



---

## IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN TRANSAKSI PENJUALAN PADA USAHA BERSAMA MUTIARA

Oleh

Anggalia Wibasuri<sup>1</sup>, Fitria<sup>2</sup>, MS Hasibuan<sup>3</sup>, Suwandi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jln. ZA pagar Alam No 93 A Bandar Lampung, Lampung, 35136

E-mail : [anggalia@darmajaya.ac.id](mailto:anggalia@darmajaya.ac.id), [suwandi@darmajaya.ac.id](mailto:suwandi@darmajaya.ac.id),

[fitria@darmajaya.ac.id](mailto:fitria@darmajaya.ac.id), [msaid@darmajaya.ac.id](mailto:msaid@darmajaya.ac.id)

---

### Article History:

Received: 12-11-2021

Revised: 18-12-2021

Accepted: 27-12-2021

### Keywords:

Tapis, Digital Marketing,  
Empowerment

**Abstract:** *The Joint Business Group (KUB) "Mutiara" has a business in processing filter material into several products such as caps, bags, clothes and slings. Determination of selling prices and marketing (marketing) is a problem faced by KUB Mutiara. The determination of the selling price only takes into account wages without reviewing the market price. The marketing model is done by entrusting the goods to the sales center. This community service aims to provide training for determining selling prices and digital marketing. The method used is counseling and training for KUB Mutiara employees. There are 10 craftsmen and 3 admins who are trained to improve product innovation, pricing and digital marketing training. The results achieved after dedication, product innovation grew by 85%, understanding of price determination from not understanding to understanding, increasing sales by 70%*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan era revolusi industri berbasis teknologi yang sedang berlangsung pada saat ini berdampak pada perubahan masyarakat dan dunia bisnis [1] [2]. Dampaknya membuat setiap perusahaan dituntut untuk memproduksi secara efisien agar mampu bertahan dan bersaing. Secara fundamental, revolusi teknologi ini akan merubah cara hidup dan cara bekerja satu sama lain dalam lingkup keseluruhan. Salah satu aspek penting untuk mengimplementasikan hal tersebut adalah pengembangan usaha dengan menggunakan internet [2][3].

Kelompok usaha Bersama industri kecil yang menjadi mitra terletak di wilayah Tanjung Rejo Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran. Kelompok Usaha Bersama "MUTIARA" ini diprakarsai oleh seorang Bapak yang bernama Irsyad. Bapak Irsad memiliki kemampuan untuk membuat berbagai bentuk kerajinan yang berasal dari Kain Tapi tetapi beliau lebih fokus dengan keunggulan apa yang dapat diingat oleh masyarakat khususnya di daerah Tanjung Rejo terlebih di daerah Negeri Katon. Permasalahan yang dihadapi kelompok usaha ini yaitu: Penentuan harga jual berdasarkan harga bahan baku dan mengabaikan jasa serta nilai seni. Untuk pemasaran hanya dititipkan ke toko sekitar dan rumah.



Menurut iin dkk peningkatan keputusan membeli seseorang terhadap produk salah satunya jika produk dipasarkan secara online [4]. Untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam menjual online maka diperlukan penyuluhan dan pelatihan. Proses peningkatan pengetahuan melalui penyuluhan dan pelatihan terbukti mampu meningkatkan penjualan .

Beberapa solusi yang ditawarkan kepada Kelompok Usaha Bersama Mutiara yaitu melakukan pendampingan untuk menemukan harga pokok produk dan memberikan pelatihan terkait marketing digital.

1. Memberikan pemahaman pentingnya Merek pada suatu Produk.
2. Memberikan solusi dalam pembuatan kreasi pada produk.
3. Memberikan solusi pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi.
4. Mengantisipasi masalah pemahaman penggunaan teknologi informasi.
5. Memberikan solusi dalam menentukan dan menetapkan harga jual produk kerajinan.

Tujuan pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu Memberikan pelatihan pembuatan kerajinan pembuatan kreasi pada produk menjadi aksesoris seperti : Tas, Dompot, Casing HP, Jilbab, Baju. Memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penerapan dan pengoperasian online berbasis digital marketing sebagai usaha untuk pemasaran produk kerajinan yang dihasilkan. Membuat modul pengoperasian pemasaran online. Memberikan pelatihan penentuan harga pokok penjualan pada produk kerajinan. Terimplementasinya aplikasi pemasaran online untuk kelompok usaha bersama "MUTIARA". Memberikan fasilitas sarana dan prasarana untuk pemasaran online. Pemberdayaan transfer knowledge bagi mitra.

Masalah yang dihadapi KUB Mutiara yaitu: pemahaman tentang merk, kreasi produk yang terbatas dan model pemasaran konvensional.

## **METODE**

Untuk menyelesaikan masalah dalam bidang manajemen kita memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a. Membangun Merek yang kuat

Dalam bisnis, merek yang baik akan membuat orang lain mudah percaya dan memudahkan dalam penjualan produk. Ketika merek produk dapat mencerminkan keyakinan dan nilai, maka merek tersebut dapat mengarahkan calon pelanggan kepada hal-hal yang sebenarnya belum mereka butuhkan. Untuk dapat menghasilkan penjualan yang signifikan, tentu saja pengrajin kain tapis khususnya peci pak irsad harus bisa membentuk merek yang kuat dan dipercaya oleh pelanggannya. Akan tetapi, selama berjalannya usaha ini, produk kerajinan kain tapis peci pesawaran pengrajin tersebut tidak diberikan merek, karena keterbatasan pengetahuan dan pemahaman mereka akan pentingnya merek. Di era teknologi informasi sekarang ini, ada sebuah system teknologi informasi yang disebut online, dimana system ini dapat membantu pemasaran dengan system online dengan begitu jelas sangat diperlukan merek dari sebuah produk, agar dapat dibedakan dengan produk yang lainnya.

- b. Penentuan segmentasi, targetting dan positioning (STP) pasar. Sebelum memasarkan sebuah produk, penting bagi pelaku usaha untuk menentukan target pasar yang diinginkan yaitu dengan membagi segmentasi pasar sesuai dengan umur konsumen, gaya hidup

masyarakat, kebutuhan konsumen, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk lebih mudah mengarahkan usaha pemasaran dan membentuk merek yang kuat dan bernilai bagi target konsumen yang sudah dipilih.

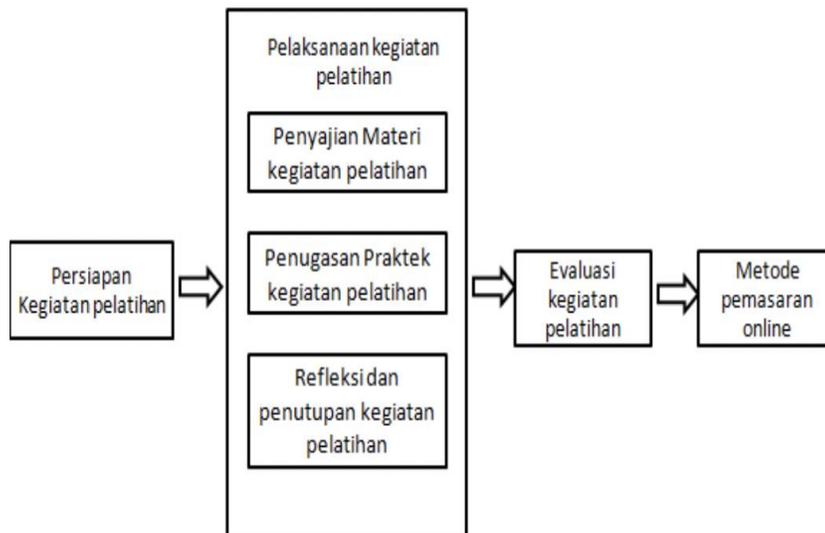
c. Menentukan jalur distribusi produk

Selain pembentukan merek yang kuat dan STP produk, pengrajin MUTIARA juga harus memperhatikan jalur distribusi produk. Hal ini sangatlah penting, agar produk yang dihasilkan bisa sampai ke tangan konsumen. Beberapa alternatif yang bisa digunakan untuk mendistribusikan produk yaitu dengan cara konsinyasi (titip jual), mengenalkan melalui pameran-pameran, atau memasarkannya langsung melalui toko online (E-Commerce).

d. Memanfaatkan media internet

Pemanfaatan internet merupakan salah satu strategi jitu untuk mendapatkan pasar yang lebih luas.

Metode Pelaksanaan



Gambar 1 Metode Pelaksanaan

1. Persiapan Kegiatan Pelatihan

Dalam tahap persiapan ini tim pengusul merencanakan pelaksanaan secara konseptual, operasional, penentuan dan recruitment peserta pelatihan, pembuatan Instrumen kegiatan kemitraan masyarakat seperti lembar presensi, pelatihan, dan persiapan konsumsi, publikasi, izin penggunaan lokasi, dokumentasi, dan sebagainya.

2. Penyajian materi kegiatan pelatihan

Tahap ini merupakan tahap pelatihan yang diberikan kepada pengrajin. Pelaksanaan pelatihan ini mencakup beberapa hal yaitu:

a. Penyajian Materi Kegiatan Pelatihan

Materi yang disajikan terkait dengan praktek cara mendesain motif kain menjadi produk kreatif yang berdaya jual. Materi disajikan oleh tim pengusul pengolahan kain tapis menjadi produk kreatif yang berdaya jual.

b. Penugasan praktik kegiatan pelatihan

Para pengrajin diberi tugas untuk membuat satu produk kain tapis dengan bahan yang telah disediakan oleh tim pengusul dengan tahapan-tahapan yang telah disiapkan oleh tim pengusul. Pembuatan produk dengan pengolahan kain tapis, seperti mengolah Peci, Tas,



Dompot dan casing HP.

c. Refleksi kegiatan pelatihan dan penutupan kegiatan pelatihan

Di akhir kegiatan peserta dan Tim melakukan refleksi hasil pelatihan dan para peserta juga memberikan evaluasi akan pelatihan ini. Setelah semua kegiatan yang telah direncanakan terlaksana, ketua tim pengusul menutup program dan memberikan pesan kepada seluruh peserta pelatihan untuk menerapkan apa yang telah didapatkan untuk memperkaya pembelajaran tentang pengolahan peci khas pesawaran.

d. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan program kemitraan masyarakat ini dilakukan dengan beberapa cara, yakni evaluasi terhadap proses dan evaluasi terhadap hasil. Evaluasi terhadap proses dilihat dari keseriusan dan ketekunan para peserta dalam mengerjakan tugas praktek dan evaluasi terhadap hasil dinilai dari hasil karya para peserta. Hasil praktiknya dinilai dan hal itu menggambarkan keberhasilan materi yang disajikan.

## HASIL

### Kegiatan yang dilakukan

Program Pengabdian masyarakat dilaksanakan diawali dengan melakukan diskusi tim pengabdian masyarakat. Kegiatan diskusi tim dihadiri lengkap dengan tim support guna merumuskan mekanisme pengabdian mulai dari menggali permasalahan, menganalisa permasalahan dan merumuskan solusi.



**Gambar 2 Meeting tim Pengabdian**

Setelah melakukan meeting tim pengabdian menentukan beberapa kegiatan yang akan dilakukan di yaitu melakukan pelatihan untuk menentukan harga jual dan melakukan pelatihan marketing online. Proses pelatihan menentukan Harga Pokok Produksi dilakukan mulai dari menghitung biaya bahan baku, menghitung biaya produksi, menghitung biaya pokok produksi, menghitung Harga Pokok Produksi (HPP)[5]. Setelah mendapatkan harga pokok maka digunakan rumus harga jual.



Harga Jual = Harga Perolehan + (Harga Perolehan x % Markup)

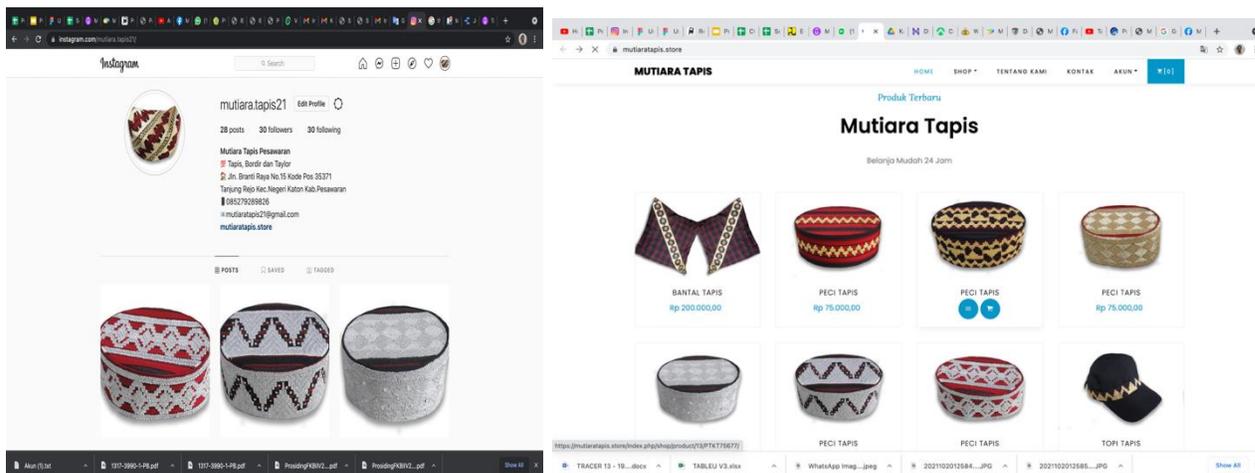
Kegiatan berikutnya yaitu kegiatan pelatihan digital marketing dengan menggunakan web commerce Mutiara yang nanti juga dapat dijadikan wadah untuk jual beli. Web Mutiara online merupakan solusi dari marketing yang dilakukan secara konvensional [6]. Web ini dapat menjangkau pasar tidak hanya di sekitar pesawaran lampung namun sudah ke berbagai daerah dan negara.



Gambar 3 Pelatihan Web

Pelatihan dilakukan kepada kelompok usaha Bersama Mutiara, proses pelatihan mulai dari foto produk, memasukkan stok, penentuan harga jual dan menu helpdesk. Proses pelatihan dilakukan secara luring dan langsung pada webnya.

Dibawah ini merupakan hasil dari diskusi terkait penentuan harga jual dan digital marketing. Harga jual sudah mampu bersaing dengan kualitas produk yang dijaga mutunya. Produk disajikan didalam website <https://mutiaratapis.store/> yang dibagi menjadi 5 kategori yaitu peci, syal, topo, tas dan hiasan dinding.



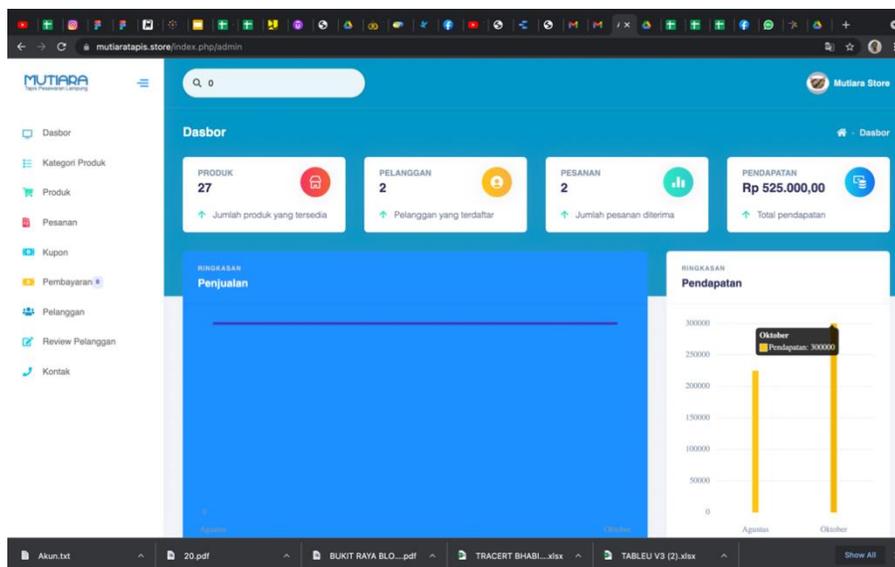
Gambar 4 Tampilan Web dan Instagram



### Monitoring dan evaluasi

Proses monitoring dilakukan secara daring dan luring karena terkait pembatasan bepergian di provinsi Lampung. Proses luring dengan melakukan observasi dilapangan terkait proses produksi dan cara operasional web. Proses produksi memastikan bahwa layanan pemesanan diproses 1 x 24 jam sampai kepada pengiriman barang. Admin dipastikan memberikan layanan ramah kepada setiap customer melalui website, Instagram dan No Whatsapp.

Sedangkan proses daring dilakukan dengan melihat update dari produk dan juga log aktivitas pembelian. Terlihat sejak adanya web marketing dan penjualan Mutiara penjualan meningkat setiap bulannya. Hal ini merupakan tujuan dari proses pengabdian masyarakat yang dilakukan IIB Darmajaya.



**Gambar 5 Dashboard Monitoring**

### Kendala yang dihadapi

Kendala yang dihadapi pada saat pengabdian merupakan kendala klasik terkait jaringan internet yang tidak stabil. Disamping itu kendala lain proses perubahan dari pemasaran konvensional kepada digital dibutuhkan admin yang khusus untuk melakukan monitoring pemesanan. Hal ini merupakan pekerjaan baru karena yang bertugas biasanya hanya bekerja sebagai pengrajin.

### KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan tim pengabdian masyarakat IIB Darmajaya maka diperoleh beberapa kesimpulan (1) 85% karyawan KUB Mutiara telah memiliki pengetahuan dan pemahaman terkait penentuan harga pokok; (2) 85% memiliki pengetahuan dan ketrampilan memasarkan produk dengan menggunakan internet; (3) 50% karyawan mampu memasarkan produk dengan menggunakan Instagram untuk membantu pemasaran melalui web yang telah dibangun.



Saran yang diberikan agar KUB Mutiara dapat mengembangkan pemasarannya dengan mendaftarkan ke marketplace seperti shoope, Tokopedia dan facebook. Hal bermanfaat agar pemasaran bisa lebih luas lagi menggapai pasar.

#### DAFTAR REFERENSI

- [1] A. D. Cahya, B. D. Maharani, and P. D. Cahyani, "Strategi peningkatan produktivitas usaha pemuda produktif gunungkidul," *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 4, no. 4, pp. 538–547, 2020.
- [2] A. D. Evasari, Y. B. Utomo, and D. Ambarwati, "Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri," *Cendekia J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 2, p. 75, 2019, doi: 10.32503/cendekia.v1i2.603.
- [3] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *Semin. Nas. Keuang. dan Bisnis IV*, no. April 2015, pp. 327–337, 2015.
- [4] orland jorge umanual I'in endang mardiani, "Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media," *J. Ekon.*, vol. 4, no. November, 2013.
- [5] M. S. Hasibuan, "Analisis Perhitungan Hpp Menentukan Harga Penjualan Yang Terbaik Untuk Ukm," *J. Teknovasi*, vol. 03, no. 2, pp. 10–16, 2016.
- [6] D. Hendarsyah, "E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0," *IQTISHADUNA J. Ilm. Ekon. Kita*, vol. 8, no. 2, pp. 171–184, 2019, doi: 10.46367/iqtishaduna.v8i2.170.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN