



PELATIHAN PROMOSI ONLINE UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN PEMASARAN PRODUK KUE BANJAR JOMBANG

¹⁾ Shanti Nugroho Sulistyowati, ²⁾ Fahimul Amri

^{1,2)}Program Studi Pendidikan Ekonomi

STKIP PGRI Jombang

Jalan Pattimura III/20 Jombang

*Email: shantinugroho@yahoo.com

Abstrak

Di era industri 4.0, daya saing bisnis tidak dapat dihindari. Meningkatnya penggunaan internet oleh publik dan bisnis merupakan ciri khas Revolusi Industri 4.0. Keadaan ini mendorong berbagai inovasi dan kemajuan teknis mutakhir untuk mempercepat prosedur komersial di berbagai industri. Misi Indonesia untuk menjadi negara keempat terbesar pada tahun 2024 berdampak pada banyaknya industri berlomba dan berupaya untuk meningkatkan diri [1], persiapan disegala aspek dibutuhkan untuk dapat mencapai misi tersebut seperti produk berkualitas, SDM unggul dan berkarakter, pekerja dan modal, Usaha Kue Banjar milik Ibu Machmudah adalah usaha yang bergerak di bidang makanan ringan, yang mengolah resep bahan adonan menjadi kue banjar, berdiri sejak tahun 1990an dalam perjalanannya usaha kue Banjar Milik Ibu Macmudah mengalami pasang surut, ditengah persaingan usaha sejenis, untuk mengatasi permasalahan tersebut dan usaha tetap bertahan di tengah kondisi pandemi Covid-19, Pengabdian dan tim melaksanakan kegiatan pelatihan promosi online untuk Meningkatkan Pengetahuan Pemasaran Produk Kue Banjar agar tetap bertahan dimasa masa sulit kondisi pandemi covid-19 seperti saat ini. Metode pelaksanaan pengabdian yang akan digunakan pelaksanaan pengabdian ini adalah dengan melaksanakan; a. wawancara, b. ceramah, c. tanya jawab. Kegiatan tanya jawab untuk mengetahui pemahaman mitra terkait materi promosi Online, praktek dan aplikasinya. Hasil kegiatan pengabdian ini diketahui bahwa ada peningkatan pengetahuan mitra terkait pengetahuan pemasaran produk kue banjar melalui pelatihan pemasaran online.

Kata Kunci : *Pelatihan, Promosi, Online.*

1. PENDAHULUAN.

Di era industri 4.0, daya saing bisnis tidak dapat dihindari. Meningkatnya penggunaan internet oleh publik dan bisnis merupakan ciri khas Revolusi Industri 4.0. Keadaan ini mendorong berbagai inovasi dan kemajuan teknis mutakhir untuk mempercepat prosedur komersial di berbagai industri. Misi Indonesia untuk menjadi negara keempat terbesar pada tahun 2024 berdampak pada banyaknya industri berlomba dan berupaya untuk meningkatkan diri [1]. Upaya peningkatan tersebut dapat dilakukan industri dengan memperbaiki kualitas produk yang dihasilkan, selalu melakukan inovasi dan kreatifitas serta dapat menerapkan manajemen usaha dengan baik. Pemilik usaha saling berlomba untuk dapat dikenal masyarakat sehingga dapat mencapai keuntungan yang maksimal, upaya untuk memperkenalkan produk dilakukan dengan cara promosi, tidak dapat di pungkiri promosi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah produk. Promosi adalah suatu cara komunikasi yang bertujuan untuk menjelaskan, mempengaruhi, membujuk, atau memperluas pasar sasaran suatu usaha dan barang-barangnya agar konsumen mau menerima, membeli, dan tetap loyal terhadap barang-barang perusahaan tersebut [2], sejalan dengan pengertian yang diungkapkan sebelumnya Gitosudarmo [3] mengatakan bahwa promosi adalah strategi yang digunakan untuk membujuk klien potensial untuk mempelajari tentang hal-hal yang ditawarkan bisnis kepada mereka sehingga mereka akan senang dan bersedia membeli produk tersebut. Berdasarkan informasi tersebut dapat diketahui bahwa pentingnya melakukan kegiatan promosi bagi sebuah usaha dalam rangka memperkenalkan produk usahanya kepada masyarakat sehingga produk hasil

usahanya dapat di terima, dan dibeli. Tujuan Promosi [4], antara lain; 1) Memberikan informasi produk; produsen dapat memberikan informasi terkait jenis, bahan baku, harga, kualitas produk yang dijual; 2) Menjangkau konsumen lebih banyak; dengan adanya promosi, produk yang kita jual dapat diketahui orang banyak sehingga harapan untuk mendapat konsumen lebih banyak dapat terwujud; 3) Mendatangkan pembeli; dengan melaksanakan promosi produk, pembeli akan mengetahui produk yang ditawarkan dan apabila tertarik akan datang untuk membeli produk yang dijual; 4) Membangun *Brand Awareness*; produk yang dijual akan lebih mudah dikenali, karena kegiatan yang dilakukan adalah membangun pengetahuan pembeli terhadap nama maupun simbol yang dikaitkan dengan perusahaan serta produk, sehingga lebih mudah dikenali. 5) Edukasi Konsumen; Promosi memiliki peran untuk memberi pengetahuan terkait manfaat produk yang dijual. Usaha mitra saat ini melakukan promosi hanya melalui mulut ke mulut (*Word Of Mouth*), proses pembuatan kue banjar yang rumit menyebabkan sedikit orang yang mempunyai usaha ini bahkan hampir punah sehingga keberadaan usaha ini perlu dilestarikan. Promosi untuk mendapatkan jangkauan pasar lebih luas sangat diperlukan agar usaha Kue Banjar ini tidak punah, lebih dikenal masyarakat, ditambah lagi dengan kondisi pandemi Covid-19 yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan termasuk usaha Kue Banjar yang dijalankan oleh Ibu Machmudah. Pemasaran lebih luas untuk mendapatkan jangkauan pasar yang luas juga sangat diperlukan usaha Kue Banjar sehingga dapat bersaing dan berlomba untuk mewujudkan misi menjadi negara terbesar ke empat di tahun 2024, promosi untuk mencapai jangkauan pasar yang luas harus tetap mempertimbangkan biaya promosi, biaya promosi yang dulu terkesan mahal hal tersebut tidak lagi terjadi saat ini, namun tidak semua orang memahami terkait pemasaran online maka perlu dilakukan pelatihan yang difokuskan pada pelatihan promosi online dengan harapan dapat meningkatkan pengetahuan pemasaran produk kue Banjar. Menurut Siagian [5] Pelatihan digambarkan sebagai metode konseptual menerapkan pendekatan dan prosedur tertentu untuk mengajar dan belajar dengan tujuan meningkatkan seseorang atau sekelompok orang keterampilan dan kemampuan kerja.. Hasil kegiatan pelatihan yang sebelumnya sudah pernah dilakukan menyebutkan bahwa terdapat pengetahuan mitra terhadap pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi untuk membantu pemasaran produk yang dihasilkan [6]. Hasil pelatihan lain juga menyebutkan bahwa pelaksanaan kegiatan pendampingan pemasaran online tanaman hias dengan perbaikan promosi melalui teknik fotografi sederhana mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan kamera HP untuk menghasilkan gambar yang menarik dalam promosi penjualan produk tanaman hias [7]. Berdasarkan pemaparan tersebut maka Tim Pengabdian bertujuan untuk mengadakan kegiatan Pelatihan Promosi Online Untuk Meningkatkan Pengetahuan Pemasaran Produk Kue Banjar.

2. METODE.

Rancangan pengabdian dimulai dari kegiatan observasi selanjutnya, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi. Kegiatan Observasi dilakukan tim pengabdian untuk mengetahui permasalahan mitra yaitu usaha Kue Banjar Ibu Machmudah, dari informasi yang diperoleh disebutkan bahwa Kue banjar yang merupakan peninggalan leluhur ini memang bisa dikatakan hampir punah, karena sampai saat ini di Desa Podoroto, Keluarga Mak Kimah adalah salah satu pewaris resep tradisional kue ini, kue banjar dilanjutkan anak turunnnya yaitu Ibu Machmudah [8], Produksi kue banjar ini dapat dibilang cukup rumit, untuk mendapatkan hasil kue banjar yang berkualitas dengan citarasa tinggi, memiliki rasa yang unik, mendatangkan untung yang banyak, produk tahan lama, memerlukan bahan baku yang berkualitas, adonan dibuat dari subuh dan selesai proses pembuatan bisa sampai jam 3 sore, Kue banjar produksi Ibu Machmudah hanya berproduksi apabila ada pesanan saja, kemasan produk kurang menarik, tidak ada logo yang menunjukkan usaha milik Ibu Machmudah, kondisi seperti ini menyebabkan pemasaran produk kurang luas, produk tidak banyak dikenal masyarakat. Berdasarkan pemaparan tersebut maka Tim pengabdian berinisiatif untuk melaksanakan kegiatan pengabdian di Usaha produksi Kue Banjar, sebagai mitra terpilih adalah Ibu

Machmudah yang beralamat di Desa Podoroto, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Jombang, adapun kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan kegiatan Pelatihan Promosi Online untuk Meningkatkan pengetahuan Pemasaran Produk Kue Banjar. Penyuluhan dan pelatihan tentang penggunaan akun media sosial untuk promosi merupakan salah satu kegiatan pelatihan yang dilakukan. Penyuluhan diberikan sebagai landasan untuk menyebarkan pengetahuan tentang bagaimana media sosial berfungsi sebagai alat promosi. Pelatihan diberikan dengan cara tutorial membuat akun media sosial untuk bisnis dengan konten yang benar dan menarik; selanjutnya Melaksanakan evaluasi hasil pengabdian dengan memberikan *Post test*, untuk mengetahui respon terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

3.1. Realisasi & Pemecahan Masalah.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan pemasaran online yang dilakukan pada usaha mitra produk Kue Banjar Ibu Machmudah adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian Kegiatan

Waktu	Materi	Penyaji
26 Februari 2022	Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Online	Dr. Fahimul Amri, M.Pd
19 Maret 2022	Tata Cara pembuatan akun media sosial untuk bisnis dengan konten yang benar dan menarik	Shanti Nugroho Sulistyowati, S.Pd., M.Pd
23 April 2022	Evaluasi Pelaksanaan Pelatihan dengan memberikan <i>Post Test</i>	1. Dr. Fahimul Amri, M.Pd 2. Shanti Nugroho Sulistyowati, s.Pd., M.Pd

Penyampaian materi Media sosial Sebagai Sarana Promosi Online dilakukan dengan metode ceramah, selanjutnya materi praktik adalah praktik membuat akun media sosial untuk bisnis dengan konten yang benar dan menarik.



Gambar 1. Penyampaian Materi dan Praktek

Gambar 1, menunjukkan penyampain materi oleh tim pengabdian kepada mitra sekaligus mempraktekkan cara pembuatan akun soail media dengan konten yang benar dan menarik.

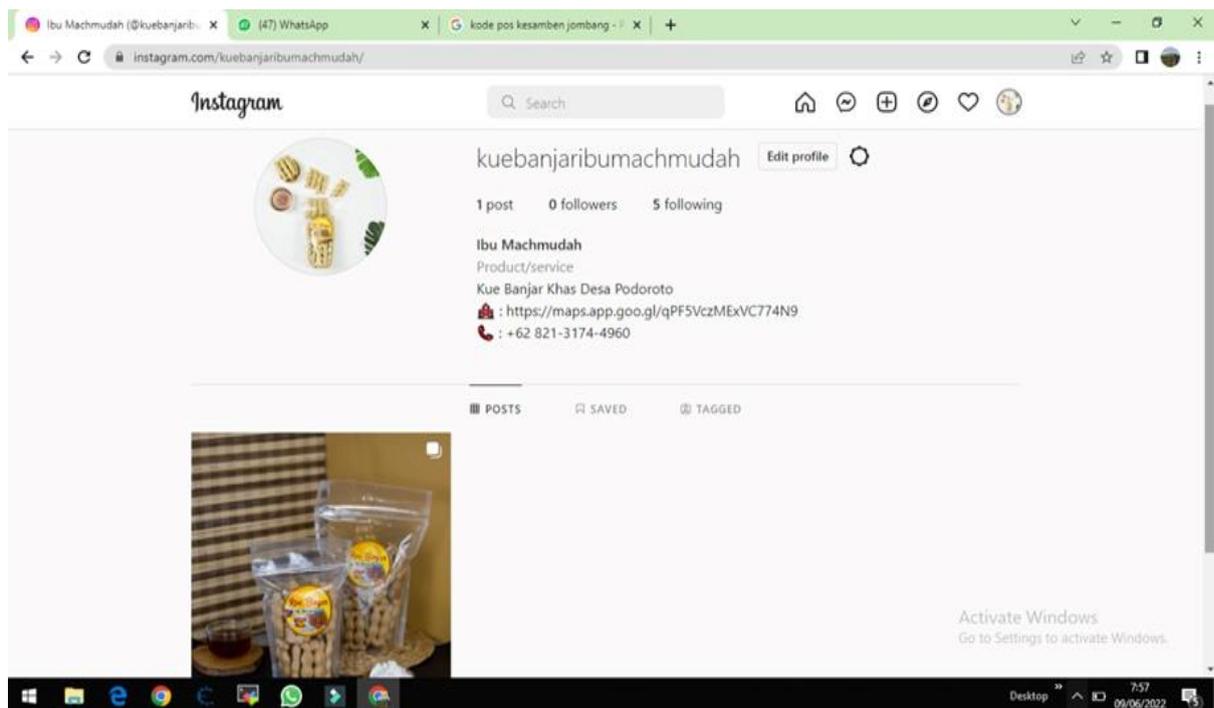


Gambar 2. Kemasan Produk Sebelum Pelatihan



Gambar 3. Kemasan Produk Sesudah Pelatihan

Gambar 2, Kemasan produk kue banjar sebelum pelaksanaan pelatihan promosi online, kue banjar masih dikemas dengan cara yang sederhana, toples minimalis dan *pouch* tanpa stiker logo produk. Kemasan ini masih kurang maksimal apabila untuk promosi online. Pada Gambar 3, kemasan Kue Banjar sudah lebih menarik dilengkapi dengan logo dan dilakukan foto produk agar menarik untuk mengisi konten promosi di social media.



Gambar 4 Tampilan Produk di Instagram

Tampilan produk kue banjar yang di promosikan melalui akun media sosial instagram. Pemilihan penggunaan aplikasi instagram agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat yang sudah familiar menggunakan instagram dan jangkauannya promosinya agar lebih luas. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menambahkan filter digital ke dalamnya, dan kemudian membaginya dengan berbagai layanan jejaring sosial, termasuk untuk pemilik Instagram itu sendiri. Instagram memiliki elemen pendukung seperti profil, pengikut, tagar, notifikasi push, dan kemampuan untuk terhubung ke jaringan. tag lokasi, media sosial tambahan, dan banyak lagi. Instagram memiliki lebih dari 100 juta pengguna di dunia dengan berbagai kepentingan seperti mengikuti tren,
 P-ISSN : 2715-9841

untuk sosialisai, sampai dengan melakukan aktivitas promosi bisnis [9].

Hasil kegiatan pelatihan promosi online dapat meningkatkan pengetahuan pemasaran produk Kue Banjar, hal tersebut di tunjukkan hasil kegiatan dengan rata2 jawaban skor angket pada jawaban sangat setuju, angket ini di sebarakan kepada Ibu Machmudah Materi; 1) Materi PkM dirancang untuk memenuhi kebutuhan Mitra dan Peserta. Mitra akan membutuhkan pemasaran secara online di masa pandemi Covid-19 karena selama ini hanya memasarkan kepada pelanggan yang berada di sekitar lokasi produksi.. 2) Mitra yakin bahwa materi yang ditawarkan jelas dan mudah dipahami, maka harus disampaikan secara luwes, dengan komunikasi yang jelas, dan dengan bahasa yang mudah dipahami. Pemateri, 1) Cara pemateri menyajikan materi PkM menarik, mitra menyebutkan bahwa selama proses kegiatan pelatihan materi disajikan dengan menarik, 2) Anggota PkM yang terlibat dalam kegiatan pengabdianmasyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan, hal ini dapat terjadi karena tim pengabdian sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian terlebih dahulu telah melakukan kegiatan observasi sehingga mengetahui kondisi mitra dan dapat memilih jenis pelatihan yang tepat. 3) Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukanditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota pengabdian yang terlibat, artinya bahwa tim pengabdian sebelum melaksanakan kegiatan terlebih dahulu sudah mempelajari materi dan mempersiapkan materi yang update sehingga dapat bermanfaat pada saat sekarang. Kegiatan, 1) Kegiatan PkM yang dilaksanakan sesuai harapan Mitra, kegiatan sesuai dengan harapan karena sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian tim pengabdian sudah berkoordinasi terkait permasalahan yang dialami mitra, waktu pelaksanaan kegiatan pelatihannya, serta materi yang ingin dipelajari mitra, 2) Waktu yang disediakan sesuai untuk penyampaian materi dan kegiatan PkM, waktu yang disediakan sudah bagus namun perlu ditambah agar hasilnya lebih maksimal, 3) Mitra berminat untuk mengikuti kegiatan PkM selama sesuai kebutuhan Mitra/peserta, 4) Kegiatan PkM dilakukan secara berkelanjutan, artinya mitra menginginkan bahwa kegiatan pengabdian tidak cukup hanya pada saat sekarang, tapi bisa berlanjut dan sesuai dengan kebutuhan mitra, 5) Mitra mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan PkMyang dilaksanakan, 6) Kegiatan PkM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra, 7) Secara Umum, mitra puas terhadap kegiatan PkM, 8) Survey Kepuasan Kegiatan PkM (Mitra/Peserta); dengan pelayanan yang bagus, kesiapan pamatei dalam menyampaikan materiKegiatan pelatihan sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kinerja mitra, bisa dalam bentuk keterampilan dan kemampuan, hal ini sesuai dengan pernyataan Siagian [5], pelatihan sebagai proses belajar mengajar dengan menggunakan teknik dan metode tertentu secara konsepsional dapat dikatakan bahwa latihan dimaksudkan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan kerja seseorang atau sekelompok orang, serta didukung pernyataan Carrel [5] antara lain; a) Memperbaiki kinerja;dengan adanya pelatihan kinerja, usaha mitra produk kue yang dijalankan dapat diperbaiki; b) Meningkatkan keterampilan; pelatihan yang diberikan tim pengabdian kepada mitra usaha kue Banjar yaitu Ibu Machmudah dan pengelola usaha dapat ditingkatkan keterampilannya sehingga lebih produktif; c. Menghindari keusangan manajerial; Pelatihan yang diberikan kepada mitra agar kondisi manajerial usaha Kue Banjar Ibu Machmudah selalu up to date; d) Memecahkan permasalahan; Pelatihan yang diberikan pada usaha mitra berupa pelatihan promosi online, hal tersebut untuk mengatasi permasalahan kurang dikenalnya usaha kue Banjar dan memperluas pemasaran; e) Orientasi karyawan baru;Pelatihan dapat menjadi sarana orientasi karyawan baru terhadap kegiatan yang akan dilakukan selama bekerja dalam sebuah tempat usaha; f) Pelatihan menjadi sebuah komponen yang saling melengkapi ; g) Pengembangan personal karyawan untuk memperbaiki kepuasan.

Kegiatan Pelatihan yang dilakukan pada Usaha Mitra adalah kegiatan pelatihan promosi online, banyak manfaat yang diperoleh dengan adanya kegiatan pelatihan ini, Promosi Online adalah Promosi online adalah proses kegiatan yang dilakukan oleh pihak (perusahaan) dalam menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan atau diiklankan melalui media online (internet), sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual [10]. Kelebihan Marketing Online antara lain [11], [12]; 1). Aksesnya luas; Kominfo menyebutkan tingginya akses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia sehingga mejadi peluang besar untuk memasarkan produk

secara online, 2). Jangkauan Luas; dengan jangkauan luas promosi menggunakan sosial media promosi online dapat melintasi batas geografis negara; 3). Biaya yang dikeluarkan lebih murah; Tidak banyak biaya yang dikeluarkan untuk promosi menggunakan media online, namun jangkauannya luas sehingga memudahkan dalam melakukan promosi bagi pelaku usaha; 4). Kemudahan terhubung dengan pelanggan; promosi dilakukan secara online sehingga promosi dapat dilakukan kapan saja, dan dapat melayani pelanggan kapan saja dan dimana saja; 5). mendapatkan umpan balik instan, *Marketing online* bisa menghemat waktu, cepat mendapatkan respon antara penjual dan pembeli dengan bantuan *chat online* 6). *available* 24 jam, promosi online dapat dilakukan 24 jam sehingga menghemat waktu dan cepat respon antara penjual dan pembeli.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan pada usaha kue banjar Ibu Macmudah diketahui bahwa ada peningkatan pengetahuan mitra terkait pengetahuan tentang tata cara pemasaran produk kue banjar melalui pelatihan promosi online..

SARAN

Saran dari kegiatan pelatihan ini adalah agar kedepan dapat dilakukan pada usaha-usaha yang lain agar dapat meningkatkan pemasaran produknya

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada lembaga STKIP PGRI Jombang yang telah memberikan dukungan secara material, serta Kepada Bu Machmudah selaku Pemilik Usaha Kue Banjar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] kppu.go.id, "Perkembangan Persaingan Usaha di Indonesia Menuju Industrialisasi 4.0," *kppu.go.id*, 2022. <https://kppu.go.id/blog/2021/03/perkembangan-persaingan-usaha-di-indonesia-menuju-industrialisasi-4-0/>
- [2] F. Tjiptono, *Strategy Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- [3] I. Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2. Yogyakarta: BPFE, 2021.
- [4] R. Indra, "Bisa Tingkatkan Penjualan, Ini 5 Alasan Pentingnya Promosi Dalam Dunia Bisnis," *www.lemonilo.com*, 2021. <https://www.lemonilo.com/blog/bisa-tingkatkan-penjualan-ini-5-alasan-pentingnya-promosi-dalam-dunia-bisnis>
- [5] S. Juliany, "Peranan Pelatihan Dan Pengembangan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pt Pos Indonesia (Persero) Palembang," Politeknik Negeri Sriwijaya, 2015. [Online]. Available: <http://eprints.polsri.ac.id/id/eprint/2395>
- [6] K. A. G. W. Putu Agus Eka Darma Udayana, Made Avendias Mahawan, "Pelatihan Pemasaran Melalui Media Online Pengrajin Waterfall Fountain Miniature Di Desa Getasan," *Widyabhakti J. Ilm. Pop.*, vol. 1, no. 2, pp. 52–58, 2019.
- [7] Suswadi, A. Prasetyo, Wiyono, T. Supriyadi, and E. Hartoyo, "Pendampingan Pemasaran Online Tanaman Hias Dengan Perbaikan Promosi Melalui Teknik Fotografi Sederhana," *GANESHA J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 02, pp. 44–49, 2021, doi: 10.36728/ganesha.v1i02.1451.
- [8] podoroto.desa.id, "Kue Banjar Desa Podoroto," *www.podoroto.desa.id*, 2018. <https://www.podoroto.desa.id/produk/kue-banjar-desa-podoroto/> (accessed Jul. 20, 2022).
- [9] Z. Khairani, E. Soviyant, and A. Aznuriyandi, "Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru," *J. Benefita*, vol. 3, no. 2, p. 239, 2018, doi: 10.22216/jbe.v3i2.2738.
- [10] A. Jamaludin, Z. Arifin, and K. Hidayat, "KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)," *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, vol. 21, no. 1, pp. 1–8, 2015.

-
- [11] A. Yuliani, "Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online," *www.kominfo.go.id*, 2017. https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media
- [12] *stiebp.ac.id*, "Marketing Online Punya Kelebihan dan Kelemahan," *www.stiebp.ac.id*, 2019. <https://stiebp.ac.id/marketing-online-punya-kelebihan-dan-kelemahan/> (accessed Jul. 12, 2022).