

## **Pelatihan Strategi Marketing Berbasis IT Bagi UKM Di Jakarta Timur**

**Novanita Whindi Arini<sup>1</sup>, Dwi Dasalinda<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Jl. Tanah Merdeka, Jakarta Timur  
Email: Novanita\_w.arini@uhamka.ac.id

### **Abstrak**

Kegiatan Pelatihan Pemasaran Berbasis IT ini di selenggarakan atas kerjasama Tim LPPM UHAMKA dengan Komunitas Tangan Di Atas (TDA) yang beranggotakan para pelaku UKM. Para pelaku UKM rata-rata memiliki permasalahan pada pemasaran produknya. Mereka tidak memiliki dana yang cukup untuk di alokasikan pada kegiatan pemasaran. Sebagian besar mereka fokus dan menggunakan dananya untuk produksi barang. Agar kegiatan pemasaran berjalan lancar, maka diselenggarakanlah pelatihan pemasaran berbasis IT menggunakan aplikasi Imooji. Kelebihan dari aplikasi ini adalah biaya pembuatannya yang tidak mahal dan terkoneksi dengan berbagai platform yang saat ini sudah sangat familiar dengan masyarakat seperti ; facebook, twitter, dan whatsapp. Sebagai bahan utama pembuatan iklannya, diperlukan gambar yang baik. Oleh sebab itu diselenggarakan juga pelatihan photography untuk mengajarkan para pelaku UKM untuk mengambil gambar dengan teknik yang benar sehingga menghasilkan gambar yang sempurna. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan permasalahan yang dihadapi para pelaku UKM dapat teratasi dengan baik.

Keyword: TDA, *Imooji, facebook, twitter, whatsapp*

### **Abstract**

This IT-Based Marketing Training activity was held in collaboration with LPPM UHAMKA Team with the Community of Hands Above (TDA) consisting of People who run business. Most of them have problems in selling their products. They do not have enough funds for their marketing activities. Most of them focus and use their funds for production. In order to make marketing activities run smoothly, IT-based marketing training was held using the Imooji application. The advantage of this application is that the manufacturing costs are inexpensive and connected to a variety of platforms that are currently very familiar with the public such as; Facebook, Twitter and WhatsApp. As the main content to make the ad, a good picture is needed. Therefore, photography training is also held to teach them to take pictures with the right techniques to produce perfect picture. With this training, it is hoped that the problems faced by those small business owner can be solve properly

**Keywords:** TDA, *Imooji, facebook, twitter, whatsapp*

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia saat ini ada banyak sekali pelaku bisnis, yang sebagian di antaranya adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). Dari tahun ke tahun jumlahnya semakin meningkat seiring dengan besarnya kebutuhan masyarakat akan barang keperluan sehari-hari baik primer maupun sekunder. Usaha kecil memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Usaha kecil mendukung pengembangan sektor ekonomi. Jumlah yang besar sayangnya

tidak disertai dengan kualitas pendidikan maksimal bagi UKM. Untuk mengembangkan usaha kecil, tentunya diperlukan pelatihan dan pembinaan.

Pelatihan wirausaha yang diberikan adalah membantu pelaku UKM untuk melihat peluang usaha dan pasar baru dengan melihat dari sudut yang berbeda. Sudut berbeda tersebut lebih diarahkan kepada perlunya ada inovasi baru dari usaha yang sekarang telah dijalankan. Dengan demikian, bila muncul permasalahan dalam usahanya dapat dicari jalan keluarnya

Permasalahan pada umumnya yang mengitari pengusaha–pengusaha tersebut yang menghambat pertumbuhannya meliputi beberapa hal mendasar seperti; lemahnya mental berwirausaha, ketertutupan dan ketidakjelasan entitas, akuntabilitas, pemasaran, keterikatan yang kuat pada tradisi sehingga kurang tanggap dan adaptif terhadap tuntutan perubahan, ketertinggalan teknologi, dan cenderung mengabaikan mutu.

Para pelaku UKM adalah pebisnis dengan modal yang terbatas. Mereka harus menggunakan dana nya sendiri untuk menjalankan bisnisnya karena usaha yang masih kecil atau bahkan yang baru berjalan sehingga mustahil bisa mendapatkan pinjaman dari bank. Persyaratan utama dari bank adalah lamanya usaha tersebut telah berjalan, yang biasanya di syartkan dua tahun. Selain itu ada beberapa syarat tambahan yang sulit dipenuhi oleh pelaku UKM.

Dana yang terbatas tersebut sebagian besar akan di alokasikan pada kegiatan produksi, yang meliputi persiapan bahan baku, pembuatan produk usaha, dan pengemasan yang layak. Selain itu mereka juga harus menganggarkan dananya untuk mengurus perijinan, terutama bila mereka bergerak di bidang pangan. Apalagi saat ini para konsumen sudah cerdas, dimana mereka akan memilih barang konsumsi yang sudah memiliki ijin usaha dan nomor unik daripada produk tanpa ijin. Perijinan tersebut diantaranya adalah pengurusan PIRT, BP POM, dan sertifikasi halal.

Pengalokasian dana pada bidang tersebut membuat kegiatan pemasaran agak tersendat. Memasarkan produk pun diperlukan anggaran yang tidak sedikit, apalagi bila memutuskan untuk pembuatan iklan dan penyebarannya. Memang ada iklan yang tak berbayar namun daya jelajahnya sangat terbatas, dan di ikuti dengan regulasi yang ketat dari aplikasi yang digunakan. Ambil contoh facebook, bila memasarkan produ apalagi sampai menyebutkan nominalnya maka facebook akan membekukan akun tersebut. Maka mereka harus menggunakan aplikasi facebook lainnya yang dikhususkan untuk perdagangan yaitu facebook ads. Mereka memiliki versi gratis, namun hanya teman-teman pemilik akun saja yang bisa melihatnya. Sementara untuk mengenalkan produk dan memasarkannya diperlukan jangkauan yang luas, dan facebook ads menyediakan berbagai pilihan penyebaran iklan dengan biaya yang disesuaikan dengan wilayah dan rentang usia yang di targetkan.

Hal yang sama juga berlaku pada pengiklanan pada aplikasi instagram, dimana tersedia pula yang gratis dengan segala keterbatasannya, dan yang

berbayar dengan aneka tarif tergantung dari fasilitas yang dipilih oleh konsumen. Semakin lebar sebaran dan rentang usia yang diinginkan, semakin mahal pula tarifnya. Dengan dana yang terbatas, agaknya sulit bagi pelaku UKM untuk mengiklankan produknya secara luas.

Sebagian pelaku UKM yang tergabung dalam Komunitas Tangan Di Atas (TDA) juga memiliki kendala yang sama. Mereka yang baru mulai berbisnis kebanyakan menjalankan usaha dengan modal terbatas. Mereka juga di sibukkan dengan proses produksi yang panjang sehingga pemasaran produknya terkendala. Penjualan yang mereka lakukan masih dari mulut ke mulut, dari teman ke teman.

Para pengurus TDA berusaha memberi solusi bagi para anggotanya dalam menghadapi permasalahannya dibidang pemasaran. Dengan menggandeng Tim Pengadain Masyarakat UHAMKA, maka diselenggarakanlah pelatihan pemasaran berbasis IT bagi para pelaku UKM yang berada dalam naungan komunitas TDA. Aplikasi yang dipilih adalah Imooji, karena memiliki fitur yang gratis dan berbayar. Para pelaku UKM bisa memilih versi gratisnya sehingga tidak membebani mereka secara finansial. Akun iklan yang sudah dibuat nantinya bisa disebar oleh penggunanya melalui twitter, facebook, dan whatsapp.

Bentuk dari iklan imooji ini berupa halaman bergambar dan ber-text, yang bisa digeser ke atas maupun ke samping. Selain itu terdapat pula musik yang dapat dipilih sesuai keinginan pembuatnya. Untuk versi gratis ada 3 sampai 5 slide, sedangkan versi berbayar bisa 7 sampai 11 slide. Melakukan pemasaran dengan aplikasi ini dinilai sangat tepat. Hal ini dikarenakan pembuatannya yang tidak terlalu sulit karena memiliki banyak pilihan templatnya. Meskipun para pelaku usaha banyak yang masih gagap teknologi, mereka akan mampu membuat iklannya dengan aplikasi ini karena langkah-langkahnya mudah diikuti.

Dan sebelum pelatihan pemasaran berbasis IT dengan aplikasi Imooji ini dijalankan, maka para peserta sebelumnya akan diberikan pelatihan fotografi. Alasannya adalah dalam pembuatan iklan diperlukan gambar-gambar pendukung yang bagus, sehingga mereka perlu memiliki teknik pengambilan gambar yang benar agar memperoleh gambar yang bagus. Namun sayangnya sebagian besar pelaku UKM belum menguasai teknik yang benar untuk mengambil gambar.

## **MASALAH**

Sebagaimana yang telah disampaikan diatas, para pebisnis pemula dan pelaku UKM yang berada dalam naungan komunitas TDA memiliki beberapa kendala dalam menjalankan usahanya, diantaranya: 1) Anggaran yang terbatas untuk mengiklankan produknya 2) Belum menguasai teknik pengambilan gambar

dengan benar 3) Sebagian masih gagap teknologi sehingga belum tahu cara pemasaran menggunakan IT

Adapun solusi yang ditawarkan bagi mitra PKM adalah pemberian pelatihan tentang teknik fotografi dan pembuatan akun pemasaran yang kekinian. Dalam pelatihan fotografi para peserta akan : 1) diajarkan teknik pengambilan gambar yang benar 2) pemilihan properti pendukung untuk pengambilan gambar dan 3) teknik pencahayaan . Dengan menguasai teknik-teknik tersebut para pelaku UKM tidak perlu lagi menyewa Photographer yang biayanya tidak sedikit, dan bisa fleksible dalam mengatur waktu pengambilan gambarnya. Sementara itu, dalam pelatihan hari kedua para peserta membuat akun pemasaran digital, sehingga manfaat yang bisa mereka dapatkan adalah 1) leluasa menentukan konten dari iklannya 2) tidak mengeluarkan biaya yang mahal untuk beriklan karena iklan akan disebar sendiri oleh para pelaku UKM melalui jejaring pertemanan yang mereka miliki

Adapun target luaran yang diharapkan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah. 1) meningkatnya skill photography agar bisa mendapatkan gambar yang bagus sebagai bahan utama konten akun pemasaran, 2) kemampuan membuat akun Pemasaran melalui aplikasi Imooji

#### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pelatihan ini berlangsung dalam kurun waktu dua minggu dan terdiri atas dua kegiatan. Berikut adalah uraiannya:

1. Tahap persiapan, pertemuan dengan pihak mitra (TDA) untuk membahas rencana kegiatan, rapat internal Tim Pengabdian masyarakat UHAMKA yang salah satunya menentukan narasumbernya, pertemuan dengan narasumber, dan rapat akhir TIM Pengabdian Masyarakat UHAMKA dan mitra (TDA)
2. Tahap pelaksanaan Sesi 1, kegiatan yang dijalankan adalah pelatihan. Kegiatan diawali dengan pemberian teori secara singkat, kemudian tanya jawab dengan para peserta dari kalangan pelaku UKM, dan praktek pengambilan gambar.
3. Tahap Pelaksanaan Sesi 2, berupa pelatihan pembuatan iklan melalui aplikasi yang saat ini sedang berkembang yaitu Imooji.. Kegiatan diawali dengan pemaparan teori, dan berlanjut dengan tanya jawab
4. Tahap evaluasi. Hal ini perlu dilakukan untuk mendapatkan masukan dari berbagai pihak. Kegiatan ini melibatkan Tim Pengabdian Masyarakat UHAMA, TDA, Imooji, dan perwakilan peserta.

#### **PEMBAHASAN**

Rata-rata kendala yang dihadapi oleh para pelaku UKM adalah lemahnya pemasaran yang mereka lakukan, padahal berlangsungnya usaha tersebut sangat

bergantung pada penjualan yang baik. Dalam Pengabdian Masyarakat yang berkolaborasi antara Tim dari UHAMKA dan Komunitas TDA, dilaksanakanlah pelatihan pembuatan akun pemasaran yang sebelumnya diawali dengan latihan pengambilan gambar. Berikut pemaparan kegiatan yang dilakukan:

### **1 Pelatihan pengambilan gambar**

Kegiatan ini dipandu oleh Devi Novi Astuti. Beliau adalah seorang fotografer profesional yang sering menangani pemotretan berbagai produk usaha, dan sering memberikan pelatihan photography. Mula-mula para peserta diberikan teori dan dilanjutkan dengan tanya jawab. Setelah itu para peserta dipersilahkan mencoba.



Gambar 1. Pemateri menyampaikan materinya

Peserta juga diajari cara peletakan properti tambahan untuk mempercantik tampilan foto. Bahan-bahan pendukung tersebut biasanya berupa dedaunan, batang rempah-rempang, bunga, biji-bijian, dan lain-lain. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah pencahayaan. Bila tidak memiliki perangkat pencahayaan maka boleh mengandalkan sinar matahari dengan melakukan pemotretan out door.

Saat ini berbagai merek HP telah memiliki pixel yang tinggi sehingga foto yang dihasilkan cukup bagus. Maka yang diperlukan adalah mengambil sudut yang tepat untuk mengambil gambar. Sebagus apapun penataan propertinya, bila angle yang dipilih tidak pas, akan merusak hasil fotonya.

### **2 Pelatihan pengeditan foto**

Saat ini berbagai aplikasi untuk mengedit foto telah banyak tersedia dan tinggal diunduh yang salah satunya bisa lewat play store. Bila dulu banyak orang yang mengandalkan photoshop dan corel draw, maka kini banyak aplikasi kekinian seperti snapseed, picsart, photogrid, dll. Aplikasi tersebut lumayan lengkap dimana para penggunanya menambahkan berbagai efek pada gambarnya.



Gambar 2. Screenshoot salah satu hasil editing foto

Selain penambahan efek, para pengguna juga dapat menambahkan berbagai tulisan sehingga memudahkan pemahaman orang yang melihat gambar tersebut. Tidak diperlukan pendidikan khusus untuk bisa melakukan peng editan, yang diperlukan adalah sering berlatih. Para peserta antusias mencoba melakukan editing foto hingga waktu pelatihan dinyatakan selesai.

### **3 Pemaparan teori pembuatan aplikasi pemasaran**

Kegiatan ini dilaksanakan pada waktu yang berbeda dengan peserta yang sama. Pada kegiatan kali ini peserta diperkenalkan pada aplikasi pemasaran kekinian yang sedang booming, yaitu Imooji. Narasumber kegiatan ii adalah founder Imooji sendiri yaitu bapak Muji beserta Field Managernya, Aditya Devianto.



Gambar 3. Bapak Muji sedang memaparkan materinya

Imooji ini memiliki versi gratis dan berbayar. Untuk pelaku UKM disarankan menggunakan yang gratis mengingat anggaran promosi mereka yang sangat kecil. Dengan menggunakan aplikasi ini para pelaku UKM tidak perlu resah lagi dengan tingginya biaya promosi. Pada sesi ini para peserta mendengarkan pemaparan langkah-langkah pembuatan aplikasi pemasaran, yang tentu saja diikuti dengan tanya jawab.

#### **4 Pembuatan aplikasi pemasaran**

Pada tahap ini para peserta langsung mempraktekkan teori yang telah diberikan. Mereka sangat antusias memilih template yang sesuai dengan produuknya. Imooji dilengkapi dengan berbagai template sehingga siapa saja bisa membuat akunnya sendiri. Selain memilih template, para peserta juga melakukan pemilihan foto yang merupakan bagian terpenting dalam pembuatan aplikasi. Gambar harus benar-benar mewakili produk yang diinginkan. Sebagai sentuhan akhir adalah pemilihan backsound. Dengan adanya musik, iklan akan semakin hidup dan membuat orang tidak bosan saat membukanya.



Gambar 4. Para peserta berlatih langsung dengan didampingi instruktur

Beriklan dengan imooji sangat efisien karena tidak berbayar. Pemilik akun dapat meyebarkan iklannya ke berbagai media sosial seperti whatsapp, Instagram, twitter, facebook, dan lain-lain yang kesemuanya itu tidak berbayar karena mengandalkan kontak yang sudah di miliki oleh para pelaku UKM. Oleh karena itu pemasaran ini akan sangat membantu para pebisnis pemula yang modalnya masih kecil

#### **KESIMPULAN**

Setiap pelaku usaha menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat luas yang nantiya akan berimbas pada penjualan yang baik. Mempromosikan produk bukanlah pekerjaan yang gampang, selain dibutuhkan skill yang mumpuni juga

anggaran yang tidak sedikit. Hampir semua pelaku UKM memiliki kendala pendanaan diawal usaha mereka, dan mereka sangat memerlukan bantuan untuk bisa bertahan dan berkembang. Akibat keterbatasan dana tersebut, maka berbagai hal harus dilakukan sendiri oleh para pelaku UKM, mulai dari produksi hingga promosi

Kesimpulan dari Kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat UHAMKA yang bekerjasama dengan komunitas Tangan Di Atas (TDA) adalah 1) telah berhasil meningkatkan skill para pelaku UKM dalam bidang photography sehingga mereka tidak lagi erlu menyewa potographer untuk memotret produk mereka, 2) membuat para peeserta mampu membuat iklan pemasaran mereka sendiri yang benar-benar sesuai dengan keinginan mereka 3) kedua kegiatan tersebut diatas membuat para pelaku UKM dapat melakukan penghematan yang luar biasa.

Saran yang bisa disampaikan dalam kegiatan ini adalah 1) hendaaknya para pelaku UKM tidak bosan-bosan mengikuti berbagai pelatihan yang berguna bagi usahanya, 2)apa yang telah dipelajari dalam pelatihan ini dapat ditularkan kepada rekan sejawatnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami haturkan kepada 1) LPPM UHAMKA yang telah membuat kegiatan pelatihan ini dapat terlaksana, 2) Komunitas Tangan Di Atas yang memberikan banyak dukungan berupa kegiatan ini, 3) Devi Novi Astuti yang dengan penuh kesabaran melatih para teman-teman UKM, dan 4) Bpk. Muji dan Aditya yang menyediakan waktunya untuk kegiatan pelatihan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Irawati, R. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal JIBEKA*, vol 12 (1), hal 74-82.
- Mulyana, N. & Ishartono (2018). Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Desa Sakerta Barat dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. *Proceeding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Fisip Unpad, Bandung. Vol.5 (1)*
- Susita, D., Mardiyati, U. & Amibah, H. (2017). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Binaan Koperasi Di Rumah Susun Sederhana Sewa (RUSUNAWA) Cipinang Besar Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, vol 1 (1) Hal. 58 - 75
- Budiman, D. 2014. *Kejar target*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sapran, A. 2012. *Jangan Mengaku Keren Kalau Belum Punya Bisnis*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo
- Tim Bank BTPN, 2016, *Sukses Itu Melalui Proses*. Bogor. PT. Perebit IPB Press