

# LITERASI PEMASARAN ONLINE PADA ANGGOTA KELOMPOK USAHA BERSAMA GRAHA PERMAI DI KELURAHAN TUAH KARYA KECAMATAN TUAH MADANI

Hadiyati<sup>1</sup>, Fatkhurahman<sup>2</sup>, Arizal.N<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Lancang Kuning

\*Corresponding author

E-mail: [fatkhurrahman@unilak.ac.id](mailto:fatkhurrahman@unilak.ac.id) \*

## Article History:

Received: 12-1-2023

Revised: 20-1-2023

Accepted: 25-1-2023

**Abstract:** *Kurangnya pengetahuan dan pemahaman anggota KUB Graha Permai dalam memasarkan produk secara online yakni dengan memanfaatkan media sosial menyebabkan kalah saing penjualan yang dilakukan selama ini, hal ini karena kurangnya kemampuan memahami dan menggunakan media online dalam memasarkan produk. Tujuan diadakan pengabdian bagi masyarakat ini dimaksudkan agar anggota KUB Graha Permai mendapatkan pengetahuan dan pemahaman dan ketrampilan dalam meningkatkan penjualan melalui pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial. Target yang dicapai dalam pengabdian ini adalah kemampuan menggunakan media sosial dalam memasarkan produk. Metode yang digunakan adalah memberikan pelatihan pemilihan tempat usaha dalam meningkatkan pemasaran produk yang dihasilkan anggota KUB Graha Permai. Metode ceramah dan kunjungan ke tempat jasa transportasi yakni grab, evaluasi menggunakan pre test dan pos test akan memberikan penilaian yang lebih nyata kepada mitra akan keberhasilan kegiatan ini. Diharapkan mitra akan mengikuti penjelasan dengan sungguh-sungguh dan ditargetkan menghasilkan pengetahuan dan ketrampilan dalam memilih tempat usaha yang baik. Hasil pengabdian menunjukkan adanya perubahan pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi pemasaran online produk olahan makanan anggota KUBE Graha Permai.*

## Keywords:

*Tempat usaha, Penjualan, KUBE Graha Permai.*

## Pendahuluan

Kelompok usaha bersama (KUB) Graha Permai merupakan mitra binaan dosen FE Unilak dalam hal ini adalah tim pengabdian yang dilakukan selama ini. Kelompok ini terdiri dari 10 orang anggota yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang menjadi tulang punggung keluarga. Mereka memiliki usaha berjualan, aneka

produk jualan yang mereka jual antara lain produk makanan ringan, jajanan dan mereka sebagian besar membuat produknya sendiri serta menjualnya sendiri hal ini sudah berlangsung semenjak lama.

Kelompok usaha bersama Graha Permai merupakan kelompok usaha ibu-ibu rumah tangga sebagai tulang punggung keluarga, kesehariannya mereka memproduksi berbagai macam olahan makanan dan jajanan untuk dijual di masyarakat. Kelompok ini memiliki potensi usaha yang dibutuhkan oleh masyarakat. Namun seiring dengan perkembangan teknologi yang mana penjualan secara online sudah marak sedangkan mereka masih menjual secara manual atau tradisional dengan menjajakan produk mereka langsung ke masyarakat. Hal ini menyebabkan usaha mereka kalah saing dengan berjualan secara online yang bersinerji dengan jasa antar. Kurangnya pengetahuan mereka akan bagaimana memasarkan produk secara online oleh karena mereka adalah generasi X yang kurang familiar dengan teknologi atau media sosial. Solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan penjelasan mengenai arti pentingnya pemasaran online, dan juga mempraktekkan bagaimana langkah memasarkan produk secara online serta berkunjung ke jasa antar online yakni grab.

Menurut Solihin, D., dkk. (2021) E-commerce merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang berarti sistem transaksi dengan menggunakan media elektronik. ". E-commerce merupakan kegiatan melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. Selanjutnya menurut Nikmah, F. (2017) pemasaran online cocok bagi bisnis/usaha yang baru dirintis. Pasti hemat biaya, karena tidak harus mengadakan tempat/gerai untuk memajang produk/jasanya, dapat dikendalikan sendiri tanpa harus merekrut karyawan, waktu atau jam kerja yang tidak terbatas, serta memiliki jangkauan pasar yang luas, karena pemasaran online biasanya didukung dengan keberadaan website atau media sosial (facebook, instagram, WA, dan lain-lain). Fenomena ini memberi peluang bagi para kreatif muda untuk mencoba terjun di dunia bisnis. Misalnya mahasiswa, dengan menjalankan bisnis secara online, tidak mengganggu jadwal kuliah, untuk menyalurkan hobi, dan menambah uang saku

Menurut Kotler (2010) pemasaran online adalah segala usaha untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet atau jaringan www. Menurut Sulianta (2015) media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking). Kurniawati, dkk (2019) menjelaskan dalam konsep pemasaran. Untuk dapat meningkatkan hasil penjualan tentunya pelaku usaha harus pandai dalam memasarkan produknya dari mulai promosi sampai menjual produknya. Sejalan dengan teknologi informasi yang semakin berkembang pilihan usaha kecil menengah untuk go online sudah semakin

terbuka.

Juliaristanti, V., dkk (2020) juga menjelaskan karakteristik followers dan konten iklan menjadi bagian penting dalam pemasaran online dengan memperhatikan hal-hal yang terdiri dari Attention (perhatian), Interest (ketertarikan), Search (pencarian informasi), Action (tindakan), dan Share (membagikan informasi), digunakan sebagai dimensi untuk mengukur tingkat efektivitas sebuah iklan di instagram. Sedangkan menurut Zeeshan, M., & Saxena, K. (2019) dalam pemasaran di dunia maya, setidaknya ada 6 jenis strategi marketing yang banyak dilakukan oleh para pebisnis guna meraih konsumen, yaitu: Content Marketing, Mobile Marketing, Continuous Marketing, Integrated Digital Marketing, Visual Marketing, Personalized Marketing

Dari uraian di atas, dapat dijelaskan akan pentingnya media sosial dalam pemasaran online dengan memperhatikan beberapa hal antara lain: 1) konten; 2) perangkat; 3) jejaring; 4) integrasi; 5) visual; dan 6) personal. Berdasarkan analisis situasi yang telah dijelaskan di atas, menjadi alasan ketertarikan melakukan pengabdian dalam sebuah judul: “Literasi Pemasaran Online pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tuah Madani”.

## Metode

Dalam rangka pelaksanaan pengabdian pada masyarakat maka lokasi pengabdian kepada masyarakat yakni di KUBE Graha Permai Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tuah Madani Pekanbaru. Pengabdian ini ditujukan kepada anggota KUBE Graha Permai yang memiliki Produk Makanan.

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi: Survei lokasi; Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran; Penyusunan bahan/materi pengabdian. Tahapan dalam pelaksanaan pengabdian dilakukan mempersiapkan antara lain: Penjelasan arti pentingnya literasi pemasaran online dan cara memilih menggunakan aplikasi pemasaran online.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan yaitu: Metode ceramah: hal ini dipilih untuk memberikan penjelasan. Indikator keberhasilan pertama dari kehadiran, dari 6 anggota kelompok yang hadir atau lebih dari 60% yang hadir pada kegiatan ini. Hal ini menandakan antusiasnya mitra dalam menghadiri kegiatan pengabdian ini.

## Hasil

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilaksanakan pada tanggal 17 Januari 2023 lalu pada kelompok usaha bersama (KUBE) Graha Permai tentang “Literasi Pemasaran Online Pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai di Kelurahan

Tuah Karya Kecamatan Tuah Madani”, maka mengukur tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan dengan cara melakukan evaluasi 2 (dua) tahapan yaitu sebelum (pretes) dan sesudah (pos tes).

Dari evaluasi terhadap kehadiran peserta sebagian hadir berkumpul dan tim juga hanya mengundang 10 orang anggota KUBE Graha Permai, dari 10 undangan tersebut ternyata kehadiran mencapai 60% atau 6 orang yang hadir. Ini menunjukkan bahwa antusias peserta dalam mengikuti pengabdian masyarakat ini cukup baik dan mendapatkan respon yang positif dengan adanya diskusi atau tanya jawab dari peserta mengenai materi yang diberikan.

Kronologi pelaksanaan pengabdian yakni dengan sebelumnya memberikan penjelasan kepada anggota kelompok tentang arti pentingnya pemasaran online, sejauhmana pengetahuan anggota terhadap pemasaran online, manfaat yang akan diperoleh dan semangat anggota dalam menggunakan media online sebagai sarana pemasaran. Hal ini dijelaskan dan ditanggapi oleh peserta dalam rangka memilih lokasi usaha.

## Diskusi

Penjelasan yang diberikan berkenaan dengan upaya meningkatkan penjualan melalui pemasaran secara online dan dijelaskan pula pentingnya media online dimasa perubahan teknologi saat ini dan memotivasi anggota dalam menggunakan media online dengan melakukan demonstrasi penggunaan media online oleh tim. Dari hasil pengabdian yang dilakukan dengan menilai keberhasilan sebelum dan sesudah anggota kelompok mendapatkan materi tentang pemasaran melalui media online antara lain:

### 1. Pengetahuan Anggota Mengenai Adanya Aplikasi Berjualan Produk Melalui Online Atau Internet

Pertama yang dikenalkan kepada anggota kelompok adalah dengan menginformasikan adanya aplikasi berjualan produk melalui internet, yakni dengan perkembangan zaman dan perubahan yang begitu besar saat ini, masyarakat sudah sangat tergantung dengan internet, sehingga untuk berusaha perlu mendekati dengan masyarakat melalui internet. Selama ini anggota kelompok pada dasarnya sudah tahu namun masih ragu ragu dalam menggunakan internet dalam berjualan, berikut tanggapannya.

Tabel 1 Tanggapan Anggota pada Pengetahuan Mengenai Adanya Aplikasi Berjualan Produk Melalui Online Atau Internet

No	Jawaban	Berjualan melalui internet	
		Sebelum	Sesudah
1	Ya	12,5%	87,5%
2	Ragu-ragu	50,0%	12,5%
3	Kurang	37,5%	0,0%
	Skor	2,0	3,3

Sumber: Data Olahan, 2023

Tanggapan anggota kelompok terhadap informasi berjualan online melalui internet pada dasar mereka sudah mengetahui yakni sebanyak 12,5% dan yang kurang mengetahui mencapai 37,5%. Namun mereka masih ragu dalam menggunakan internet, karena mereka masih belum sepenuhnya mengetahui dampak baik dan buruknya serta manfaatnya. Setelah diberikan penyuluhan mereka yakin terhadap hal tersebut yakni mencapai 87,5%. Hal ini menunjukkan adalah perubahan yang signifikan, walaupun masih ada yang ragu, karena usia mereka yang dominan lebih dari 50 tahun sehingga masih gaptek dalam menggunakannya.

## 2. Pemahaman Anggota Mengenai Manfaat Yang Diperoleh dari Berjualan Secara Online Dalam Meningkatkan Omset Penjualan

Berkenaan dengan manfaat baik yang didapatkan dijelaskan tim, yakni dalam berbisnis, melalui internet kita akan dapat mengurangi biaya produksi yang sangat besar dan juga dapat melakukan penurunan harga akibat dari berbagai biaya yang dikeluarkannya. Berikut tanggapan anggota kelompok terhadap manfaat penggunaan teknologi internet dalam berusaha.

Tabel 5.2 Tanggapan Anggota pada Pemahaman Mengenai Manfaat Yang Diperoleh dari Berjualan Secara Online Dalam Meningkatkan Omset Penjualan

No	Jawaban	Memahami manfaat berjualan online	
		Sebelum	Sesudah
1	Ya	25,0%	75,0%
2	Ragu-ragu	37,5%	25,0%
3	Kurang	37,5%	0,0%
	Skor	2,1	3,1

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari tanggapan di atas, dapat dengan jelas diketahui adanya perubahan yang relative besar, yakni dari rata-rata jawaban 2,1 yang masuk kategori ragu-ragu menjadi 3,1 yang masuk kategori yakin. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam pemahaman anggota dalam mengikuti sosialisasi khususnya mengenai manfaat teknologi internet dalam berjualan.

## 3. Kemampuan Anggota Menggunakan Aplikasi Berjualan Online di Android

Mengenai kemampuan anggota menggunakan aplikasi berjualan online di android memang masih relative rendah, karena factor usia dan kepemilikan teknologi yang mendukung aplikasi berjualan online. Kebutuhan mereka selama ini untuk android hanya kebutuhan berkomunikasi dan juga kebutuhan hiburan, sedangkan untuk urusan bisnis mereka masih belum mengetahuinya dengan baik. Berikut tanggapannya.

Tabel 5.3 Tanggapan Anggota pada Kemampuan Anggota Menggunakan Aplikasi Berjualan Online di Android

No	Jawaban	Mampu menggunakan aplikasi android	
		Sebelum	Sesudah
1	Ya	12,5%	25,0%
2	Ragu-ragu	37,5%	75,0%
3	Kurang	50,0%	0,0%
	Skor	1,9	2,6

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari tanggapan di atas dapat diketahui perubahan dari 1,9 menjadi 2,6 menunjukkan bahwa penyuluhan ini mampu membuka pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi pada android yang mereka miliki. Kemudian juga melalui hal ini mereka semakin dapat menggunakan selain untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan yakni untuk bisnis mereka sendiri.

#### 4. Keinginan Mencoba Menggunakan Aplikasi Berjualan Online

Selain itu juga dorongan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini adalah dengan semakin tingginya keinginan anggota dalam mencoba internet dalam berbisnis. Hal ini sebagaimana dijelaskan dari tanggapannya berikut:

Tabel 5.4 Tanggapan Anggota pada Keinginan Mencoba Menggunakan Aplikasi Berjualan Online

No	Jawaban	Bersemangat mencoba	
		Sebelum	Sesudah
1	Ya	12,5%	100,0%
2	Ragu-ragu	62,5%	0,0%
3	Kurang	25,0%	0,0%
	Skor	2,1	3,4

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari tanggapan anggota menunjukkan bahwa semula anggota ragu dalam menggunakan android untuk berbisnis, karena asalah biaya, namun setelah mereka mendengarkan manfaat dari penggunaannya untuk berbisnis mereka bersemangat secara penuh dan hal ini menjadi sebuah dorongan mereka untuk berubah pemikiran dari berjualan offline ke berjualan online.

Kemudian secara keseluruhan tanggapan anggota dari evaluasi kegiatan pengabdian ini dapat diketahui dari hasil rekap data berikut:

Tabel 5 Rekapitulasi Tanggapan Anggota pada Literasi Pemasaran Online

No	Literasi Online	Sebelum	Sesudah	Perubahan
1	Berjualan melalui internet	2,0	3,3	1,3
2	Memahami manfaat berjualan online	2,1	3,1	1,0
3	Mampu menggunakan aplikasi android	1,9	2,6	0,7
4	Bersemangat mencoba	2,1	3,0	1,3
	Rerata	2,0	3,1	1,1

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari data di atas, dapat diketahui perubahan besar sebesar 1,1 dari penyuluhan yang dilaksanakan menunjukkan bahwa anggota kelompok ini ingin berusaha agar hasil dari usahanya dapat meningkat, melalui berjualan secara online

diharapkan dapat dicapainya.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan luaran yang dicapai, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Peserta mengalami perubahan pengetahuan, pemahaman dan juga mampu menggunakan aplikasi android dalam pemasaran online juga anggota bersemangat mencoba aplikasi pemasaran online untuk memasarkan produk yang mereka miliki.
- b. Peserta pengabdian masyarakat bersemangat dalam mengikuti pelatihan mengenai literasi pemasaran online dengan bentuk anusiasme mereka mengikuti pelatihan dan juga mereka menginginkan adanya perubahan dalam omset pemasaran atau penjualan yang mereka kerjakan.

## Daftar Referensi

- Juliaristanti, V., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2020). Analisis Karakteristik Followers dan Konten Iklan Dalam Mengukur Efektivitas Instagram Stories Advertisement Pada Produk Kosmetik Wardah. *Syntax*, 2(8).
- Kotler, Phillip. 2010. Marketing. Jakarta: Erlangga
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB)“SRIKANDI. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 2(2), 132-138.
- Nikmah, F. (2017). Kajian tentang pemasaran online untuk meningkatkan peluang bisnis. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 11(1), 47-56.
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi Pkm*, 2(3), 307-311.
- Sulianta, Feri. 2015. Keajaiban Sosial Media. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Zeeshan, M., & Saxena, K. (2019, December). Explorative Study of Artificial Intelligence in Digital Marketing. In *International conference on Computer Networks, Big data and IoT* (pp. 968-978). Springer, Cham.