

## STRATEGI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Edisi November, 2021, pp. 51 - 59

---

# PELATIHAN KEWIRUSAHAAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI DESA KARANGASEM JENU TUBAN

**Siti Kris Fitriana Wahyu Lestari<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama

E-mail: [sitikrisfitriana Wahyu Lestari@gmail.com](mailto:sitikrisfitriana Wahyu Lestari@gmail.com)

**Innayah<sup>2</sup>**

<sup>2</sup>Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

E-mail: [innayahmurtaji254@gmail.com](mailto:innayahmurtaji254@gmail.com)

---

### **Abstract**

*Every entrepreneur has a different strategy to market their products, but there must be several ways or strategies to develop them. This community service is a form of concern or sensitivity to students. With the rise of online-based sales, of course, mothers who are already clueless about social media can learn how to sell strategies using social media. In this training, we use the method of delivering material and discussion. The enthusiasm and response of the Karangasem village community was extraordinary, there was one participant who expressed a complaint about his product which had decreased due to the Covid 19 pandemic yesterday. Then there was a direct response from the presenter and also gave very helpful directions. Such as reducing production or laying off one of the employees due to the decline in production. From this training, people know more about strategies to increase sales. And not only that, they also gain knowledge, namely sales methods or methods that can be of interest to many people, but this strategy emphasizes selling online.*

**Keywords:** Strategy, Marketing, Service

### **Abstrak**

Setiap pengusaha mempunyai strategi yang berbeda-beda untuk memasarkan produknya, akan tetapi pasti ada beberapa cara atau strategi untuk mengembangkannya. Pengabdian masyarakat ini merupakan bentuk kepedulian ataupun kepekaan atas mahasiswa. Dengan maraknya penjualan yang berbasis online tentunya ibu-ibu yang sudah gaptek tentang sosial media bisa belajar bagaimana strategi untuk berjualan menggunakan media sosial. Pada Pelatihan ini, kami menggunakan metode penyampaian materi dan diskusi. Semangat antusias dan tanggapan masyarakat desa Karangasem sungguh luar biasa, ada salah satu peserta yang mengungkapkan keluhan atas produknya yang mengalami penurunan akibat pandemi Covid 19 kemarin. Lalu langsung ditanggapi dari pemateri dan juga memberikan arahan yang begitu membantu. Seperti mengurangi produksi ataupun memberhentikan salah satu karyawan karena menurunnya produksi tersebut. Dari pelatihan ini masyarakat lebih mengetahui bagaimana strategi agar penjualan terus meningkat. Dan tak hanya itu, mereka juga mendapatkan pengetahuan yaitu cara atau metode penjualan yang dapat di minati banyak orang, tetapi strategi ini lebih ditekankan berjualan dengan berbasis online.

**Kata kunci:** Strategi, Pemasaran, Pengabdian

---

## Pendahuluan

Strategi pemasaran sebuah produk memang membutuhkan sebuah keahlian. Dan mempunyai banyak tujuan untuk mencapai target pemasaran dan kepuasan konsumen atas penggunaan produk yang di hasilkan oleh sebuah perusahaan atau orang yang membuat produk tersebut (Achmad,2015:35). Maka dari itu, pada pelatihan ini dihadiri oleh peserta yang mayoritas sudah mempunyai produk atau usaha sendiri.

Karena memiliki banyak kendala, diantarnya ketidak pahaman para warga dalam mengaplikasikan produknya kedalam Hanphone. Sasaran peserta kami dapat dianbil dari perwakilan ibu-ibu Fatayat, Anggota IPNU-IPNU, dan juga waga desa yang sudah mempunyai usaha.

Dalam melakukan penjualan, pelanggan menjadi salah satu asset terpenting yang perlu diperhatikan keberadaannya makanya ada pepatah mengatakan Bahwa konsumen adalah raja. Konsumen hanya akan membeli sebuah produk yang menarik apalagi dengan tambahan produk lainnya bila mereka benar-benar yakin untuk membeli (Drucker,1993:56). Oleh karena itu, tugas para penjual untuk menyakinkan mereka untuk membeli sebanyak-banyaknya.

Disinilah letak dari strategi pemasaran yang baik, untuk menarik perhatian konsumen. Bagaimana cara kita jualan, apa yang kita jual, dan bagaimana produk kita itu akan dinilai oleh pembeli.

## Metode

Latar belakang di adakannya pelatihan ini adalah adnaya informasi bahwa warga Karangasem Jenu Tuban di nilai sangat produktif, dari warga sekitar yang mayoritas mempunyai produk sendiri, baik jualan dengan berbasis online maupun offline. Pada pelatihan ini kami bekerja sama dengan komunitas yang ada di desa tersebut seperti, Anggota ibu-ibu Fatayat, Anggota IPNU IPPNU dan sebagian warga umum desa krang asem yang mayoritas mempunyai produk atau usaha sendiri.

**STRATEGI**

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

Kebetulan Narasumber yang kita pilih adalah orang yang sudah tidak asing lagi di antara para peserta, bukan hanya sudah terkenal tapi juga mempunyai usaha yang karyawannya mayoritas berasal dari desa Karangasem sendiri. Metode yang kami gunakan dalam pelatihan ini adalah shearing dan diskusi. Pada akhir pelatihan salah satu dari pesertaada yang mengungkapkan keluhan atau kekurangan dari produknya tersebut. Dan masalah itu secara langsung dijawab oleh Narasumber pada pelatihan itu.

**Hasil dan Pembahasan**

Pelatihan Kewirausahaan ini mempunyai beberapa tujuan diantarnya: yaitu, pertama, memberikan pemahaman kepada warga yang sudah mempunyai usaha atau produk sendiri bagaimana pemasaran yang efektif itu. Kedua, belajar untuk berjualan dengan sistem online shop. Ketiga. Bagaimana membuat kemasan produk menjadi lebih menarik. Tujuan dari pelatihan kewirausahaan ini dapat dirumuskan ke beberapa bentuk kegiatan seperti berikut ini:

**1. Pelaksanaan Pelatihan Kewirausahaan**

Awal dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah, adanya pengakuan bahwa desa karangasem ini merupakan desa yang produktif, setelah itu kami mencari data apakah setuju jika ketika membuat pelatihan kewirausahaan di desa ini, dan kami menemukan banyak warga yang menyetujuinya. Kami juga memberikan tawaran pelatihan apakah yang paling diminati warga sekitar, dan hasilnya 80% dari warga lokal memilih bagaimana strategi marketing yang baik agar bisa menarik konsumen.

Dan setelah itu kami memutuskan untuk mencari Narasumber pada bidangnya, kemudian kami mempunyai channel dari owner galeri Alifana, yang di pegang oleh ibu Iva Ridwan dan suaminya. Mereka sudah mempunyai produk sendiri dan produknya terkenal di berbagai daerah dan mencapai taraf nasional. Penjualannya ada macam-macam, seperti gamis syar'I dan juga aneka maknan. Mereka menjelaskan secara detail dari pengalaman yang sudah mereka jalani, sehingga lebih mudah difahami oleh peserta.

Dan Narasumber juga menyarankan para peserta untuk berjualan online karena

**STRATEGI**

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

dapat diakses banyak orang, dan juga penjualan lebih tersebar luaskan, sehingga potensi untuk terjual itu sangat besar.

## 2. Penyampaian Materi

Penyampaian materi melalui beberapa Bab diantaranya mengenai bagaimana strategi berjualan yang ampuh,

### **Strategi Pemasaran Produk Makanan Yang Bikin Tajir**

Strategi pemasaran produk makanan menjadi hal yang penting dalam bisnis ini. Bisnis kuliner adalah bisnis yang pasarnya akan selalu ada. Bagaimana tidak, makanan adalah salah satu kebutuhan manusia yang paling pokok. Berbagai macam bentuk serta kemasan dipercantik agar dapat menarik konsumen.

Jika Anda saat ini sedang berbisnis makanan ada baiknya Anda harus mengetahui cara memasarkan produk makanan itu sendiri, lalu siapa target pasar Anda serta apa saja minat mereka. Kemudian Anda dapat mencocokan produk Anda sesuai dengan kebutuhan target pasar Anda. Dalam artikel kali ini akan dibahas strategi pemasaran produk makanan yang meledakan omzet. Bukan hanya rasa yang menjadi hal utama bagi bisnis kuliner, namun kemasan, foto produk dan lain sebagainya menjadi daya tarik calon pembeli.

Berikut adalah tips bagaimana memasarkan produk makanan agar omset Anda meningkat:

#### 1) Kemasan Yang Pertama Diambil

Kemasan dalam strategi pemasaran produk makanan berperan penting untuk menarik calon pelanggan untuk mencicipi produk Anda. Bisa jadi produk Anda rasanya enak tetapi karena kemasan yang kurang menarik sehingga calon customer tidak mau mengambil produk Anda. Jadi sangat disayangkan apabila kejadian seperti itu terjadi. Solusinya adalah buat kemasan sesuai dengan target market Anda. Salah satu contoh target pasar produk makanan adalah anak muda, Anda dapat membuat kemasan dengan warnanya yang cerah serta desain yang modern sesuai dengan selera mereka. Sehingga mereka akan merasa relevan dengan produk Anda. Sebelum itu dilakukan, sebaiknya Anda melakukan strategi segmenting, targeting dan positioning agar Anda mengetahui contoh target pasar produk makanan serta profil

## STRATEGI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

mereka.

### 2) Buat Foto Produk Yang Menghipnotis

Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran produk makanan adalah membuat foto produk semenarik mungkin. Karena pada dasarnya manusia adalah makhluk visual. Dengan visual yang menarik orang akan terdorong membeli produk Anda. Gambar yang bagus, tagline yang menggoda serta copywriting yang ciamik, akan menggugah selera calon pelanggan untuk membeli.

Banyak terjadi di sekitar kita, sebenarnya produknya bagus, namun karena di foto dengan kamera yang tidak mendukung, hasilnya terlihat kurang maksimal. Sangat di sayangkan apabila kejadian ini terjadi kepada Anda. Sebaiknya Anda mencari orang yang ahli di dalam fotografi produk, bisa jadi dari rekan Anda atau melalui jasa fotografi online. Sehingga Anda dapat melakukan strategi pemasaran produk makanan yang berbeda dan contoh target pasar produk makanan lainnya.

### 3) Buat Website Perusahaan Anda

Website juga berperan penting dalam strategi pemasaran produk makanan di era digital ini (Akintoye, 2017:27). Website diibaratkan rumah tempat kita berdagang, serta media sosial adalah stand untuk mempromosikan produk Anda. Anda perlu membuat website sebagai pusat untuk menampung informasi tentang produk Anda. Ini akan mendukung pemasaran produk makanan Anda agar mempunyai wadah untuk customer mengunjungi etalase Anda.

Website juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan customer, karena jika Anda memiliki website yang baik orang akan menganggap bisnis Anda profesional. Bayangkan jika calon customer Anda bertanya, “apa nama website Anda?” namun Anda menjawab kami tidak memiliki website, tentunya customer akan lebih percaya kepada brand atau produk yang mempunyai website.

### 4) Memasarkan Lewat Media Sosial

Jika Anda tidak memiliki tempat untuk berjualan anda bisa memasarkannya lewat online. Strategi pemasaran produk makanan melalui social media sangat efektif untuk memangkas biaya sewa tempat. Seperti yang sudah dijelaskan di atas apabila makanan Anda termasuk makanan yang tidak cepat basi, Anda bisa menjualnya

**STRATEGI**

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

secara online. Namun bukan berarti makanan yang cepat basi tidak bisa di pasarkan secara online, hanya saja makanan yang lebih mudah basi akan lebih terbatas dalam distribusinya. Sosial media menjadi hal yang wajib di era digital ini, jika Anda ingin bisnis makanan Anda lebih dikenal oleh banyak kalangan tentunya Anda harus mengikuti perkembangan zaman. Melalui sosial media Anda dapat lebih mudah menjalin interaksi kepada calon customer. Sehingga Anda dapat membuat berbagai program atau penawaran yang menarik minat calon customer.

5) Bekerjasama Dengan Penyedia Layanan Pesan Antar

Memesan makanan lewat aplikasi sekarang menjadi suatu tren yang booming. Di mana kita dapat memesan makanan lewat gadget, kemudian tidak lama makanan itu datang. Salah satu contoh strategi pemasaran produk makanan, Anda dapat bekerjasama dengan perusahaan yang sudah besar seperti Gojek atau Grab untuk melakukan strategi pemasaran produk makanan ini. Selain itu keuntungan bekerja sama dengan perusahaan penyedia layanan pesan antar adalah, kita bisa berjualan tanpa harus memiliki ruko atau tempat yg besar.

6) Endorse Kepada Selebgram Atau Orang Yang Berpengaruh

Salah satu cara memasarkan produk makanan yang terbukti efektif adalah, dengan bekerja sama dengan selebgram atau orang yang berpengaruh. Dimana mereka mempunyai pengikut banyak serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi untuk mencicipi suatu makanan.

Contoh, produk Anda misalnya keripik pisang. Anda dapat mencari selebgram atau orang yg berpengaruh yang mempunyai followers banyak serta memang dia sudah terbiasa review makanan. Dengan begitu, Anda akan mendapatkan testimoni dari dia. Kemudian testimoni tersebut bisa Anda sebarkan untuk membantu Anda jualan.

7) Buat Promosi Yang Unik Dan Menarik

Promosi yang unik dan menarik akan mendorong calon customer untuk datang ke tempat Anda. Anda perlu membuat promosi yang bisa membuat orang penasaran sehingga orang tertarik untuk mengunjungi etalase Anda. Promosi juga berfungsi untuk mencegah produk Anda menumpuk, karena jika Anda memiliki produk tetapi

**STRATEGI**

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

tidak banyak orang yang tahu, maka kecil kemungkinan orang akan membeli produk Anda.

Anda dapat memberikan berbagai penawaran yang unik dan membuat orang ingin berhenti membaca. Sebagai contoh: "Beli 3 gratis 2" atau "Gratis bagi yang ulang tahun" dan lain sebagainya. Anda dapat menyesuaikan dengan value produk Anda ketika melakukan strategi pemasaran produk makanan ini. Selain itu Anda juga dapat mempelajari strategi pemasaran 4p dalam bisnis. Dengan strategi pemasaran 4p Anda bisa mengetahui apa itu product, price, place, dan promotion.

8)     **Strategi Pemasaran Produk Makanan dengan Merekrut Reseller**

Salah satu contoh strategi pemasaran produk makanan adalah dengan merekrut reseller. Dengan memiliki reseller, Anda akan terbantu dalam segi penjualan. Hal ini dilakukan apabila produk Anda marketnya sudah teredukasi serta orang tahu apa yang anda jual.

Jika Anda merekrut 10 orang, itu berarti Anda punya faktor kali yang bisa membantu penjualan sebanyak 10x lipat. Namun jangan rekrut reseller bila produk Anda demandnya belum tinggi, karena reseller akan tertarik ketika produk Anda sangat diinginkan pasar. Bukan barang yang yang sulit untuk dipasarkan. Sebelum merekrut reseller sebaiknya Anda mempelajari komunikasi non verbal dalam bisnis. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana latar belakang reseller Anda. Dengan melakukan komunikasi non verbal Anda dapat menangkap maksud orang lain yang tidak diucapkan secara lisan atau tertulis.

9)     **Membuat Give Away Sebagai Strategi Pemasaran Produk Makanan**

Contoh strategi pemasaran produk makanan yang lainnya adalah membuat giveaway. Anda dapat bekerja sama dengan selebgram atau orang yang berpengaruh sebagai untuk membagikan barang Anda tersebut secara gratis dengan syarat, mereka harus mempromosikan kepada temannya dengan jumlah tertentu. Pemenang yang berhasil, akan mendapatkan barang yang Anda jual serta menjadi testimoni untuk Anda sekaligus branding. Dengan begitu produk Anda akan lebih dikenal.

Dengan strategi pemasaran produk makanan ini, Anda dapat dengan mudah

## STRATEGI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

mengumpulkan data-data dari calon customer seperti, nomor telepon, nomor whatsapp atau email. Melalui data tersebut Anda dapat manfaatkan sebagai sarana untuk melakukan promosi. Tentunya dengan strategi yang tepat agar Anda tidak melakukan spam kepada customer.

Itulah 9 strategi pemasaran produk makanan yang bisa Anda jalankan. Setelah menerapkan strategi pemasaran tentunya Anda juga harus mengelola keuangan dengan baik, gunakan tools seperti Harmony software akuntansi online untuk membantu Anda dalam merapihkan pembukuan bisnis Anda sehingga Anda dapat fokus dalam mengembangkan bisnis Anda.

Melalui pelatihan strategi marketing berbasis online ini kami berharap peserta memahami dan juga mempraktekannya. Karena memang sekarang maraknya jualan dengan berbasis teknologi. Dan dari peserta kemarin banyak yang sudah mempunyai usaha atau produk sendiri, namun dengan keterbatasan kesibukan dirumah mereka hanya menjualnya dengan offline, nah kalau lebih baiknya berjualan dengan online karena dapat menjangkau ke semua wilayah dari dalam maupun luar kota.

## Kesimpulan

Pelatihan kewirausahaan strategi pemasaran yang bekerja sama dengan anggota fatayat IPNU IPPNU dan warga sekitar, bisa dibilang sukses. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme peserta yang bagus dan menanyakan jalan keluar dari permasalahan yang dialami. Materi-materi yang disampaikan selama pelatihan dapat digunakan sebagai acuan para peserta dalam melaksanakan strategi marketing dan mengenalkannya pada konsumen maupun resellernya.

## Pengakuan/Acknowledgements

Mahasiswa Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama' (IAINU), yang didukung oleh ibu-ibu Fatayat, Anggota IPNU dan IPPNU Desa Karangasem kecamatan Jenu Melaksanakan pengabdian masyarakat berupa pelatihan strategi penjualan produk melalui media sosial. Yang berguna untuk meningkatkan pemasaran online dan mampu mendorong pemilik usaha/UMKM untuk meningkatkan pemasaran produknya di dunia digital.

**STRATEGI**

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Vol. 2, No. 2, Desember, 2021, pp. xxx -xxx

---

Berjalannya acara ini juga disertai dari pihak donatur dan Sponsorship yang mendukung terselenggarakannya acara ini dari **SBI (Solusi Bangun Indonesia), PT. Setumbun, Toko Toserba Yuliana dan Donatur Dari Bapak Andre**. Kami ucapkan terimakasih atas dukungannya.

**Daftar Referensi**

- Achmad, Nur. 2015. Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan. Surakarta: BPK FEB UMS.
- Achmad, Nur., Saputro, Edy Purwo dan Handayani, Sih. 2016. Kewirausahaan di Era Digital. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Achmad, Nur dan Saputro, Edy Purwo. 2015. Isu Riset Kewirausahaan. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Akintoye, A. S dan MacLeod, M. J. 2017. Risk Analysis and Management in Construction. International Journal of Project Management. Vol. 15, No. 1, pp. 31-38.
- Drucker.Peter.F.1993.Inovasi Dan Kewiraswastaan.Jakarta: Erlangga.
- Wahab, Abdul dan Lestari, Lies Amin. 1999. *Menulis Karya Ilmiah*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Winardi, Gunawan. 2002. *Panduan Mempersiapkan Tulisan Ilmiah*. Bandung: Akatiga.