

Artikel Hasil Pengabdian kepada Masyarakat**PERANCANGAN DAN PEMANFAATAN MARKETING 4.0
UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK TALIKUR****Yeni Rahmawati^{1,2}, Ira Vahlia¹**¹Universitas Muhammadiyah Metro- Jl. Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia²Email: yeni.rahmawati1988@yahoo.com**Abstrak**

Di era jaman sekarang masih terdapat juga sebagian perusahaan yang hanya mempercayakan pekerjaan kepada kaum laki-laki saja sehingga kaum perempuan tidak bisa mengembangkan potensi yang ada pada dirinya, sehingga perlu wadah khusus yang mampu menampung aspirasi perempuan-perempuan sehingga potensinya bisa tersalurkan dengan baik. Mitra dalam program kemitraan masyarakat ini yaitu kelompok ibu-ibu Kencana Desa Sumbergede Ngapur Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur yang rata-rata memiliki kesibukan dalam mengurus rumah tangga, namun kelompok ini memiliki peran sangat penting dalam perkembangan potensi daerah tersebut. Permasalahan yang dialami kelompok mitra adalah, a) Mitra belum memiliki produk kerajinan yang dapat meningkatkan pendapatan dan belum pernah mengikuti pelatihan ekonomi kreatif yang dapat mengembangkan kreativitas ibu rumah tangga, b) Mitra belum menggunakan aplikasi e-commerce sebagai alat marketing untuk menjual produk namun hanya digunakan untuk penggunaan sosial media. Tujuan pengabdian adalah dapat meningkatkan kemampuan kelompok mitra: a) Mitra mengetahui Marketing 4.0 di era teknologi dan informasi, b) Mitra dapat menggunakan aplikasi e-commerce untuk menjual produk kerajinan talikur. Mitra dapat Untuk mewujudkan terget tersebut, maka mitra diberikan pelatihan pembuatan akun marketing 4.0 pada aplikasi dengan pemateri Ibu Yeni Rahmawati ES, M. Pd. dan pendampingan oleh pemateri Ibu Ira Vahlia, M. Pd. di Kencana Desa Sumbergede Ngapur Kecamatan Sekampung pada tanggal 8 dan 9 September 2019 di Sekampung sehingga ibu-ibu rumah tangga memiliki produk yang memiliki eksklusifitas tinggi. Hasil pengabdian marketing ini yaitu ibu-ibu rumah tangga memiliki akun aplikasi marketing 4.0 yang dapat digunakan untuk memasarkan produk talikur yang sudah dibuat. Mitra sangat antusias dalam mempelajari pemasaran marketing 4.0 karena didalamnya diberikan pendampingan dalam membuat toko online pada aplikasi e-commerce sehingga nantinya mitra mampu memasarkan produknya seperti pada aplikasi pada Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada.

Keyword: : E-Commerce , Kerajinan Talikur; Marketing 4.0**PENDAHULUAN**

Pemerintah Kabupaten Lampung Timur terus berupaya untuk mengurangi angka pengangguran, salah satu caranya adalah dengan mengembangkan usaha kecil di rumah tangga atau home industri. Nugraha (2014) Istilah *Home industry* atau usaha di rumah adalah tempat tinggal yang merangkap tempat usaha, baik itu berupa usaha jasa, kantor hingga perdagangan. Di era jaman sekarang masih terdapat juga sebagian perusahaan yang hanya mempercayakan

pekerjaan tersebut kepada kaum laki-laki saja sehingga kaum perempuan tidak bisa mengembangkan potensi yang ada pada dirinya, sehingga perlu wadah khusus yang mampu menampung aspirasi perempuan-perempuan sehingga potensinya bisa tersalurkan dengan baik. Mitra dalam program kemitraan masyarakat ini yaitu kelompok ibu-ibu Kencana Desa Sumbergede Ngapur Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur yang rata-rata memiliki kesibukan dalam mengurus

rumah tangga, namun kelompok ini memiliki peran sangat penting dalam perkembangan potensi daerah tersebut. Menurut Joesyiana (2017) Industri rumah tangga diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumah tangga mempunyai jumlah unit usaha yang jauh lebih baik dibandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Pelatihan talikur berbasis *E-Commerce* yang merupakan salah satu upaya untuk mengalihkan peran tradisi perempuan menjadi peran transisi sehingga bisa meningkatkan perekonomian keluarga tanpa meninggalkan kewajiban para wanita sebagai ibu rumah tangga. Kosasi (2015) Sistem *E-Commerce* sudah menjadi bagian dari strategi perluasan usaha bisnis dan merupakan strategi promosi *online* yang sangat efektif dan secara spesifik dapat memperluas segmentasi pasar sasaran.



Gambar 1. Sistem *E-Commerce*

Peningkatan nilai tambah ini bisa dilakukan dengan penjualan secara *onlineshop* pada aplikasi *E-Commerce* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Belibeli.com*, dll. *Online shop* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui *internet* dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui *display* dengan gambar yang ada di suatu *website* atau toko maya. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjual adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Dengan *E-Commerce*, mitra dapat melakukan transaksi bisnis dengan lancar dan memperluas jaringan dalam bertransaksi

online. Menurut Mukhoyaroh (2019) *Marketing* adalah serangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik dengan cara memproduksi produk kemudian memberikan harga dan mempromosikannya kepada konsumen sehingga terjadilah penjualan. Menurut Susanti (2018) diciptakannya teknologi *e-marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran yang mampu menjangkau jaringan masyarakat luas. Dengan *marketing* bisa disebut sebagai beberapa aktivitas yang saling berhubungan guna memenuhi apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga produsen mendapatkan keuntungan dari apa yang dibeli oleh konsumen. Desa Sumbergede memiliki jaringan internet yang memadai, ibu-ibu rumah tangganya memiliki *Handphone(HP) android* sehingga sering sekali digunakan untuk berbelanja *online* seperti *shopee*, *tokopedia* maupun *bukalapak*, namun tidak dimanfaatkan untuk kegiatan yang dapat menambah penghasilan namun hanya digunakan sebagai alat komunikasi dan *browsing* ke sosial media seperti *facebook*, *instagram* dan *twitter*. Oleh karena itu, pengabdian melatih ibu-ibu rumah tangga untuk dapat menghasilkan produk yang memiliki harga jual tinggi disela-sela kesibukan sebagai ibu rumah tanggasehingga melalui pelatihan ini ibu-ibu tidak hanya sekedar *chatting* di media sosial, namun bisa mengembangkannya menjadi *e-commerce* dalam bentuk toko *online* dan sosial media *marketing*. Bisnis *online* memiliki prospek yang cukup bagus dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang, karena hampir semua orang menginginkan segala sesuatu yang praktis dalam usaha memenuhi kebutuhan hidup. Divadan Winanta (2015). Konsumen tidak harus datang jauh-jauh untuk mencari toko penjual, namun dapat menggunakan aplikasi *e-commerce* dengan memasukkan produk kekeranjang, setelah *check out* konsumen mendapat kode pembelian kemudian mentransfer sehingga mempermudah dalam bertransaksi jual beli. Mukhoyaroh (2019) menghasilkan pengabdian dengan adanya pelatihan dan solusi *marketing 4.0* sangat membantu mengatasi permasalahan pemasaran produk kedua mitra. Hasil pengabdian Ermayda, dkk. (2019) melalui strategi digital *marketing*, beberapa produk yang dihasilkan oleh kelompok PKK dapat dikenal secara meluas sehingga mampu mengangkat nama daerahnya.

Selain itu menurut Masiah (2018) salah satu yang bisa dilakukan untuk kesejahteraan sosial dengan memberikan kesibukan ‘positif’ terhadap remaja dan ibu-ibu rumah tangga berupa pelatihan keterampilan produk *handmade*. Produk *handmade* berupa tas dari talikur. Konsumen juga dapat melihat untuk rating penjualan produk yang akan dibeli sehingga sudah mengetahui apakah produk bagus, kemudian pengiriman lancar sampai ke konsumen.

PROGRAM PENGABDIAN

Pengenalan marketing 4.0 yakni dengan menggunakan aplikasi *e-commerce*. Marketing adalah ujung tombak yang menjadikan suatu perusahaan akan meraih kesuksesan atau kemunduran. Abussamad (2018) Adapun tujuan umum yang dicapai adalah peningkatan pengetahuan dan pemahaman akan *marketing mix* yang dapat di kembangkan dan mampu melayani konsumen melalui proses manajemen marketing yang baik. Marketing mempunyai tugas utama, yaitu menjual produk atau jasa dari suatu perusahaan yang mempunyai target pasar sesuai dengan yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut. Hal ini bertujuan agar mitra memiliki akun dan dapat mengoperasikan *e-commerce* dalam tokopedia, bukalapak, lazada, dan instagaram (<https://id.jobsdb.com>). Ipteks yang akan ditransfer berupa pelatihan penjualan produk secara E-Commerce.

Pengertian

E-Commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-Commerce* berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di Internet *shopping*. Lebih mudahnya *E-Commerce* didefinisikan sebagai pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya (HP).

Pembuatan E-commerce

Pelatihan dan pendampingan mengenai pembuatan akun diberikan sampai mitra memiliki kemampuan untuk memperjual belikan hasil produknya dengan menggunakan aplikasi *Shopee* Tokopedia, Bukalapak, dan Instagram.

Prosedur Pembuatan E-commerce dengan menggunakan aplikasi Tokopedia,

Bukalapak, dan Instagram

Langkah-langkah Pembuatan *E-commerce* dengan menggunakan aplikasi *Shopee*, Tokopedia, Bukalapak, dan Instagram meliputi: perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian.

Perencanaan

Pada tahap perencanaan melakukan hal-hal berikut:

1. Mengobservasi keadaan mitra apakah sudah mempunyai *android* serta terdapat jangkauan internet yang baik pada daerah mitra.
2. Menemukan masalah yang berkaitan dengan keadaan mitra tentang penggunaan *android* dan penggunaan internet.
3. Membuat rencana kerja yang berisi antara lain target, waktu pelaksanaan, penanggung jawab, tempat, dan sarana/dana yang diperlukan untuk mencapai target tersebut.

Pelaksanaan

Setelah membuat perencanaan, pelaksanaan pengabdian melaksanakan pelatihan dan pendampingan marketing 4.0. Dalam tahap pelaksanaan berikut ini:

1. Mendampingi mitra dalam penggunaan internet.

Pengenalan E-commerce

Pengenalan *E-commerce* diharapkan membantu peserta program untuk memahami beberapa fasilitas internet yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Pengenalan ini akan membantu mitra untuk memahami beberapa pengertian tentang internet. Adapun uraiannya dari kegiatan ini:

- **Materi:** Pengenalan internet seperti fungsi dari internet, cara-cara penggunaan internet, menghubungkan hp android ke internet serta mengisi paket data internet.



Gambar 2. Pemberian Materi Marketing 4.0

- **Proses Pembelajaran:** Mitra akan langsung praktik dengan menggunakan hp ataupun laptop. Sebelumnya akan dicontohkan terlebih dahulu bagaimana menghubungkan internet sehingga mitra dapat meniru. Peserta dapat langsung tanya jawab dengan pemateri.



Gambar 3. Praktik Pembuatan Akun

- **Hasil:** Mitra mampu membuka internet serta mengenali tentang penggunaannya.

Marketing Online

- **Materi:** Marketing Online, Optimasi Marketplace, Instagram Marketing, CS Marketing dan BBM Marketing, Membangun Sistem Manajemen Bisnis Online Shop
- **Proses Pembelajaran:** Pemateri menjelaskan tentang Marketing Online, Optimasi Marketplace, Instagram Marketing, CS

Marketing dan BBM Marketing, Membangun Sistem Manajemen Bisnis Online Shop. Peserta program dapat bertanya apabila ada yang kurang jelas dengan pemateri.



Gambar 4. Penjelasan Pemateri didampingi Mahasiswa

- **Hasil:** Peserta program mempunyai kemampuan dalam Marketing Online, Optimasi Marketplace. Membangun Sistem Manajemen Bisnis Online Shop



Gambar 5. Pendampingan Pembuatan Akun Marketing 4.0

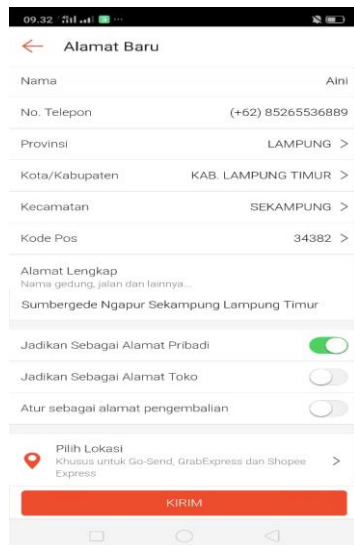
- **Evaluasi:** Dengan adanya evaluasi ini, mereka jadi lebih memahami bagaimana mereka menerapkan pelatihan dan pendampingan marketing 4.0. Evaluasi dilakukan dengan memantau dan mengarahkan peserta pelatihan untuk dapat memasukkan produk yang telah dibuat kedalam akun aplikasi E-Commerce, mengetahui bagaimana melakukan transaksi penjualan didalam aplikasi.

2. Melayani mitra membuat *E-commerce*



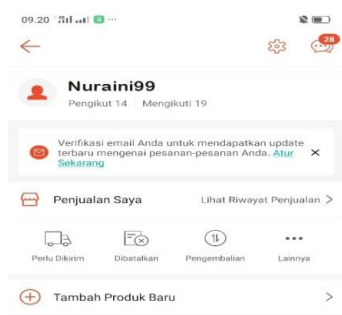
Gambar 5. Aplikasi *E-Commerce*

Penjual terlebih dahulu membuat email yang akan digunakan membuat akun pada aplikasi. Setelah itu bisa mendaftar, mengisi profil serta alamat yang ada pada toko *online*.



Gambar 6. Pembuatan Akun

Kelebihan dari marketing 4.0 ini adalah penjual dapat dengan mudah dimana saja, kapan saja menjual produknya tanpa harus memiliki toko ataupun menyewa toko. Pembeli pun dapat melihat produknya serta dimudahkan bertransaksi dengan hanya mentransfer briva yang sudah ditentukan oleh aplikasi.



Gambar 7. Tampilan Akun yang Sudah Jadi

Pendaftaran akun pada aplikasi shopee ini gratis tanpa biaya, namun fitur didalamnya sudah cukup lengkap karena penjual dapat memantau penjualan produknya. Terdapat saldo penjual yang terkoneksi langsung dengan *shopee pay* yaitu uang dibayarkan kepada penjual setelah pembeli menerima barang ke alamat yang dituju. Marketing 4.0 ini sangat aman karena dapat melindungi pembeli dari tindakan penipuan apabila barang tidak sesuai dengan gambar. Terdapat fitur *chat* penjual yaitu menanyakan lebih detail tentang produk.



Gambar 8. Penambahan Produk Talikur

Setelah akun jadi, penjual menambahkan foto produk real kedalam aplikasi kemudian dapat diberikan deskripsi produk yang sesuai. Keterangan yang diberikan

seperti warna, varian, stok, harga, serta kurir yang mengantar produk.

Pengendalian

Hal-hal yang dilakukan oleh pelaksana pengabdian dalam tahap pengendalian antara lain: Melaksanakan koordinasi dengan anggota tim pengabdian minimal sebanyak 2 kali.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan judul perancangan dan pemanfaatan marketing 4.0 untuk memperluas pemasaran produk talikur di Sumbergede Ngapur Sekampung Lampung Timur, adalah ibu-ibu PKK Kencana sangat antusias dalam kegiatan PKM ini, mitra juga menyambut baik dan mengikuti dengan tertib semua kegiatan yang berlangsung. Mitra merasa terbantu dengan adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Dengan adanya kegiatan PKM ini, mitra menjadi tahu cara-cara atau strategi memasarkan produk tas tali kur yang telah diberikan pelatihan sebelumnya oleh Ibu Yeni Rahmawati, M. Pd. dan Ibu Ira Vahlia, M. Pd. Mitra menjadi memiliki strategi bersaing di tengah kecanggihan teknologi yang ada, melalui strategi bersaing marketing 4.0.

Saran untuk kegiatan Program Kemitraan Masyarakat Marketing 4.0 Untuk Usaha Tas Talikur ini adalah mitra berharap masih akan mendapat perhatian dan pantauan akan strategi marketing 4.0 yang sedang dilakukan. Harapan lainnya kegiatan yang serupa akan ada lagi di tahun-tahun yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memfasilitasi pengabdian ini serta kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam berjalannya pengabdian ini terutama kepada ibu-ibu PKK Kencana Sumbergede Lampung Timur.

REFERENSI

Abussamad, Z. (2018). Pelatihan Aspek Marketing Mix Untuk Usaha Kerajinan Tangan Bagi Ibu – Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Leato Utara, Kecamatan Dumbo Raya Kota Gorontalo. *Laporan Pengabdian Mandiri*. 1-18. Diunduh pada file:///C:/Users/ACER/Downloads/Pelatihan-Aspek-Marketing-Mix-Untuk-Usaha-Kerajinan-Tangan-Bagi-Ibu-ibu-Rumah-Tangga.pdf

Diva, J dan Winanta, Y.I. (2015). *Metode Untuk Memajukan Usaha Bisnis Online di Kalangan Anak Muda Universitas Widya Mandala Surabaya*. The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014, Towards a New Indonesia Business Architecture, Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS.

- Ermayda, dkk.** (2019). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk PKK. *Jurnal Pengabdian UntukMu Negeri*. 3(2), 80-84. Diunduh pada file:///C:/Users/ACER/Downloads/1506-Article%20Text-2897-2-10-20191101.pdf
- Joesyiana.** (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur). *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*. 3(1), 159-172. Diunduh pada file:///C:/Users/ACER/Downloads/1275-337-3015-1-10-20180308%20(1).pdf
- Kosasi, S.** (2015). Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak. *Jurnal Snastia*. 14(9), 110-119. Diunduh pada http://www.jurnal.stmikpontianak.ac.id/file/SANDY_KOSASI_-SNASTIA_2015.pdf.
- Masiah, M., & Adawiyah, S.** (2018). Pemberdayaan remaja melalui keterampilan produk handmade sebagai upaya mencegah pernikahan dini. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(2), 131-138. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v14i2.586>
- Mukhoyaroh, AD. & Susilawati, R.** (2019). Marketing 4.0 Untuk Usaha Mikro Tas Tali Kur Desa Mojongapit Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang Jawa Timur. *Jurnal Terapan Abdimas*. 4(1). 52-56. Diunduh pada File:///C:/Users/Acer/Downloads/3808-9544-1-Sm.Pdf.
- Nugraha** (2014). Laporan Pengabdian. Diunduh pada <http://ejournal.uajy.ac.id/6454/2/KOM103709.pdf>
- Susanti, Nanik.** (2018). Perancangan E-Marketing Umkm Kerajinan Tas. *Jurnal Simetris*. 9(1), 717-722. Diunduh pada <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/simet/article/viewFile/2042/1323>

Dari internet: <https://id.jobsdb.com>

Dari internet: <https://www.jurnal.id>