

PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN SECARA ONLINE HASIL MENJAHIT PADA SISWA LPK BY ANDINI CEPOGO BOYOLALI

Unna Ria Safitri¹, Alean Kistiani Hegy Suryana², Hari Purwanto³, Listyowati Puji Rahayu⁴,
Nuning Lisdiana⁵, Adib Jauhar⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali
E-mail : unnaria@yahoo.co.id

ABSTRAK

Tujuan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini antara lain: (1) Meningkatkan kapasitas dan sinergitas, pengetahuan, sikap, dan keterampilan dalam menerapkan pengembangan strategi pemasaran. (2) Memotivasi siswa agar tetap bersemangat dalam berwirausaha. (3) Mendorong Unit Manajemen untuk tetap menjaga kualitas dan kontinuitas. (4) Sebagai kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi.

Target luaran dari program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah: 1) LPK by Andini dapat meningkatkan produktifitasnya, mandiri, dan ramah lingkungan; 2) Unit strategi pemasaran dapat melakukan inovasi produk untuk menghasilkan produk unggulan yang inovatif, berdaya saing, dan berkelanjutan; 3) Unit LPK by Andini dapat menghasilkan nilai tambah siswa sehingga meningkatkan kesejahteraan anggota; 4) Terlaksananya pemasaran secara online.

Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan tersebut di atas adalah: peningkatan *capacity building* melalui pemberian pengetahuan, pembentukan sikap, dan keterampilan melalui pelatihan dan praktek lapangan. Pemberian bantuan alat produksi dan pendampingan pasca program untuk menjamin keberlangsungan usaha.

Kata kunci: strategi pemasaran, inovasi produk, wirausaha, *capacity building*

PENDAHULUAN

LPK by Andini Cepogo Boyolali merupakan tempat latihan kerja bagi siswa yang ingin belajar secara mandiri, pelatihan dan ilmu yang bermanfaat bagi dunia kerja. LPK by Andini didirikan oleh alumni Universitas Boyolali Fakultas Ekonomi ibu Tumini, S.E yang berada di kediamannya Cepogo Boyolali. LPK by Andini diharapkan bisa membantu bagi siswa yang berkeinginan untuk berwirausaha, bekerja di dunia usaha ataupun sebagai menambahkan ilmu. Di dalam pelatihan ini siswa dibekali sesuai dengan antara lain : menjahit, tata busana, yang siap kerja dimana akan diberikan sertifikat pelatihan dari LPK by Andini. Sertifikat ini digunakan sebagai bukti siswa yang telah mampu menerima pelatihan selama beberapa bulan.

Masyarakat yang telah lulus SMS/SMK yang berkeinginan untuk bekerja langsung di perusahaan garmen, biasanya akan mencari pelatihan secara singkat sekitar 3 sampai 6 bulan. Pelatihan ini bertujuan sebagai modal utama agar mengetahui kondisi dilapangan ketika di tempat kerja. Misalkan mengetahui bagaimana cara menjahit kerah, bagaimana cara memberikan kancing baju, bagaimana cara menggunakan mesin jahit, mesin obras yang terbaru atau pembuatan baju pengantin, seragam dan lain sebagainya.

Sebagian orang Cepogo telah mengenal keberadaan LPK by Andini di Cepogo. Masyarakat yang remaja khususnya berkeinginan untuk bekerja akan mengikuti pelatihan

tersebut. Dengan biaya yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan dari siswa masing-masing. Ada siswa yang sudah mempunyai bekal merias, berkeinginan untuk belajar menjahit membuat baju pengantin, domas yang akan digunakan ketika melayani pernikahan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam sebuah perusahaan atau bisnis perdagangan yang dilakukan untuk meningkatkan usahanya dan juga menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang dijalannya, selain itu pemasaran merupakan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa, sehingga tercipta hubungan pelanggan yang menghasilkan penjualan.

Strategi pemasaran menurut Kurniawan (2020), yaitu logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.

Menurut (Rizky dan Rahma Wahdiniwati, 2019:125) bahwa pemasaran online atau melalui internet memungkinkan upaya untuk melakukan praktik swalayan. Ini berarti bahwa bisnis dapat memberikan layanan kepada pelanggan tanpa memerlukan sumber daya manusia, mengurangi fasilitas dan layanan melalui telepon. Hanya dengan menghubungkan komputer atau gadget dengan internet, dapat diakses dan dihubungkan ke internet sehingga dapat menjual produk dan layanan atau jasa dengan baik. Pembeli dapat memesan produk atau layanan dan melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu dengan pelanggan potensial.

Melihat dari kondisi sekitar Cepogo yang sebagian besar remaja berkeinginan untuk bekerja cepat khususnya berwirausaha. LPK by Andini mengambil peluang yang menjanjikan bagi masyarakat Sekitar Cepogo.

Tujuan Pengabdian

Untuk memberikan sosialisasi tentang penerapan Strategi Pemasaran Secara Online hasil menjahit pada LPK by Andini Cepogo Boyolali

Rumusan Permasalahan

Kurangnya pengetahuan tentang Strategi Pemasaran Secara Online hasil menjahit pada LPK by Andini Cepogo Boyolali

Manfaat Pengabdian

Diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk lebih aktif dan kreatif dalam menumbuhkan jiwa wirausaha pada setiap masyarakat sekitar Cepogo Boyolali terutama pada siswa LPK by Andini Cepogo Boyolali.

METODE PELAKSANAAN

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat antara Tim PKM Universitas Boyolali dengan LPK by Andini Cepogo Boyolali adalah dengan pendekatan metode PRA (*Participatory Rural Appraisal*). Melalui metode PRA program pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat menjadikan masyarakat tersebut sebagai pelaksana dan perencana langsung bukan hanya sebagai objek kegiatan).

1. Kegiatan Pra Proposal

Kegiatan yang sudah dilaksanakan

2. Fasilitas Kemitraan

Kegiatan ini dilakukan dengan diskusi antara perguruan tinggi, pengurus LPK by Andini, untuk menyamakan persepsi dan mensosialisasikan rencana kegiatan.

3. Pengawasan Pemasaran

Kegiatan ini direncanakan siswa LPK by Andini bisa mengemas produk yang dihasilkan dengan baik

4. Pelatihan Manajemen dan Penerapan Inovasi Produk dan Teknologi

Rencana Materi yang disampaikan antara lain: Pelatihan strategi manajemen pemasaran secara online

Waktu dan Tempat

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan di rumah pemilik LPK by Andini kecamatan Cepogo

Alat dan Bahan

Dalam penyampaian materinya dibuat dalam bentuk file powerpoint.

Cara Kerja

Tahapan Langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah:

- a. Berkoordinasi dengan pemilik LPK by Andini Cepogo
- b. Berkoordinasi dengan pemilik LPK by Andini untuk menentukan materi penyuluhan yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat
- c. Membuat undangan untuk siswa LPK by Andini dan masyarakat sekitar.
- d. Menyiapkan alat dan bahan materi
- e. Pelaksanaan kegiatan dengan menyiapkan daftar kehadiran, peralatan presentasi, dokumentasi dan konsumsi.
- f. Menyusun laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan persiapan awal yang melibatkan semua anggota tim dan tenaga lapangan. Hal ini berguna untuk merumuskan konsep dan teknis kegiatan, sehingga pada pelaksanaan kegiatan pelatihan strategi pemasaran secara online hasil menjahit pada LPK by Andini Cepogo Boyolali. Pelaksanaan PKM persiapan dilakukan pada tanggal 5 Februari 2023. PKM ini berjalan dengan baik dan seluruh anggota tim mampu menyamakan persepsi dan dapat diambil langkah strategis untuk pelaksanaan pelatihannya. Zaman sekarang, internet menawarkan para pebisnis UKM berbagai peluang dalam melancarkan usaha pemasarannya. Hal ini juga diikuti oleh semakin banyaknya konsumen yang berselancar secara online untuk mencari produk dan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan. Pemasaran online sebenarnya tidak jauh berbeda dengan definisi pemasaran offline hanya saja tempat pemasarannya saja yang berbeda akan tetapi yang lebih membedakan antara kedua proses pemasaran ini adalah pada strateginya dan Toolsnya saja, namun demikian ada pemasaran online akan masuk juga dalam proses pemasaran offline.

Menurut Kotler (2001, p256) pemasaran online adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik. Jasa online komersial adalah jasa yang menawarkan jasa informasi dan pemasaran online kepada pelanggan yang membayar iuran bulanan. Pengguna media sosial adalah komunitas yang paling relevan bagi pemasar. Melalui komunitas ini, pemasar dapat mengidentifikasi selera konsumen dan objek apa yang diminati. Hal tersebut sangat penting dalam membantu menciptakan segmentasi pasar, strategi penargetan dan penentuan posisi. Pemasar dapat memperoleh informasi berharga mengenai profil anggota masyarakat dan dari laporan berita yang diposkan oleh pengguna di dinding dan halaman mereka. Informasi ini kemudian bisa digunakan untuk keperluan pemasaran langsung kepada akun mereka

Berikut merupakan kegiatan yang telah dilakukan kepada mitra tersebut. Membuat pelatihan tentang strategi pemasaran produk melalui media online Untuk dapat

meningkatkan daya saing serta nilai tambah dari barang, dilakukan pelatihan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dari kelompok Mitra. Pelatihan manajemen pemasaran ini, bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman kepada mitra tentang upaya pemasaran melalui promosi dan distribusi produk. Pelatihan ini diikuti oleh mitra dengan peserta sebanyak 10 orang. Dilakukan dengan durasi masing-masing 2 jam (120 menit). Dalam pelatihan ini semua peserta diberikan bekal tentang pemasaran produk secara online yaitu dengan media sosial. Kondisi peserta memang menunjukkan bahwa mereka belum sadar akan pentingnya media online dalam kegiatan usaha, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membuat mereka memahami pentingnya pemasaran online. Diskusi berjalan cukup panjang dan hangat. Materi media online disampaikan oleh beberapa pemateri dari dosen Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali. Unna Ria Safitri sebagai pemateri pertama menjelaskan strategi pemasaran yang paling mudah dilakukan yaitu pemasaran melalui media online. HP menjadi sarana utama untuk memasarkan produk menjahit di LPK by Andini Cepogo. Misalkan melalui grup wa, IG, face book, tokopedia, shooppy dan lain sebagainya. Produk yang akan dipasarkan juga tidak kalah penting, siswa LPK by Andini dari berbagai minat salah satunya yaitu membuat baju domas karena ingin merancang dan membuat pakaian sendiri adalah keinginan dari banyak orang. Mereka berharap memiliki pakaian yang di idamkan dengan desain rancangan yang sesuai harapan. Di LPK by Andini banyak teknik cara membuat pakaian, dari proses merancang, mengukur, memotong pola/kain, proses menjahit dan finishingnya. Begitu produk jadi maka akan dipasarkan secara online menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan penjualan. Pelatihan berjalan lancar sesuai dengan harapan. Pemahaman mengenai pentingnya media online bagi LPK by Andini Cepogo sudah dapat dipahami oleh para peserta, tentunya belum secara penuh dipahami oleh peserta pada tahap ini. Sehingga peserta diharapkan dapat membuat media online yang dapat digunakan untuk menjual hasil produksinya.

Pemateri selanjutnya disampaikan oleh Dekan Alen Kistiani Hegy Suryana dan beberapa dosen Fakultas Ekonomi pentingnya pemasaran produk hasil dari menjahit agar lebih dikenal masyarakat utamanya diluar Cepogo. Dengan pemasaran online ini diharapkan akan meningkatkan permintaan akan produk hasil menjahit. Tidak hanya itu dengan pemasaran luas akan menambah pendapatan dan laba yang didapat. Diharapkan dengan selesainya pelatihan ini sangat bermanfaat bagi siswa LPK by Andini Cepogo.

DOKUMEN KEGIATAN

Pada bagian ini ditampilkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat(PkM) yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Boyolali pada 5 Februari 2023 di LPK by Andini



Gambar 1 : Narasumber menyampaikan materi



Gambar 2 : tanya jawab



Gambar 3 : pemberian suvenir



Gambar 4 : Foto Bersama

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat dapat diambil kesimpulan antara lain :

1. Peran penjualan online sangat penting bagi LPK by Andini, karena selama ini LPK by Andini belum memanfaatkan strategi pemasaran yang tepat yaitu melalui media online dalam menjual produk-produknya.
2. Produk menjahit dari siswa dipasarkan melalui beberapa aplikasi online

3. Dari hasil kegiatan tersebut siswa LPK by Andini Cepogo sangat antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut dari awal sampai selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Ardianti, Asri N. & Widiartanto. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplase Shopee*. Electronic Jurnal Undip.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, Berto M. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. Jurnal Teknik ITS. Vol. 5. No. 2.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Zuhrotun Nisak. (2013). *Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif*. Jurnal Ekobis Vo.9 No.2
- Azizah, F. N., Puspakaritas, F. N., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee*. Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik, 1(1), 56–67
- Eka, R. (2018). *Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen*. Daily Social, 1. <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher
- Hossain, A., & Khan, M. Y. H. (2018). *Green marketing mix effect on consumers buying decisions in Bangladesh*. *Marketing and Management of Innovations*, 4(4), 298–306. <https://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-25>
- Mengungkap Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia, (2018). <https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-diindonesia>
- Hanifa, F. H. (2018). *Berbagai Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Fashion (Studi Pada Konsumen ECommerce C2C Sophee)*. Ikraith-Humaniora, 2(2), 54–60
- E. Mahanani, “Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” J-CEKI J. Cendekia Ilm., vol. 1, no. 2, pp. 65–72, 2022
- E. Tokopedia, “Strategi Dalam Memasarkan Produk Pakaian Melalui E-Commerce Tokopedia,” 2021