

# Pembimbingan Pemasaran Online Kelompok Usaha Telur Asin dan Pepes Ikan di Dusun Ngentak Turi

**Aji Winanta<sup>1</sup>, Rifki Febriansah<sup>2</sup>, Ramdhani Saifulloh<sup>3</sup>, Aldi Ihza Mahendra<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Bantul, Indonesia,

e-mail: <sup>1</sup>ajiwinnanta@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.54.964>

## Abstract

*Teknologi yang semakin berkembang membuat perilaku jual-beli produk di masyarakat juga berubah. Konsumen lebih menyukai membeli produk secara daring atau online melalui media internet. Kelebihan kegiatan jual-beli dengan menggunakan internet yaitu lebih mudah, cepat, serta dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa terikat ruang dan waktu. Model pemasaran dengan menggunakan internet atau online diprediksi akan menjadi sebuah nilai tambah bagi produk atau jasa di masa mendatang. Tujuan dari program KKN-PPM UMY adalah untuk meningkatkan kemampuan dari khalayak dusun mitra yaitu usaha telur asin dan pepes ikan di dusun Ngentak, Turi, Sleman, Yogyakarta dalam memasarkan secara online. Mitra secara teknis diajarkan bagaimana cara mendaftarkan profil bisnis di mesin pencari Google serta toko-toko online yang ada di Indonesia. Selain itu, mitra juga diajarkan bagaimana cara beriklan secara online. Hal ini diharapkan akan meningkatkan pendapatan mitra. Upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut antara lain adalah penyuluhan mengenai pemasaran daring (online marketing), mendaftarkan produk atau jasa yang ditawarkan ke mesin pencari Google dan toko online, serta penyuluhan mengenai model pemasaran secara online. Program hibah kemitraan KKN-PPM oleh LP3M UMY ini pada akhirnya dapat membantu meningkatkan kemampuan mitra dalam bidang pemasaran secara online, dan mengetahui cara melakukan promosi melalui internet atau online, sehingga dapat mengenalkan usaha mereka pada tingkat yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan.*

*Kata kunci: Dusun ngentak, pemasaran online, pepes ikan, telur asin*

## Abstract

*The increasingly developed technology makes the buying and selling behavior of products in the community also changes. Consumers prefer to buy products online or online through internet media. The advantages of buying and selling activities using the internet are that it is easier, faster, and can be accessed anytime and anywhere without being bound by space and time. Marketing models using the internet or online are predicted to be an added value for products or services in the future. The purpose of the UMY KKN-PPM program is to increase the ability of the partner hamlet audience, namely the salted egg and fish paste business in the hamlet of Ngentak, Turi, Sleman, Yogyakarta, in marketing online. Partners are technically taught how to register a business profile on the Google search engine and online shops in Indonesia. In addition, partners are also taught how to advertise online. This is expected to increase the partners' income. Efforts made to achieve these goals include counseling on online marketing (online marketing), registering products or services offered to Google search engines and online stores, as well as counseling on online marketing models. This KKN-PPM partnership grant program by LP3M UMY can ultimately help improve partners' ability in online marketing and know-how to do promotions via the internet or online to introduce their business to a broader level and increase their income.*

*Keyword: Dusun ngentak, online marketing, fish paste, salted egg*

## Pendahuluan

Marketing merupakan upaya dari seseorang untuk mendapatkan apa yang diinginkan oleh orang lain. Secara harfiah, marketing dapat diartikan sebagai upaya dari perusahaan mendapatkan keuntungan, kepuasan konsumen maupun loyalitas konsumen dengan cara memberikan apa yang diinginkan konsumen. Salah satu cara dalam melakukan pemasaran adalah melalui media digital. *Digital marketing* adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi secara *online* (Chakti, 2014). Pemasaran digital menguntungkan bisnis dari semua ukuran dengan memberikan akses ke pasar masal dengan harga yang terjangkau. Tidak seperti iklan TV atau cetak, ini memungkinkan pemasaran yang benar-benar pribadi. Keuntungan utama pemasaran digital adalah bahwa konsumen tertarget dapat dijangkau dengan cara yang hemat biaya dan terukur. (Kiang, Raghu, & Shang, 2000).

Dusun Ngentak merupakan sebuah dusun yang terletak di kelurahan Bangunkerto, Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dusun Ngentak terletak pada 7.649309 LS, dan 110.360540 LT. Sebelah utara bertasan dengan Dusun Dadapan, sebelah selatan bertasan dengan Dusun Tepan,

sebelah timur dengan Dusun Gading dan sebelah barat berbatasan dengan Dusun Bayemen. Luas wilayah Dusun Ngentak yaitu 35 hektar. Sebesar 60% dari wilayah di Dusun Ngentak merupakan persawahan, perkebunan salak, kolam ikan, dan budidaya tanaman. Topografi lahan berupa pegunungan relatif tinggi dan letaknya berdekatan dengan area pegunungan. Dusun Ngentak terdiri dari 1 RW dan 4 RT dengan jumlah warga  $\pm$  560 warga. Sebagian besar, masyarakat berprofesi sebagai petani salak karena memang di Dusun Ngentak terkenal dengan salak pondoh. Akan tetapi, sejak pandemi Covid-19 harga jual buah salak menurun drastis sehingga banyak petani yang merombak sawahnya. Warga mulai beralih ke beberapa usaha kecil untuk dapat menghidupi keluarganya. Salah satunya yaitu usaha pepes ikan dan telur asin. Akan tetapi, untuk market penjualan hanya disekitar dusun saja. Belum menjangkau ke khalayak luas sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan penjualan salah satunya melalui pemasaran *online*.

### Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan KKN PPM oleh Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam inisiasi pemasaran *online* kelompok usaha telur asin dan pepes ikan meliputi 3 tahap yaitu penyuluhan marketing *online*, *workshop* dan praktek pemasaran *online*, serta evaluasi pemasaran *online*.

Pertemuan ke-	Materi/Kegiatan	Lama pertemuan
1	Penyuluhan marketing <i>online</i>	3 jam
2	Mendaftarkan produk atau jasa yang ditawarkan ke mesin pencari Google dan toko <i>online</i>	6 jam
3	Praktik foto produk untuk katalog dan pemasaran	6 jam
4	Evaluasi	2 jam

Setelah dilaksanakan sosialisasi pemanfaatan media *online* sebagai media pemasaran produk bagi para anggota, maka tingkat keberhasilan penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat dari hasil evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, yakni sebagai berikut.

- a. **Evaluasi proses.** Tahap ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan dari program yang dibuat serta keterlibatan peserta atau khalayak sasaran antara strategis selama mengikuti kegiatan. Evaluasi tersebut dilakukan dari awal hingga akhir *workshop* pemanfaatan media *online* dengan melihat tanggapan peserta terhadap studi kasus yang diberikan. Praktik dapat diselesaikan dengan baik dan hanya beberapa yang belum bisa menguasai dengan baik.
- b. **Evaluasi hasil/produk.** Tahap ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat keberhasilan tujuan yang telah dirumuskan. Hal ini dapat dilihat dari respon (tanggapan) peserta terhadap sosialisasi pelatihan yang telah dilakukan dengan memberikan angket pada akhir kegiatan dan hasil *workshop* pengisian media *online* oleh peserta *workshop* (Winanta dan Ghozali, 2019).

## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian dengan skema KKN-PPM yang berjudul “Inisiasi Pemasaran *Online* Kelompok Usaha Pepes Nila dan Telur Asin Dusun Ngentak Turi” ini dilaksanakan selama bulan Januari-Februari. Pelaksanaan pengabdian diawali dengan survey kondisi mitra pengabdian. Survey dilakukan sebanyak 2 kali melalui wawancara langsung kepada mitra sasaran dan secara langsung mengikuti proses usaha yang dilakukan oleh mitra usaha. Setelah survey, tahapan yang dilakukan antara lain sebagai berikut.

### a. Penyuluhan *marketing online*

Penyuluhan *marketing online* bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dari mitra usaha terkait pemasaran secara *online*. Karena dimasa sekarang ini, pemasaran secara *online* merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan omzetnya. Kegiatan ini dilakukan secara *offline* dan dengan mematuhi protokol kesehatan. Penyuluhan diawali dengan pelaksanaan *pretest* untuk mengetahui pemahaman awal dari mitra terkait pemasaran *online*.



**Gambar 1.** Suasana Penyuluhan *Marketing Online*

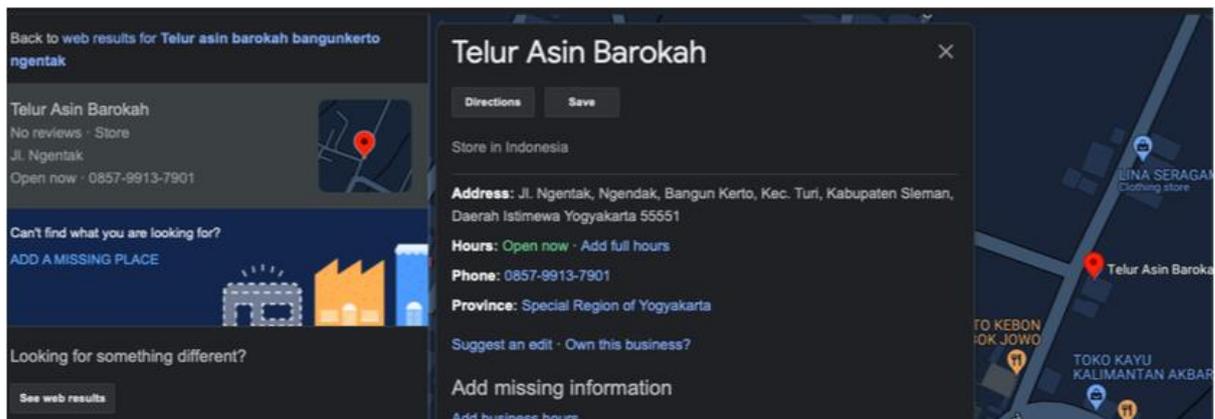
Para peserta sangat antusias dengan materi yang diberikan. Beberapa mitra pengabdian merasa belum familiar dengan pemasaran melalui *online* dan ada juga yang takut untuk melakukan pemasaran secara *online* dengan beberapa alasan. Di akhir penyuluhan, dilakukan *posttest* untuk melihat pemahaman dari penyuluhan yang diberikan. Hasil *pretest* dan *posttest* diketahui bahwa terjadi peningkatan nilai *posttest* dibandingkan *pretest* yang mengindikasikan bahwa ada peningkatan pemahaman dari mitra.

### b. Pendampingan mitra

Setelah dilakukan penyuluhan, tahapan selanjutnya yaitu dilakukan pendampingan terhadap mitra terkait pembuatan profil bisnis di mesin pencari Google serta toko-toko *online* yang ada di Indonesia dan membuat foto produk yang menarik. Pelaksanaannya menyesuaikan dengan jadwal produksi dari mitra usaha.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Foto Produk Telur Asin



Gambar 3. Profil Telur Asin Barokah di Mesin Pencari Google

Pada masa berikutnya, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilakukan untuk beberapa UMKM yang ada di Dusun Ngentak sehingga dapat memajukan perekonomian di Dusun Ngentak.

## Simpulan

Berdasarkan analisis kegiatan pengabdian, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dalam memanfaatkan media internet sehingga dapat mengenalkan usaha mereka pada tingkat yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan.
2. Pengabdian pada masyarakat ini bermanfaat untuk mitra dalam memasarkan produk

sehingga dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam memasarkan produk.

### **Ucapan Terima Kasih**

1. Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM UMY) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas kontrak penugasan program KKN-PPM semester ganjil 2021/2022.
2. Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Unit 183 semester ganjil 2021/2022 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Chakti, Gunawan, 2014, THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL, Celebes Media Perkasa
- [2] Kiang, M. Y., Raghu, T. ., & Shang, K. H.-M. (2000). Marketing on the Internet – who can benefit from an online marketing approach? *Decision Support Systems*, 27(4), 383–393. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(99\)00062-7](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(99)00062-7)
- [3] Winanta, A., & Ghozali, M. T. (2019). Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta. Seminar Nasional Abdimas II, 666–674.