan.



Diskusi dan pelatihan hari ketiga yang berjalan dengan santai dengan beberapa orangtua pengelola obat / tawar tradisional beserta keluarga.

7. Kesimpulan

Pelatihan yang disampaikan dengan suasana diskusi santai dan sharing ini sangat berguna bagi masyarakat Desa. Mereka sangat antusias menanyakan setiap tahap dan hal-hal yang harus diperhatikan dalam Pemasaran Online yang harus dilakukan dengan cermat dan teliti dan tindak lanjut untuk setiap pernyataan dan pertanyaan konsumen yang pernah ada.

8. Saran

Kegiatan Pengabdian ini diharapkan kembali dilakukan beberapa bulan yang akan datang untuk mereview hal-hal terbaru yang telah dialami Mitra. Disarankan apabila mitra membutuhkan advisor – bapak dan ibu dosen pembina tetap bersedia meresponi mereka walaupun melalui komunikasi online; dengan memastikan atau mengidentifikasi masalah mereka sehingga lebih mudah memberikan penjelasan yang tepat. Selain itu disarankan dan telah dilakukan hubungan baik atau pertemanan melalui media sosial facebook sehingga bapak ibu dosen pembimbing dapat ikut mempromosikan produk-produk mereka. Sedangkan, untuk rencana pembekalan dalam rangka pengajuan pinjaman dengan pihak perbankan atau alternatif Dana Desa disarankan didiskusikan pada kesempatan berikutnya.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Group.
- Jackson, S.E., Schuler. 1990. *Human Resource Planning: Challenges for Industrial/Organization*

Psychologists. New York, West Publishing Co.

- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran 1*, Jakarta, Erlangga.
- Mardikanto dan Soebiato, 2013. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Bandung, Alfa Beta.
- Mubyarto, 2004, *Pemberdayaan Ekonomi Rakyat dan Peranan Ilmu-Ilmu Sosial*, Yogyakarta, Aditya Media Prisma.
- Prasnowo Adi, 2017, *Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil dan Menengah untuk Meningkatkan Efektifitas UKM*.
- Purnama, N. 2000. *Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Integrasi Perencanaan Strategik dan Perencanaan SDM*. Jakarta, Usahawan.