

Pelatihan Dalam Memasarkan Produk Umkm Lokal Secara Online Di Kota Medan

Roberto Roy Purba¹, Mery Lani Purba^{2*}

^{1, 2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara
Indonesia, Indonesia

Email : robertoroypurba@gmail.com

Abstrak

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan agar para pelaku UMKM di Kota Medan memahami dan mempraktekkan pemasaran online dari makanan olahan yang mereka hasilkan untuk meningkatkan pengetahuan, Pengalaman, dan pemahaman tentang pemasaran online. Pelatihan pemasaran online ini diikuti oleh 12 peserta yang terdiri dari pemangku kepentingan UMKM dan orang lain yang tertarik dengan pemasaran online. Pelatihan dilakukan melalui sosialisasi tentang pemasaran online khususnya melalui media sosial, dilanjutkan dengan penelitian dan praktik pemasaran online di media sosial. Hasilnya, peserta UMKM lokal memiliki akun profesional dan mulai memposting konten untuk mempromosikan dan menjual produk UMKM mereka.

Kata kunci: *Pemasaran Online, Produk Olahan Pangan, Sosial Media*

Abstract

This activity was carried out with the aim that MSME actors in Medan City understand and practice online marketing of the processed food they produce to increase knowledge. Experience, and understanding of online marketing. This online marketing training was attended by 12 participants consisting of MSME stakeholders and other people interested in online marketing. The training is carried out through outreach about online marketing, especially through social media, followed by research and online marketing practices on social media. As a result, local MSME participants have professional accounts and start posting content to promote and sell their MSME products.

Keywords: Online Marketing, Processed Food Products, Social Media

PENDAHULUAN

Saat pandemi COVID-19 merebak, banyak masyarakat di Kota Medan ini yang menderita. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai cara dan upaya dalam menangani dan mencegah penyebaran COVID-19. Untuk membantu masyarakat, pemerintah menyalurkan Bantuan Langsung Tunai (BLT) dari Dana Desa (DD) (Suhendra, 2020). Penyaluran BLT tentu saja tidak serta merta menyelesaikan masalah keuangan masyarakat. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Medan dalam menjalankan usahanya merupakan permasalahan klasik, namun seiring dengan pertumbuhan ekonomi permasalahan klasik ini berubah menjadi permasalahan yang pelik yang harus ditemukan pemecahan jalan keluarnya. Selain itu cara pemasaran produk yang masih sangat konvensional dirasa sudah tidak tepat sasaran sehingga untuk mengenalkan produk kepada konsumen baru sangat sulit. Menghadapi permasalahan tersebut, diperlukan pelatihan serta pendampingan pemasaran daring yang efektif untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam mengambil

kebijakan aktifitas ekonomi usaha. Sehingga melalui pelatihan ini para pelaku UMKM di Kota Medan diharapkan akan dapat mempromosikan produknya secara online agar dapat meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha UMKM dalam mengelola usahanya sehingga mampu berkontribusi bagi perekonomian wilayah dan negara serta mensejahterakan masyarakat serta menjadi andalan pemerintah sebagai kontributor utama dalam pendapatan domestik bruto. Pemasaran online selama ini hanya dilakukan melalui WhatsApp pribadi dan belum dilakukan secara konsisten. Oleh karena itu, diharapkan kegiatan ini berupa pelatihan pemasaran online produk UMKM lokal di Kota Medan menjadi solusi alternatif untuk membantu kelompok sasaran memasarkan produk UMKM agar lebih maju. meningkatkan standar hidup mereka.

ANALISIS SITUASIONAL

Makanan olahan UMKM di Kota Medan belum banyak dipasarkan dan masih diproduksi secara tradisional. Selain itu, pemanfaatan e-commerce dan marketplace oleh UMKM di wilayah Kota Medan belum optimal karena UMKM tersebut memiliki keterbatasan pengetahuan dalam menggunakan internet untuk mengiklankan barang dan jasa.

METODE PELAKSANAAN

Metode implementasi dalam pengabdian ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap awal, tahap inti dan tahap akhir. Tahap awal operasi ini awalnya terdiri dari tiga komponen:

1. Observasi dan survei lapangan;
2. Integritas administrasi; dan
3. Merencanakan kegiatan inti dan menyiapkan materi pelatihan

Kegiatan observasi dan pemetaan lapangan dilakukan dalam penyusunan proposal kegiatan masyarakat. Kegiatan observasi dan penelitian di lapangan dilakukan untuk mendapatkan informasi yang menyeluruh dan komprehensif tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kota Medan dan mencari solusi yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang tepat.

Pada tahapan kedua, yaitu Tahap inti, kegiatan yang dilakukan berfokus pada bakti sosial yaitu dukungan dan pembinaan UKM Kota Medan melalui rangkaian pelatihan. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi misalnya :

a) Transmisi informasi tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pemasaran; b) sosialisasi dan urgensi pemasaran yang didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi; (c) implementasi aplikasi yang melayani pemasaran (Instagram); d) Penelitian tentang aplikasi pemasaran dan penerapannya dalam kegiatan pemasaran.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kota Medan Berbasis Interdisipliner di dilaksanakan pada 17 – 20 November 2021. Adapun jadwal pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Kota Medan secara rinci dapat terlihat dalam tabel di bawah ini.

Jadwal Pelaksanaan PKM Pemasaran Online Produk UMKM Lokal di Kota Medan

No.	Waktu	Kegiatan	Keterangan
1.	Kamis, 17 November 2021		
	06.30-09.30	Perjalanan Menuju lokasi	Panitia dan Dosen Peserta PkM
	09.30-11.00	Pembukaan	Camat Medan Petisah dan Peserta PkM
	11.00-12.00	Perjalanan Menuju lokasi	Supervisor PkM dan Dosen Peserta PkM
	12.00-13.00	ISHOMA	
	13.00-16.00	Koordinasi dan Penjelasan Teknis Pelaksanaan PkM	Dosen Peserta PkM dan perwakilan pelaku UMKM
2.	Jumat, 18 November 2021		
	09.00-09.30	Perkenalan dengan Pelaku UMKM dan Peserta Pelatihan lainnya	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
	09.30-10.30	<i>Knowledge Sharing</i> Penggunaan TIK dalam Pemasaran	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
	10.30-12.00	Sosialisasi Urgensi Pemasaran <i>Online</i>	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
	12.00-13.30	ISHOMA	
	13.30-14.00	Pengenalan sosial media untuk Pemasaran <i>Online</i>	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
	14.00-16.00	Pembuatan Akun sosial media profesional	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
3.	Sabtu, 19 November 2021		
	09.00-10.30	Eksplorasi Fitur-fitur sosial media untuk Pemasaran <i>Online</i>	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
	10.30-12.00	Praktik Pemasaran Produk melalui sosial media	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM
	12.00-13.30	ISHOMA	
	13.30-16.00	Praktik Pemasaran Produk melalui sosial medan (Lanjutan)	Dosen Peserta PkM dan Pelaku UMKM

4.	Sabtu, 20 November 2021		
	09.00-10.00	Penutupan Kegiatan PkM	Aparat Desa, Dosen Peserta PkM, dan Masyarakat

PEMBAHASAN

Makanan olahan lainnya di Kota Medan antara lain aneka keripik singkong, ubi jalar, talas, opak dan rengginang. Pemasaran aneka keripik masih tradisional. Pesanan datang dari luar kota, kemudian akan menjualnya kembali di daerahnya masing-masing. UMKM di Kota Medan tergambar jelas bahwa pemasaran masih dilakukan secara konvensional walaupun untuk kue kering sudah mulai dipasarkan melalui WhatsApp namun masih terbatas pemasaran ke kalangan kerabat dekat saja. Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, dalam upaya membantu pelaku UMKM di Kota Medan dalam pemasaran online produk mereka, penulis melakukan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Mengenalkan cara pembuatan foto dengan mini studio sederhana; dan
- b. Memberikan informasi tambahan tentang pengurusan Nomor Izin Berusaha (NIB) bagi UMKM

Hasil pelatihan ini juga berupa adanya akun sosmed profesional yang dapat di manfaatkan oleh pelaku UMKM untuk melakukan promosi dan penjualan online hasil produk olahan pangan yang mereka hasilkan.

Berikut adalah rangkaian Kegiatan Pelatihan Pemasaran Online Produk UMKM Lokal Di Kota Medan



SIMPULAN

Pemasaran makanan olahan UMKM di wilayah Kota Medan masih dilakukan secara tradisional karena masih sedikitnya informasi tentang pemasaran secara online. Namun, dengan pelatihan tersebut, pemahamannya tentang pentingnya internet marketing berkembang.

Selain itu, juga dilakukan penelitian ulang dalam pemasaran online yang didukung dengan penggunaan akun Instagram profesional dan mengisinya dengan konten produk UMKM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami dari tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada sejawaran aparat pejabat di Kota Medan yang telah mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan PKM sebagai salah satu Tridarma di Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. A., & Zahid, Z. (2014). Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in terms of Purchase Intentions. *ASIAN JOURNAL OF MANAGEMENT RESEARCH*, 533-549.
- Anizir, Wahyudin, Subandi, Kautsar, A., & Deviyantoro. (2022). Pelatihan Model Pemasaran Online Untuk Wirausaha Tape Di Desa Sukaraja Kecamatan Cikeusal, Serang. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5 (2), 167-172. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v5i02.5038>
- Carvill, M. (2018). *Get Social: Social Media Strategy & Tactics for Leaders*. New York: Kogan Page.
- Dianawati, A. (2007). *6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan*. Jakarta: Media Kita.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Philadelphia: Kogan Page.
- Neti, S. (2011). Social Media and Its Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business System*, 1-15.
- Suhendar, D. (2020). Enam Desa di Kec. Serangpanjang, Subang Mulai Salurkan BLT DD. <https://www.dara.co.id/enam-desa-di-kec-sarangpanjang-subang-mulai-disalurkan-blt-dd.html>
- Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.