

Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian kepada Masyarakat

Vol. 3, No. 3, Desember 2019, Hal. 373-378

ISSN: 2580-2569; e-ISSN: 2656-0542

DOI: <https://doi.org/10.12928/jp.v3i1.1229>

Penerapan teknologi toko online untuk pemasaran produk bagi ibu-ibu Aisyiyah Gunungkidul

Gita Indah Budiarti, Murein Miksa Mardhia, Ahmad Azhari

Fakultas Teknologi Industri, Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ring Road Selatan, Yogyakarta

Email: gita.indah@che.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran dan promosi merupakan hal terpenting bagi penjualan produk. Ibu-ibu Aisyiyah Gunungkidul (mitra) memiliki produk, salah satunya makanan ringan dari mokaf. Perlu adanya inovasi pada pemasaran untuk meningkatkan penjualan mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk membuat toko online bagi mitra kemudian melatih mitra untuk menggunakannya. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini mitra mampu menggunakan website dan aplikasi dengan baik. Mitra yang dapat menunggah produknya sebesar 63%. Mitra sangat antusias pada pelatihan ini, dan berharap ada tindak lanjut dari kegiatan ini.

Kata kunci : Gunungkidul, pengabdian masyarakat, pemasaran online, mokaf, pelatihan, teknologi

ABSTRACT

Marketing and promotion are the most important things for product sales. Aisyiyah Gunungkidul mothers (partners) have products, one of which is snacks from the mokaf. There needs to be innovation in marketing to increase partner sales. This activity aims to create an online shop for partners and then train partners to use it. The method used is training and evaluation. The results of this activity partners are able to use the website and application well. Partners who can upload their products by 63%. Partners are very enthusiastic about this training, and hope that there will be a follow-up to this activity.

Keywords : Gunungkidul, community service, online marketing, mocaf, training, technology

PENDAHULUAN

Di era industri 4.0 ini pengusaha lokal harus dapat menggunakan teknologi. Ibu-ibu kelompok Aisyiyah Gunungkidul adalah salah satu dari pengusaha baru yang belum terlalu mengenal teknologi. Permasalahan ibu-ibu tersebut adalah kesulitan dalam mempromosikan dan memasarkan produknya. Selama ini pemasaran produk hanya dititipkan pada swalayan, toko atau warung. Promosi yang dilakukan oleh ibu-ibu sebatas dari mulut ke mulut. Gunungkidul merupakan tempat pariwisata yang sering dikunjungi turis, banyak potensi produk yang dihasilkan di wilayah tersebut (Kabupaten Gunungkidul, 2019). Namun, masih banyak potensi Gunungkidul yang belum maksimal. Salah satunya hasil pertanian Gunungkidul yang belum optimal adalah singkong. Selama ini singkong hanya dijual mentah dengan harga yang murah (Subdirektorat Statistik Harga Pedesaan, 2014). Padahal singkong

mengandung gizi yang tinggi. Kandungan gizi singkong dapat dilihat pada Tabel 1 (Zulaidah, 2011).

Tabel 1. Komposisi pati pada ketela pohon

Komposisi	Persen Berat (%)
Karbohidrat	87,87
Lemak	0,51
Protein	1,60
Air	7,80
Abu	2,22

Para pengusaha di Gunungkidul, salah satunya kelompok ibu-ibu Aisyiyah telah memproduksi makanan olahan dari tepung mokaf. Mokaf adalah hasil samping pembuatan tepung tapioka (ampas singkong). Selama ini ampas tersebut hanya dibuang saja, padahal pada mokaf terdapat serat-serat yang bermanfaat. Produk yang dihasilkan kelompok ibu-ibu Aisyiyah Gunungkidul adalah makanan ringan, antara lain pathilo, kue dari mokaf, dan masih banyak yang lain. Usia ibu-ibu pengusaha ini berkisar antara 30-50 tahun (Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, 2016). Usia tersebut merupakan usia produktif, masih bisa dilatih untuk menggunakan teknologi. Pemasaran online merupakan teknik pemasaran menggunakan teknologi internet, melalui aplikasi maupun *website*. Tujuan pemasaran online adalah memperluas area pemasaran dan membantu ibu-ibu Aisyiyah untuk mempromosikan produknya (Holiday, 2013). Tujuan pengabdian ini adalah menerapkan teknologi pemasaran online melalui *website* dan aplikasi bagi ibu-ibu kelompok Aisyiyah Gunungkidul. Manfaat dari kegiatan ini ibu-ibu Aisyiyah dapat memperluas area pemasaran dan promosinya sehingga omset penjualan akan meningkat, sehingga masyarakat semakin sejahtera.

METODE

Solusi yang ditawarkan dari permasalahan yaitu teknik promosi dan pemasaran online. Mitra yaitu ibu-ibu Aisyiyah Gunungkidul diberi pelatihan untuk menggunakan aplikasi dan *website* pemasaran online. Mitra dilatih untuk *log in*, mengunggah foto produk dan penentuan harga. Program dilaksanakan pada tanggal 9-10 Agustus 2019 di ruang rapat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Gunungkidul, Jeruk, Kepek, Wonosari, Gunungkidul pada pukul 10.00. Mitra yang hadir 30 orang. Kegiatan ini dibantu oleh 5 mahasiswa (1 mahasiswa teknik kimia dan 4 mahasiswa teknik informatika). Mahasiswa bertugas sebagai 1 operator sekaligus *programmer*, 4 yang lain bertugas membantu peserta.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pelatihan ini dilakukan pada tanggal 9-10 Agustus 2019 pada pukul 10.00. Narasumber pelatihan ini adalah Murein Miksa M, yang merupakan salah satu anggota tim program pengabdian yang berasal dari program studi teknik informatika dibantu oleh *programmer*. *Website* terdiri dari beberapa menu, salah satunya adalah menu produk. Selain *website*, pemasaran online ini terdapat bentuk aplikasi. Hal ini untuk memudahkan mitra, sehingga tidak harus selalu masuk ke browser dan mengetik alamat *website* berkali-kali. Melalui *website* <https://produkgunungkidul.com/> yang memanfaatkan platform mobile ini, konsumen dapat langsung mengakses pameran produk-produk olahan peserta pelatihan PKM dan juga dapat langsung mememesannya, seperti yang ditampilkan gambar 1-2. Terdapat fitur *delivery* (pesan antar) untuk memudahkan konsumen menikmati produk camilan sehat ini. *Website* juga

menyediakan fitur apabila konsumen juga ingin menjadi *reseller* atau distributor produk dari penjual/produsen. Kemudahan transaksi inilah yang ingin dicapai dengan adanya media pemasaran website online. Target penjualan dapat ditingkatkan dan cakupan pemasaran juga dapat diperluas.



Gambar 1. Tampilan website pemasaran



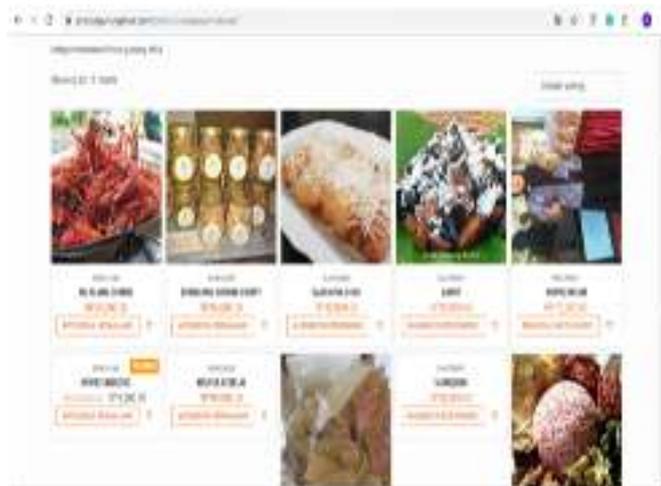
Gambar 2. Tampilan aplikasi pemasaran produk ibu-ibu Aisyiyah Gunungkidul

Pelatihan ini merupakan sesi kedua dari pembuatan website. Setelah website jadi peserta diminta untuk menggunakannya. Narasumber pelatihan ini adalah Murrein Miksa M, S.T., M.T dan Ahmad Azhari, S.Kom., M.Eng. Kegiatan ini dimulai dengan mengajari peserta untuk membuat akun sebagai pembeli. Kemudian, peserta diajari untuk membuat akun penjual.

Setelah itu peserta diminta mengunggah foto produk. Peserta juga bisa melihat berapa orang yang sudah membeli menggunakan akun tersebut.

Peserta pelatihan menyampaikan sangat senang dan antusias dengan adanya pelatihan ini. Karena dengan adanya pelatihan ini mitra dapat memperluas promosi. Selain dilatih memasarkan produk secara online, peserta juga dilatih untuk memfoto produk secara professional agar menarik perhatian konsumen.

Pada kegiatan ini evaluasi yang dilakukan dengan cara memantau peserta apakah sudah mampu membuat akun toko dan mengunggah produknya. Dari aplikasi maupun website terlihat dari 30 peserta, sebanyak 19 peserta sudah mampu mengunggah produknya. Kendala 11 peserta yang tidak mengunggah produknya adalah akses internet terbatas, dikarenakan jaringan internet lemah, handphone peserta lemot dan tidak mendukung. Produk peserta yang sudah diunggah dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk yang sudah diunggah

Luaran dari kegiatan ini berupa website dan aplikasi online, hak cipta dari toko online ini. Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah melakukan evaluasi penggunaan toko online ini dan evaluasi keuangan sederhana. Sebaiknya mitra merekrut admin untuk mengelola toko online tersebut.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah pelatihan website dan aplikasi pemasaran online dapat membantu mitra dalam pemasaran dan promosi produknya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi [109/SP2H/PPM/DRPM/2019], Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan, dan Pimpinan Daerah Aisyiyah Gunungkidul khususnya Majelis Ekonomi dan Ketahanan Pangan

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, (2016). Jumlah Penduduk Menurut Golongan Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Gunungkidul. <https://gunungkidulkab.bps.go.id/statictable/2017/08/03/60/jumlah-penduduk-menurut->

golongan-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-gunungkidul-2016.html (diakses 10 Oktober 2019)

Holiday, R. (2013). *Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising*. Portfolio Penguin Publisher. New York.

Kabupaten Gunungkidul, (2019). Profil Kabupaten Gunungkidul. <https://gunungkidulkab.go.id/>. (diakses pada 10 Oktober 2019).

Subdirektorat Statistik Harga Pedesaan. (2014). Diagram Timbang Nilai Tukar Petani. Badan Pusat Statistik. www.bps.go.id[diakses pada tanggal 20 Agustus 2018].

Zulaidah, Agustien. (2011). “Modifikasi Ubi Kayu Secara Biologi Menggunakan Starter Bimo-CF Menjadi Tepung Termodifikasi Pengganti Gandum”. Universitas Diponegoro Semarang.

