

PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK USAHA RUMAHAN PADA KARANG TARUNA WARGA CINANGKA DEPOK

Nia Kurniasih¹, Junaedi², Soleh Sofian³

Dosen Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pamulang
e-mail: 1dosen02539@unpam.ac.id, 2dosen02341@unpam.ac.id,
3dosen02283@unpam.ac.id

ABSTRAK

Peningkatan kesejahteraan sosial dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, dengan memberdayakan masyarakat. Memberdayakan Pemuda Karang Taruna RT 02 di Cinangka Depok melalui pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran produksi rumahan detergen cair. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka meningkatkan sumber daya manusia yang mampu mengandalkan kekuatannya sendiri. Tujuan dan target spesifik yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah pemuda karang taruna RT 02 tertarik dan termotivasi untuk berwirausaha, membentuk kelompok anggota karang taruna yang menjadimandiri secara ekonomi melalui pemasaran produk rumahan detergen cair, serta merealisasikan karang taruna RT 02 lebih kuat, lebih produktif, kreatif, dan responsif. Untuk mencapai tujuan ini, tim pengabdian masyarakat Program Studi Teknik Industri telah memberikan konseling, pelatihan dan bantuan pemuda karang taruna dalam melatih untuk memasarkan produk detergen cair. Pemuda karang taruna diberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran dan peluang bisnis berbasis rumah, serta prinsip-prinsip dasar produksi, serta pengemasan produk dan teknik pemasaran.

Kata kunci : Detergen Cair, Strategi Pemasaran, Media Online

1. PENDAHULUAN

Deterjen sudah sangat akrab di kehidupan kita, terutama bagi ibu rumah tangga. Detergent digunakan untuk mencuci pakaian. Untuk menyempurnakan kegunaannya, biasanya pabrik menambahkan natrium perborat, pewangi, pelembut, natrium silikat, penstabil, enzim, dan zat lainnya agar fungsinya semakin beragam. Tapi diantara zat-zat tersebut ada yang tak bisa dihindarkan/dilarutkan oleh mikroorganisme sehingga otomatis menyebabkan pencemaran lingkungan.

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada di dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bias meningkatkan taraf hidup di masa mendatang (Meredith, 2002). Menurut Aprijon (2013) salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Oleh karena itu, perlu dibina kepribadian individu yang sangat mempengaruhi keberhasilan usaha, dengan memiliki jiwa pemimpin, siap mental untuk menghadapi segala resiko dan tantangan dalam hidupnya.

Pengertian Pemasaran Online Internet marketing atau pemasaran online merupakan bagian pemasaran yang paling menarik dan sangat pesat perkembangannya. Pemasaran online pada dasarnya kegiatan pemasaran yang dilakukan secara online melalui penggunaan teknologi internet. Pemasaran online tidak hanya iklan yang ditampilkan di website, tapi juga jenis lain dari aktivitas online seperti email, pembuatan produk periklanan, pencarian prospek atau pembeli dan penulisan kalimat-kalimat pemasaran atau copywriting, dan jejaring sosial. Setiap aspek pemasaran online adalah digital, yang

berarti bahwa pemasaran online adalah informasi elektronik yang ditransmisikan pada komputer atau perangkat serupa, meskipun secara alami dapat mengikat dengan iklan offline tradisional dan penjualan.

2. METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut :

a. Penyuluhan.

Materi penyuluhan adalah pelatihan strategi pemasaran pembuatan produk rumahan detergen cair. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada para pemuda karang taruna tentang wirausaha dan peluang usaha rumahan, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha. Disamping itu juga diberikan materi tentang prinsip dasar pembuatan, bertujuan agar mitra mengetahui cara pembuatan. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada peserta.

b. Pelatihan

Materi pelatihan adalah cara bagaimana memasarkan produk rumahan detergen cair dengan menggunakan strategi marketing mix (4P). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan tentang cara memasarkan sebuah produk usaha rumahan detergen cair. Pelatihan tersebut disampaikan dalam bentuk ceramah yang dilanjutkan dengan eksperimen langsung dan tanya jawab tentang cara pembuatan produk dan cara memasarkannya.

c. Prosedur kegiatan

Kegiatan pengabdian ini meliputi: 1) Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan; 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan; 3) Penyuluhan tentang prinsip dasar cara pemasaran dengan menggunakan metode marketing mix (4P); 4) dan Pembinaan pasca kegiatan.

d. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal penyuluhan dan pelatihan. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Selama pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan langsung oleh Tim Pengabdian. Sedangkan setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan terhadap hasil kegiatan. Kriteria evaluasi meliputi kesadaran dan antusiasme peserta penyuluhan dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan serta tingkat kemahiran peserta dalam mempraktekkan sendiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut (Silvia & Permana, 2018):

1) Penyuluhan.

Materi penyuluhan adalah pelatihan strategi pemasaran produk usaha rumahan. Tujuan: penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada anggota karang taruna tentang wirausaha dan peluang usaha rumahan, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha. Disamping itu juga diberikan materi tentang prinsip dasar memahami metode yang digunakan, bertujuan agar mitra mengetahui cara pemasaran yang baik. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada peserta.



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, Maret 2021

Gambar 1. Pembukaan Penyuluhan Strategi Pemasaran Produk Usaha Rumahan

2) Pelatihan

Materi pelatihan adalah cara pemasaran yang baik dengan menggunakan metode pemasaran marketing mix pada produk usaha rumahan . Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan tentang cara pemasaran menggunakan media online dan offline. Pelatihan tersebut disampaikan dalam bentuk ceramah yang dilanjutkan dengan eksperimen langsung dan tanya jawab tentang strategi pemasaran produk tersebut. Pelatihan dilaksanakan sampai semua peserta mahir mempraktekkan sendiri.

3) Prosedur kegiatan

Kegiatan pengabdian ini meliputi: 1) Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan; 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan; 3) Penyuluhan tentang prinsip dasar tata cara pemasaran produk rumahan; 4) Pelatihan dengan menggunakan metode marketing mix; dan 5) Pembinaan pasca kegiatan.

4) Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal penyuluhan dan pelatihan. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Selama pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan langsung oleh Tim Pengabdian. Sedangkan setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan terhadap hasil kegiatan. Kriteria evaluasi meliputi kesadaran dan antusiasme peserta penyuluhan dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan serta tingkat kemahiran peserta dalam mempraktekkan sendiri.

b. Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Cinangka Depok dengan pemuda karang taruna 02 RW 08. Kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait

Koordinasi tim pengabdian kepada masyarakat Program Studi Teknik Industri dilakukan dengan mitra yaitu Ketua Karang Taruna RT 02 RW 08 Cinangka Depok. Pada kegiatan ini tim pengabdian dan mitra membahas tentang kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan, tempat dan waktu pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. Pada pertemuan ini ada beberapa hal yang disepakati, yaitu kegiatan pengabdian kepada masyarakat, waktu dan tempat pelaksanaan penyuluhan pelatihan strategi pemasaran produk usaha rumahan.

2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan

Persiapan kegiatan ini berupa penyampaian tentang tata cara atau strategi yang digunakan untuk pemasaran. Modul pelatihan berisi tentang tata cara, metode, analisa biaya dan lain lain dalam memasarkan usaha produk rumahan. Tim pengabdian kepada

masyarakat melakukan uji coba terhadap metode yang digunakan sehingga dapat memberikan hasil optimal.

3. Analisa Perhitungan Biaya

Berikut adalah rincian analisa perhitungan biaya untuk pembuatan produk detergen cair serta quantity dan bahan bahan yang digunakan untuk pembuatan produk tersebut.

PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI DETERJEN CAIR			
Material	Harga / kg	Kebutuhan Material (kg)	Biaya / kg
Texapon	25000	0,15	3750
Sodium Sulfate	6000	0,125	750
Foam Booster	35000	0,01	350
Asam Oxalat / asam sitrat	18000	0,02	360
Antiredeposisi (SPA)	24000	0,1	2400
Air	400	1	400
PG	46000	0	0
Alkohol	26000	0	0
Parfum	440000	0,001	440
Total Produk		1,406	Liter
Total Biaya RM		Rp 8.450	
Biaya RM / kg produk		Rp 6.010	
Biaya tenaga kerja		Rp 1.000	
Kemasan		Rp 1.500	
Total Biaya produksi / kg		Rp 8.510	



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, Maret 2021

Gambar 2. Sambutan Ketua Karang Taruna Tentang Wirausaha Home Industri



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, Maret 2021
Gambar 3. Pemberian Materi tentang metode marketing mix



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, Desember 2020
Gambar 4. Pelaksanaan PKM Keterampilan Wirausaha Home Industri



Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, Maret 2021
Gambar 5. Pemberian Piagam PKM Keterampilan Wirausaha Home Industri

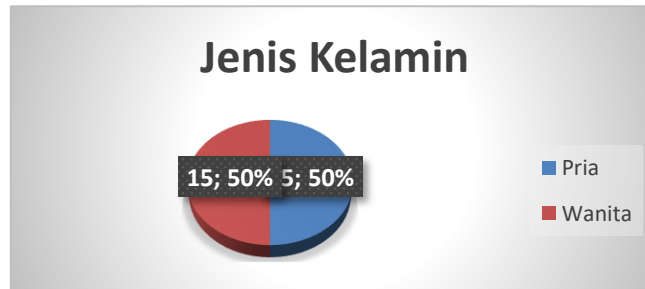
Responden Yang Mengikuti Pengabdian Kepada Masyarakat

Responden atau peserta yang mengikuti penyuluhan ada 30 orang responden. Kemudian dilakukan kuisioner mengenai materi yang disampaikan melalui angket. Adapun katagori responden sebagai berikut:

1. Responden Katagori Jenis Kelamin

Tabel 1 Responden Katagori Jenis Kelamin

	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Pria	15
2	Wanita	15
Total		30

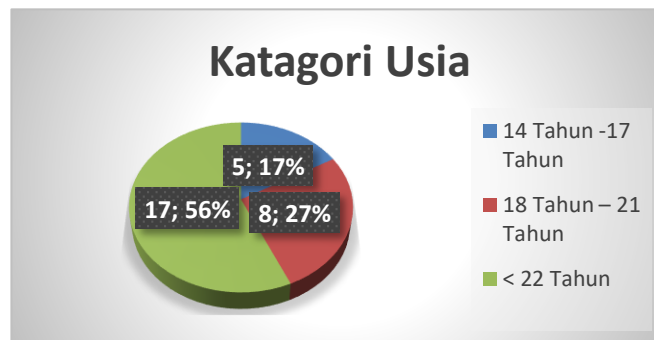


Gambar 4. Persentase Katagori Jenis Kelamin

2. Responden Katagori Usia

Tabel 2 Responden Katagori Jenis Usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	14 Tahun -17 Tahun	5
2	18 Tahun – 21 Tahun	8
3	< 22 Tahun	17
Total		30

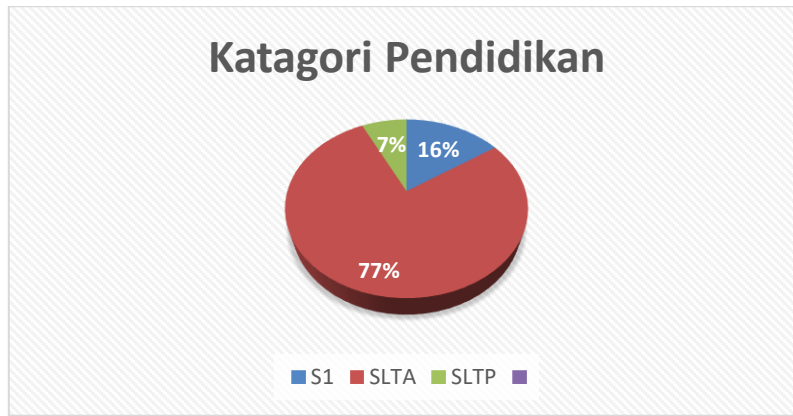


Gambar 5. Persentase Katagori Usia

3. Responden Katagori Pendidikan

Tabel 3 Responden Katagori Pendidikan

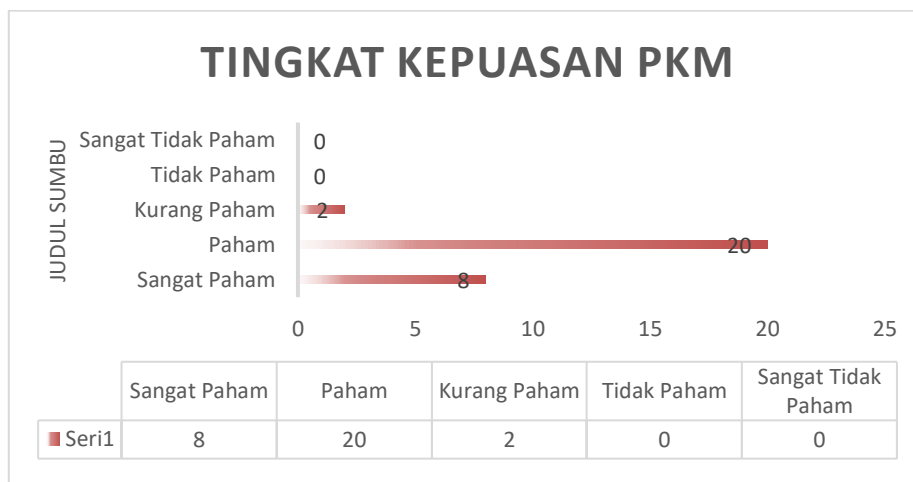
No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	S1	3
2	SLTA	15
3	SLTP	12
Total		30



Gambar 6. Persentase Katagori Pendidikan

Grafik Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

Grafik hasil pegabdian kepada masyarakat Desa Cinangka Depok, seperti gambar 7 :



Gambar 7. Efektifitas PKM dan Pemahaman Peserta

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 30 responden warga desa dan para pemuda karang taruna Cinangka Depok yang mengikuti sosialisasi tingkat pemahaman materi PKM adalah responden yang Sangat Paham 8 orang atau 17%, Paham 20 orang atau 67 %, Kurang Paham 2 orang atau 6%.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan didapat kesimpulan sebagai berikut :

- a. Para pemuda karang taruna dan warga desa Cinangka Depok harus didampingi dan dibantu untuk dapat mengaplikasikan new knowledge pada bidang pemasaran produk yang dapat dimulai dari berbagai cara sederhana yang sebelumnya sudah diberikan penyuluhan sekaligus pelatihan oleh tim PKM Universitas Pamulang.
- b. Hasil kuesioner terhadap pemahaman penyampaian materi kepada masyarakat warga Cinangka Depok Sangat Paham 8 orang atau 17%, Paham 20 orang atau 67 %, Kurang Paham 2 orang atau 6%.

artinya para responden bisa memahami dan mengimplementasikan materi guna yang disampaikan oleh team PKM.

5. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan didapatkan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perlunya edukasi berkelanjutan dalam hal memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk yang telah dibuat.
2. Membuat rancangan dan praktek langsung untuk edukasi berbasis teknologi informasi yang sangat dibutuhkan di era sekarang.

6. Ucapan Terimakasih

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bisa diselesaikan berkat bantuan rekan-rekan dosen dan mahasiswa Teknik Industri Universitas Pamulang dan peran serta Pemuda Karang Taruna RT 02 RW 08 Cinangka Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, RA, (2016), *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*, p. 111;
 ALKIMIA: Jurnal Ilmu Kimia dan Terapan Vol. 2 No. 2 2018 27 Penetapan Kadar Surfaktan Anionik Pada Deterjen Cuci Cair Secara Metode Titrimetri, Ika Candrika Wibisono
- Deby Anggina, Novia Dewi, Fajar Restuhadi. 2020. Strategi Pemasaran Agroindo Industri Dodol Rasa Buah Lokal. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, Vol. 17, No.1. Program Pascasarjana, Magister Agribisnis, Universitas Riau, Indonesia
- Kumar, Nirmalya, Lisa Scheer, and Philip Kotler. 2000. From Market Driven to Market Driving. *European Management Journal*. Volume 18, Issue 2.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset. Yogyakarta
- Zuhrotun Nisak. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis* Vo.9 No.2.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode penelitian Manajemen: “Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan disertai Ilmu Manajemen”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponnogoro.
- Susanto, Christian. 2004. “Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional”. *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, September.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa* Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta