

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN PEMASARAN *ONLINE* PRODUK USAHA PENDUDUK DESA DONOWARIH KABUPATEN KARANGPLOSO

Lisa Sidiyawati¹, Apria Faizal², Fina Zakiyatun Nufus³

¹) Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

²) Program Studi Pendidikan Luar Biasa, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang

³) Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

e-mail: lisa.sidiyawati.fs@um.ac.id, apria.faizal.1801546@students.um.ac.id

,fina.zakiyatun1802216@students.um.ac.id

Abstrak

Desa Donowarih memiliki berbagai usaha dari hasil bumi dan kerajinan yang sangat potensial untuk dikembangkan dalam bisnis *online* untuk menjawab tantangan di era digital. Oleh karena itu, tim KKN UM di Desa Donowarih menggagas sebuah program kerja berupa 'Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih Kabupaten Karangploso' yang dikemas dalam bentuk webinar. Dalam usaha menyelenggarakan acara, tim KKN UM melakukan beberapa tahapan yaitu (1) brainstorming konsep acara (2) rapat penyelenggaraan acara (3) pencarian narasumber dan sponsor (4) pelaksanaan webinar (5) pelaporan program kerja. Webinar mendatangkan 2 narasumber dari Tokopedia dan berhasil menarik 45 peserta yang terdiri atas warga desa dan masyarakat umum. Materi yang disampaikan berupa teknis berjualan *online* dan trik sukses berjualan online. Antusiasme peserta ditunjukkan dengan jumlah peserta yang bertahan dari awal hingga akhir acara dan banyaknya pertanyaan yang diajukan peserta yaitu sejumlah 12 pertanyaan untuk 2 orang pemateri. 11 peserta webinar bersedia mendapat pelatihan lanjutan dan dibina oleh Tokopedia. Dengan diadakannya acara ini diharapkan dapat memberdayakan dan mendorong kemajuan UMKM yang berada di Desa Donowarih.

Kata kunci: Webinar, Pemasaran *Online*, Desa Donowarih

Abstract

Donowarih village has various businesses from agricultural products and crafts that have the potential to be developed in online business to answer challenges in the digital era. Therefore, the KKN UM team in the Donowarih initiated a work program in the form of 'Online Marketing Entrepreneurship Training for Business Products for Donowarih Villagers' which was packaged in the form of a webinar. In an effort to organize the event, the KKN UM team carried out several stages, namely (1) brainstorming the concept of the event (2) conducting some online meetings for organizing events (3) searching for resource person and sponsors (4) conducting webinars (5) reporting program results. The webinar invited 2 resource persons from Tokopedia and succeeded in attracting 45 participants. The material presented in the webinar are the techniques of doing online business and successful tricks for online business. The enthusiasm of the participants was shown by the number of participants who survived from the beginning to the end of the event and the number of questions asked by the participants, namely 12 questions for 2 presenters. 11 webinar participants are willing to receive advanced training and be fostered by Tokopedia. By holding this event, it is hoped that it can empower and develop the villager businesses in Donowarih.

Kata kunci: Webinar, Online Marketing, Donowarih Village

PENDAHULUAN

Desa Donowarih terletak di Kabupaten Karangploso Kabupaten Malang. Dengan luas lahan sekitar 1.298.018 Ha, daerah Desa Donowarih terbagi menjadi wilayah yang diperuntukkan sebagai pemukiman dan fasilitas umum, pertanian, perkebunan, serta berbagai kegiatan ekonomi lainnya. Secara geologis, Desa Donowarih memiliki tanah hitam yang subur dan sangat cocok

digunakan untuk aktivitas pertanian dan perkebunan. Oleh karena itu sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani. Disamping pertanian padi dan sayur-sayuran, desa juga memiliki usaha perkebunan kopi dan perkebunan jeruk yang menjadi komoditas unggulan. Kualitas jeruk yang dihasilkan terkenal bagus di daerahnya sehingga menjadikan penjualan buah ini mampu mendatangkan *omzet* yang cukup besar. Selain itu, kegiatan ekonomi di Desa Donowarih juga diramaikan dengan usaha peternakan dan beberapa bisnis rumahan yang memproduksi madu, tahu, kerajinan tangan anyaman, dsb. Manajemen terhadap potensi desa ini perlu diperhatikan karena dapat membuka peluang untuk mendatangkan pendapatan bagi desa (Harani et al., 2017)

Walaupun penjualan berbagai komoditas Desa Donowarih terbilang cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan. Selama ini, 90% hasil bumi yang dihasilkan hanya dijual di pasar tradisional. Padahal, jika buah-buahan dan sayur-sayuran segar tersebut dapat dijual secara *online*, maka peluang pasarnya akan semakin luas dan bisa mendatangkan keuntungan yang lebih besar. Hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya tren penggunaan media *online* untuk dijadikan media berbisnis dan mempromosikan produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saefuloh (2020), masyarakat memiliki persepsi positif terhadap media *online* yang digunakan sebagai *platform* bisnis. Faktor kemudahan dan kepraktisan juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk memanfaatkan media *online*. Selain itu, sejak kemunculan pandemi Covid-19, pemerintah menerapkan program pembatasan sosial yang mau tidak mau memengaruhi ruang gerak perekonomian. Masyarakat dihimbau untuk menjaga jarak aman dan menaati protokol kesehatan, sehingga melakukan transaksi jual beli secara langsung di tempat keramaian tidak lagi menjadi pilihan. Pada akhirnya, masyarakat banyak beralih ke model bisnis *online* yang dirasa lebih aman dan efektif (Pratiwi & Fikriyah, 2021). Keunggulan lain bisnis *online* adalah bisnis ini menjadi salah satu usaha masyarakat yang tetap bertahan disaat usaha yang lain mengalami kerugian selama pandemi Covid-19 (Taufik, Ayuningtyas and Kusumah, 2020).

Oleh karena itu, tim KKN Desa Donowarih merancang sebuah program kerja berupa “Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih” yang dikemas dalam webinar. Program ini dipilih agar masyarakat mengetahui pentingnya mengikuti tren pemasaran di era digital. Melihat banyaknya generasi muda yang turut andil dalam usaha di masyarakat, maka pelatihan pemasaran dengan media *online* ini dirasa sesuai dengan karakteristik pemuda yang banyak beraktivitas dengan media daring (Ainiyah, 2018). Masyarakat akan diberikan bimbingan untuk memasarkan produknya secara *online* lewat *platform* belanja *online* ‘Tokopedia’ yang banyak digunakan di Indonesia. Tokopedia dipilih sebab memiliki cabang pembinaan di Malang, sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapat pelatihan lebih lanjut. Di akhir bimbingan, masyarakat diharapkan mengetahui algoritma Tokopedia, trik berjualan *online*, dan cara membuat toko *online*. Dengan demikian, produk hasil bumi maupun olahan dari Desa Donowarih akan dikenal lebih luas yang berdampak pada semakin meningkatnya perekonomian masyarakat desa.

METODE

Dalam rangka pelaksanaan program kerja “Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih” terdapat beberapa tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Brainstorming konsep pelaksanaan ide

Tim KKN membuat detail konsep tentang ide proker yang disesuaikan dengan ketersediaan jatah anggaran. Tim menyusun hari, lokasi, dan target narasumber webinar dan pelatihan kewirausahaan pemasaran *online*. Kegiatan diagendakan pada hari Minggu, 18 Juli 2021 dan bertempat aplikasi video konferensi ‘Zoom’. Target narasumber yaitu *City Seller Performance* Tokopedia. Tim KKN memilih Tokopedia karena *platform* belanja *online* tersebut terfokus pada pengembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, Tokopedia memiliki cabang pelatihan di Malang yang memudahkan masyarakat untuk mendapat pelatihan lebih lanjut.

2. Mencari sponsor dan narasumber

Tim mencari sponsor dan pembicara Webinar dan pelatihan untuk masyarakat. Dengan cara ini, kedua belah akan diuntungkan. Pihak sponsor akan dapat mempromosikan aplikasinya kepada masyarakat, sedangkan masyarakat bisa belajar langsung dari ahlinya untuk mengembangkan

- usaha mereka lewat bisnis *online*. Tim berhasil mendapatkan sponsor dari ‘Wiguna Payment (WP)’ yang menjadi sponsor tunggal dengan total anggaran Rp1.010.000
3. Pelaksanaan program kerja
Untuk menjawab permasalahan yang ada di Desa Donowarih, tim KKN mengadakan program kerja webinar kewirausahaan yang berbasis penyuluhan dan pelatihan. Metode ini dipilih untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menyesuaikan ide bisnis, terutama di bagian pemasaran, dengan perkembangan era digital. Selain itu, lewat penyuluhan ini, peserta webinar diberikan edukasi tentang cara pembuatan toko *online* di salah satu *platform* belanja *online* paling terkenal di Indonesia yaitu Tokopedia. Diberikan pula strategi jitu untuk dapat sukses berjualan secara *online* mulai dari branding, cara membuat foto produk, dan memberikan deskripsi produk yang dapat menarik minat pembeli. Dengan adanya penyuluhan tersebut diharapkan para peserta webinar memiliki modal pengetahuan yang dapat diterapkan dalam bisnis yang sedang ditekuni. Berikutnya, kegiatan pelatihan melibatkan secara langsung pihak Tokopedia. Peserta yang bersedia mendapat pelatihan lanjutan dibina oleh tim Tokopedia hingga dapat membuat toko *online* dan melakukan promosi serta mengembangkan tokonya.
 4. Pelaporan
Hasil pelaksanaan program dituliskan dalam laporan program kerja KKN dan jurnal. Selain itu, kegiatan juga dipublikasikan di beberapa media massa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ‘Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih Kabupaten Karangploso’ berhasil dilaksanakan pada Hari Minggu, 18 Juli 2021 bertempat di Zoom. Kegiatan webinar dilaksanakan mulai pukul 08.00 hingga 12.15 WIB. Namun demikian, kegiatan untuk mempersiapkan webinar sudah dilakukan sejak 3 minggu sebelumnya. Penanggung jawab program kerja bersama-sama dengan tim KKN UM memulai persiapan dengan melakukan brainstorming kerangka pelaksanaan ide webinar. Tim berusaha menentukan target peserta webinar, para narasumber yang akan diundang, sponsor acara, dan merumuskan materi apa yang akan diusulkan pada narasumber untuk dipresentasikan pada saat webinar. Proses rapat *online* persiapan ini dilakukan sebanyak lima kali hingga acara webinar benar-benar dapat dilaksanakan. Rapat tersebut termasuk dua kali *briefing* dan simulasi yang salah satunya dilakukan bersama-sama dengan pemateri.

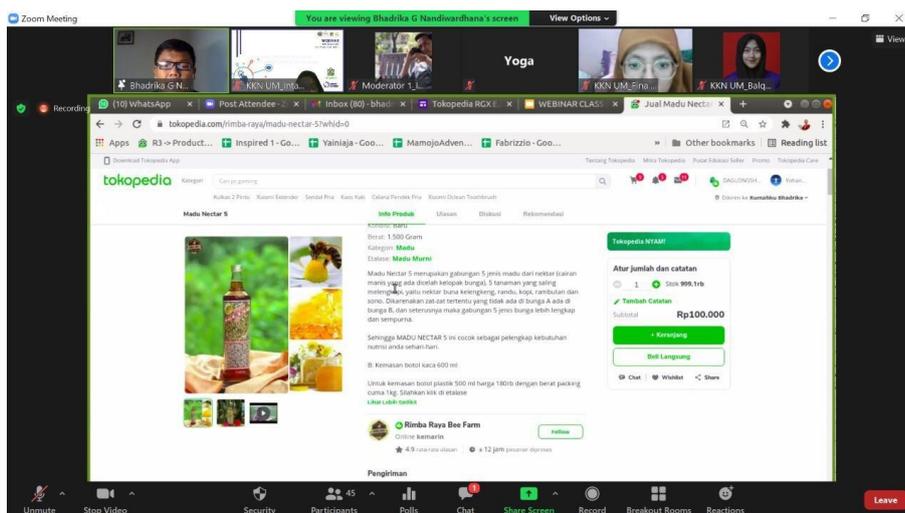


Gambar 1. Briefing dengan Pemateri

Untuk memastikan acara dapat terselenggara. Tim KKN UM membutuhkan bantuan biaya dari sponsor. Tim berhasil mendapatkan sponsor tunggal yaitu dari Wiguna *Payment* (WP). Sponsor bersedia memberikan pembiayaan penuh yaitu sebesar Rp1.010.000 dengan ketentuan sponsor dapat mempromosikan usahanya lewat video pendek yang diputar di sela-sela acara dan nama sponsor dicantumkan dalam poster dan sertifikat acara webinar.

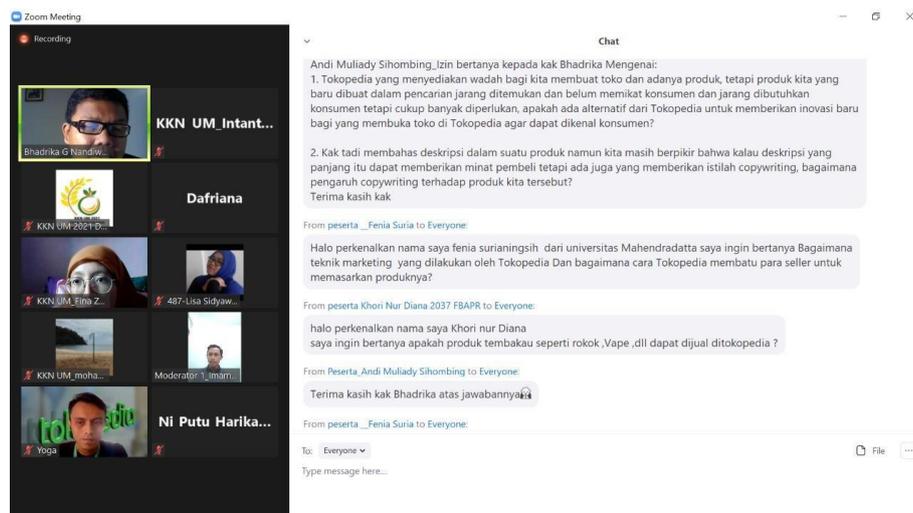
Acara ‘Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih Kabupaten Karangploso’ yang diikuti oleh 45 peserta yang terdiri atas warga Desa Donowarih dan peserta umum. Pihak pemerintah desa mengapresiasi dan menyambut baik adanya kegiatan ini karena ilmu yang warga desa peroleh dari mengikuti webinar nantinya diharapkan dapat membantu mereka untuk meningkatkan perekonomian. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryati & Masriani (2019) bahwa penyuluhan melek teknologi sangat penting bagi generasi di era digital untuk melahirkan para wirausahawan dalam bisnis *online* yang akan membawa dampak baik bagi ekonomi.

Materi pertama disampaikan oleh *City Seller Performance* Tokopedia yaitu Bhadriska G. pemateri menjelaskan pentingnya melakukan bisnis *online* di era digital seperti saat ini. Pemateri juga menjelaskan tips dan trik sukses untuk para UMKM yang ingin memulai berjualan *online*. Strategi tersebut dijelaskan secara detail dimulai dari cara pembuatan nama toko yang benar, cara membuat foto produk agar dapat menarik minat pembeli, dan cara membuat deskripsi produk yang baik. Hal tersebut sangat penting untuk diketahui, karena pedagang selalu memerlukan strategi untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen (Juanita, 2017). Sejalan dengan pernyataan tersebut, Wicaksono (2018) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa faktor penting dalam pengembangan UMKM di *platform* belanja daring adalah teknik promosi dan inovasi pada produk. Selanjutnya, Pemateri menampilkan beberapa contoh UMKM yang sukses perjualan di Tokopedia untuk memberikan inspirasi kepada para peserta webinar. Selanjutnya, materi kedua disampaikan oleh *City Seller Performance* Tokopedia yaitu Yoga. Pemateri kedua menjelaskan teknis pembuatan toko dan alur kegiatan jual beli di Tokopedia. Narasumber menawarkan pelatihan lanjutan bagi peserta webinar yang tertarik untuk membuka toko di Tokopedia.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Antusiasme peserta webinar terlihat dari jumlah peserta yang bertahan dari awal hingga akhir acara. Selain itu, antusiasme terlihat dari jumlah peserta yang mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Narasumber pertama mendapatkan 7 pertanyaan sedangkan narasumber kedua memperoleh 5 pertanyaan. Secara umum, pertanyaan membahas tentang teknis berjualan lewat Tokopedia.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab dengan Pemateri

Sebagai bentuk tindak lanjut, dari total 45 peserta webinar, terdapat 11 peserta webinar yang bersedia untuk mengikuti pendampingan lanjutan dengan tim Tokopedia. Kesebelas peserta tersebut diberikan penjelasan lebih detail tentang tata cara pembuatan toko *online* dan pengembangannya. Toko-toko yang berhasil dibuat akan menjadi toko binaan dari *City Seller Performance* Malang. Pendampingan awal dilakukan hingga toko dapat melakukan *campaign* (promosi) agar brand yang dimiliki menjadi lebih dikenal, meningkatkan *customer traffic* hingga terjadi penjualan yang menghasilkan profit. Selanjutnya toko akan terus berada di bawah binaan sehingga *seller* akan dapat dengan mudah berkonsultasi untuk mengembangkan usahanya.

Setelah acara selesai, tim KKN UM melakukan evaluasi pelaksanaan acara untuk mendiskusikan hasil kerja tiap-tiap panitia acara dalam penyelenggaraan webinar. Hasil dari evaluasi akan digunakan sebagai referensi perbaikan pada acara-acara berikutnya yang akan diselenggarakan oleh tim KKN UM di Desa Donowarih.

SIMPULAN

Acara “Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih” dapat dilaksanakan dengan sukses. Acara dihadiri oleh 45 peserta yang berasal dari para pengusaha di Desa Donowarih dan masyarakat umum. Para peserta webinar sangat antusias dengan materi yang diberikan oleh narasumber yaitu dua *City Seller Performance* dari Tokopedia, yang dibuktikan dengan jumlah pertanyaan yang dilontarkan peserta dan kesediaan mereka untuk bertahan dari awal hingga akhir webinar. Materi yang diberikan oleh narasumber seputar teknis berjualan secara *online* dan trik suksesnya diharapkan dapat diterapkan dalam bisnis yang sedang dijalankan oleh para peserta.

SARAN

Desa Donowarih memiliki potensi usaha yang sangat menjanjikan. Dari usaha produk pertanian dan perkebunan hingga produk kerajinan serta makanan berpotensi untuk dikembangkan dalam bisnis *online*. Oleh karena itu, kegiatan yang dapat memberdayakan dan meningkatkan berbagai usaha tersebut diharapkan untuk dilakukan, salah satunya lewat penyuluhan atau pelatihan bisnis. Kegiatan serupa atau kegiatan yang mendukung lainnya perlu terus diadakan melalui program pengabdian pada masyarakat mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim KKN UM mengucapkan terima kasih atas kesediaan Wiguna Payment (WP) yang telah bersedia untuk menjadi sponsor tunggal untuk acara “Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran *Online* Produk Usaha Penduduk Desa Donowarih” sehingga acara dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Harani, A. R., Arifan, F., Werdiningsih, H., & Riskiyanto, R. (2017). Pemetaan Potensi Desa Menuju Desa Wisata Yang Berkarakter. *Modul*, 17(1), 42–46.
- Juanita, S. (2017). Analisa Strategi Bisnis Penjualan Online. *Konferensi Nasional ICT-M Politeknik Telkom*.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2). <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.62>
- Pratiwi, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Determinan Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Online Menurut Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 219–231.
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Taufik; Ayuningtyas, & Kusumah, J. R. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Business and Online Platform Existence. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 22(5), 21–32.
- Wicaksono, S. A. (2018). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Pada Marketplace Online Tokopedia, Bukalapak, Dan Shopee. *Skripsi*.