

PKM PENINGKATAN KEMAMPUAN “PEMASARAN *ONLINE*” BAGI KOMUNITAS PEREMPUAN DI RUMAH KREATIF BANJARMASIN

Meiske Claudia *, Hastin Umi Anisah, Rr. Yulianti Prihatiningrum

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

*Penulis koresponden: mclaudia@ulm.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan lebih memberdayakan kelompok perempuan di Rumah Kreatif Banjarmasin yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan memberikan penyuluhan mengenai pemasaran secara *online* agar mereka dapat memperluas jangkauan pemasaran atas produk yang mereka hasilkan. Tujuan kegiatan pengabdian dicapai dengan melakukan penyuluhan kepada khalayak sasaran – melalui penyampaian materi terkait pemasaran *online* untuk membuka wawasan mengenai penggunaan media elektronik atau internet untuk mendukung aktivitas pemasaran mereka. Khalayak sasaran adalah kelompok perempuan yang berlokasi di Rumah Kreatif Banjarmasin. Terbukanya wawasan khalayak sasaran sehingga memiliki kemampuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan secara *online* melalui penggunaan atau pemanfaatan media elektronik atau internet sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya rendah.

Kata kunci: kemampuan pemasaran, pemasaran *online*, perempuan, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler dan Keller, 2009). Pemasaran *online* yang juga dikenal sebagai *e-marketing* atau *internet marketing* adalah segala upaya (komunikasi pemasaran) untuk memasarkan produk atau jasa menggunakan media elektronik atau internet (<https://id.m.wikipedia.org>). Tujuan pemasaran *online* adalah memudahkan penjualan atau pembelian agar lebih efisien dan efektif, karena produk/jasa dapat dijual dalam berbagai situs internet.

Saat ini, untuk memasarkan barang atau jasa yang akan dijual kepada pembeli produsen tidak perlu menjual barang/jasa secara langsung kepada pembeli, karena dengan memanfaatkan atau menggunakan pemasaran secara *online* dapat mengundang calon pelanggan yang relevan dengan barang/jasa yang ditawarkan.

Sebuah penelitian yang dilakukan pada UKM menyimpulkan bahwa media sosial telah meningkatkan kinerja bisnis, dan sebanyak 90% responden menganggap bahwa media sosial penting bagi bisnis mereka. Manfaat yang didapat responden UKM dari media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Blogging*, dan *Instagram* adalah kemitraan baru (59%), peningkatan penjualan

(48%), dan pengurangan biaya pemasaran (58%) (<https://contohdanfungsi.blogspot.co.id>).

Rumah Kreatif dan Pintar adalah rumah singgah di Jalan Sutoyo, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan yang didirikan sejak 4 tahun lalu oleh seorang pemuda bernama Aripin karena keprihatinannya melihat kondisi masyarakat di sekitar rumahnya yang hidup miskin. Rumah Kreatif dan Pintar ini merupakan komunitas yang fokus membina dan memberdayakan ratusan anak-anak dari keluarga miskin dan korban narkoba. Selain merangkul anak-anak putus sekolah, korban KDRT, dan korban narkoba, ayah satu anak ini juga berbagi ilmunya untuk warga binaan di lembaga pemasyarakatan. Di Rumah Kreatif diajarkan kreatifitas memanfaatkan dan mengolah barang limbah bekas menjadi produk bernilai ekonomi; contoh: kursi tamu dari drum bekas, vas bunga dari handuk bekas juga lampu. Seni kerajinan tangan atau *handycraft* juga diajarkan. Dengan kreatifitas, komunitas dalam Rumah Kreatif diharapkan bisa meraih cita-cita yang lebih baik sebagai wirausahawan kreatif serta berpendidikan tinggi.

Permasalahan khalayak sasaran adalah kurangnya wawasan mengenai penggunaan media elektronik atau internet sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran yang berbiaya rendah.

2. METODE

Penyuluhan merupakan metode yang dipilih pada kegiatan pengabdian ini karena dinilai efektif untuk

mengkomunikasikan penyelesaian permasalahan khalayak sasaran. Adapun tahapan penyampaian

penyuluhan adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Penyuluhan

Terkait dengan permasalahan yang dihadapi khalayak sasaran, maka untuk dapat menambah wawasan/ pengetahuan dapat dilakukan penyuluhan untuk memberikan pencerahan akan ide/ cara alternatif bagi kegiatan usahanya, seperti: “Bagaimana menggunakan media sosial (*Facebook Pages*) sebagai sarana bagi pemasaran *online*”.

Adapun target luaran dari kegiatan penyuluhan dengan topik tersebut adalah terbukanya wawasan pada kelompok perempuan di Rumah Kreatif Banjarmasin dalam menggunakan pemasaran *online*. Hal ini dapat diketahui setelah beberapa kurun waktu tertentu, antara 3 – 6 bulan pasca penyuluhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode penyuluhan. Adapun maksud awal dari tim pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan kepada khalayak sasaran terkait dengan pemasaran *online* terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh kelompok perempuan berupa kain saringan, kerajinan tangan (gantungan kunci, kipas, baju dan lain-lain). Melalui pemasaran secara *online* diharapkan mereka dapat meningkatkan jumlah dan jenis barang yang dapat dijual sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal dan balik modal yang cepat.

Selama ini penjualan barang hasil kreatifitas kelompok ibu-ibu ini dilakukan hanya dengan pemasaran *offline* melalui pemajangan hasil karya mereka pada *basecamp* Rumah Kreatif. Memang sudah ada anggota yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memperdagangkan barang dagangan mereka, tetapi mayoritas belum ada yang menggunakan *Facebook Pages* untuk memperkenalkan barang dagangannya kepada khalayak ramai. Dalam kesempatan ini, narasumber kami memberikan tutorial pembuatan akun

Facebook dan memperagakan cara membuat *Facebook Pages*. Materi ini memuat pembelajaran bagi ibu-ibu ini tentang cara memperkenalkan barang dagangan mereka kepada khalayak sasaran (dalam kota/luar kota Banjarmasin, dsb) berikut biaya yang timbul karena aktivitas pengiklanan ini.

Hasil yang diperoleh dari adanya kegiatan penyuluhan ini adalah bahwa ada beberapa orang saja dari ibu-ibu ini yang dapat memahami dengan baik materi penyuluhan yang diberikan. Anggota kelompok yang lainnya sebenarnya memiliki antusiasme yang tinggi untuk belajar mengenai pemasaran *online* ini. Melalui beberapa orang ibu-ibu yang lebih cepat memahami materi penyuluhan, kami menitipkan pesan agar mereka mau meluangkan waktu untuk mengajari teman-teman mereka. Kami juga berjanji akan memantau perkembangan akun pemasaran *online* yang sudah mereka buat untuk melihat seberapa banyak postingan yang mereka buat mengenai barang dagangan mereka. Selain itu, kami juga bermaksud mengetahui permasalahan yang mungkin mereka hadapi dalam menerapkan metode pemasaran *online* ini dan berupaya mengetahui pula sejauh mana efektivitas cara berdagang melalui pemasaran *online* ini dalam meningkatkan jumlah dan omzet penjualan barang produksi komunitas perempuan di Rumah Kreatif ini.

3.2 Materi Penyuluhan

Pengertian pemasaran. Pemasaran *online* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pemasaran *offline*, hanya saja tempat pemasarannya saja yang berbeda akan tetapi yang lebih membedakan antara kedua proses pemasaran ini adalah pada strategi dan *tools*-nya saja. Beberapa pengertian pemasaran *online* adalah sebagai berikut:

1. Armstrong dan Kotler (2004: 74): *E-Marketing* adalah sisi pemasaran dari *E-Commerce*, yang merupakan kerja dari perusahaan untuk

- mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.
- Kotler (2001: 256): Pemasaran *Online* adalah pemasaran yang dilakukan melalui system komputer *online* interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik. Jasa *online* komersial adalah jasa yang menawarkan jasa informasi dan pemasaran *online* kepada pelanggan yang membayar iuran bulanan.
 - Kotler dan Armstrong (2013): Pemasaran *online/online marketing/internet marketing* menggambarkan usaha perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa, serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet.

Media Pemasaran Online. Berikut ini adalah media pemasaran *online*.

- Sosial Media. Tempat berkumpulnya sekelompok individu, perusahaan dan instansi yang memberikan segala macam info mengenai kabar terkini bisa berupa jasa dan produk yang dimiliki melalui website atau *mobile app*.
- Website: Suatu media yang dapat anda jumpai ketika *browsing* mengenai informasi yang anda cari baik itu jasa atau produk di internet.
- Mobile App: Seperti halnya website, bedanya hanya pada cara mendapatkan informasinya yang mengharuskan anda untuk mengunduh secara langsung atau tidak langsung pada *handphone*.
- E-mail Marketing: Suatu cara memasarkan produk atau jasa melalui pesan elektronik kepada pelanggan atau kelompok pelanggan yang didalamnya bisa berupa katalog produk, proposal, penawaran dan banyak lagi.
- SEO (*Search Engine Optimisation*): Suatu upaya untuk menghadirkan website diperingkat atas *search engine* agar *target market* mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan dan memesannya.
- ADS (*Advertisement*)/ Iklan: Suatu wadah yang disediakan oleh *search engine* atau website untuk memasang produk atau jasa anda di internet maupun elektronik.
- Iklan Televisi: Iklan yang ditayangkan pada saat *target market* menonton televisi (TV) agar mengetahui produk, jasa dan pengumuman pada iklan.
- Iklan Radio: Audio visual yang dikemas sedemikian rupa agar pendengar radio dapat mengerti apa yang disampaikan iklan pada saat jeda siaran.
- Iklan Video: Video yang ditampilkan di media online atau elektronik, contohnya di *youtube* atau baliho.

Manfaat Pemasaran Online. Pemasaran *online* semakin populer dan semakin penting. Perubahan demografi pasar layanan profesional mengarah pada penerapan strategi baru untuk membangun reputasi, jaringan, dan prospek produksi. Semakin banyak kehidupan profesional bergerak secara online dan dunia jasa profesional tidak terkecuali. Semakin banyak, perusahaan yang sukses adalah orang-orang yang belajar memanfaatkan pemasaran *online* secara efektif.

Sebelum mengeksplorasi tentang manfaat pemasaran *online*, tidak ada salahnya untuk mendefinisikan kembali apa yang dimaksud dengan pemasaran *online*. Pemasaran *online* adalah penggunaan rangkaian teknik digital berbasis multimedia yang beragam dan berkembang untuk menjangkau khalayak yang ditargetkan. Teknik-teknik ini mencakup pemasaran konten, media sosial, situs web, pengoptimalan mesin telusur, video daring, pemasaran email, penelusuran berbayar, dan sebagainya.

Pemasaran *online* yang efektif benar-benar merupakan ekosistem teknik yang kompleks yang dapat membantu perusahaan yang dalam tulisan ini adalah UMKM untuk meraih visibilitas dan kredibilitas yang lebih besar. Adapun manfaat pemasaran *online* adalah sebagai berikut:

- Menunjukkan dan membangun keahlian. Web adalah platform yang hebat karena memungkinkan pemasaran menggunakan konten untuk menyampaikan pesan dan menunjukkan keahlian dalam topik yang relevan dengan audiens target. Pemasar juga dapat melakukannya secara *offline*, namun alat *online* mempermudah penayangan yang luas dan relevan. Blogging, media sosial, dan webinar semuanya memungkinkan pemasar mendidik audiens mengenai topik yang penting bagi mereka, yang menggambarkan keahlian Anda dalam prosesnya.
- Membangun hubungan dengan lebih efektif. Pemasaran *online* memungkinkan pemasar menciptakan hubungan baru dengan cara yang ditargetkan melalui pemasaran email, penargetan frase kata kunci, dan strategi lainnya dapat membantu pemasar menargetkan pesan yang disesuaikan dengan pasar sasarnya. Selain menargetkan pesan, pemasar dapat menggunakan kelompok sosial untuk menjalin

jaringan dan berkomunikasi dengan pemimpin industri lainnya secara terus-menerus.

3. Menargetkan vertikal tertentu atau *niche*. Pemasaran *online* memberdayakan pemasar untuk menargetkan vertikal atau *niche* yang sangat spesifik, mengantarkan pesan dari pemasar ke khalayak luas yang membutuhkan layanan, dengan biaya yang relatif murah, mudah, dan efisien.
4. Tidak terkait dengan geografi atau zona waktu. Teknik pemasaran *online* dapat digunakan secara asinkron, yang berarti audiens tidak harus dibatasi oleh geografi.
5. Lebih murah untuk digunakan. Dengan pemasaran *online*, tidak ada biaya perjalanan, tidak perlu membayar untuk mencetak materi.

Terkait dengan pemasaran *online*, *Social Media Marketing* menjadi tren pemasaran yang populer di kalangan pebisnis kecil. Salah satu cara yang dilakukan adalah mendistribusikan konten yang menarik melalui sosial media yaitu *Facebook*. Perlu Anda ketahui, *Facebook* telah memiliki 1.4 miliar pengguna dan *twitter* memiliki 302 juta pengguna di seluruh dunia. Oleh karena itu, sosial media sebagai media distribusi pemasaran *online* yang efektif perlu untuk kita pertimbangkan.

Ada hampir 2,8 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, sekitar sepertiga dari semua pengguna internet. Itu berarti pemasar/perusahaan tidak dapat mengabaikan media sosial untuk memasarkan bisnis mereka. Media sosial adalah alat yang hebat untuk memberi pelanggan koneksi pribadi dengan perusahaan. Selain audiens yang besar, sebagian besar situs media sosial memiliki keuntungan tambahan dari *analytics*, memberikan pemasar lebih banyak data tentang komposisi dan preferensi audiens perusahaan daripada sebelumnya. Singkatnya, media sosial adalah kendaraan utama untuk pertumbuhan bisnis.

Media sosial telah mendarah daging dalam kehidupan bermasyarakat dan memiliki kemampuan menyebarkan informasi lebih cepat. Selain itu, media sosial mempunyai jangkauan informasi lebih luas hingga multinasional. Hal ini dapat dimanfaatkan menunjang bisnis. Dengan mempromosikan produk atau jasa melalui media sosial, pertumbuhan bisnis berkembang pesat.

Facebook. Menurut Pew, 79% dari semua pengguna internet ada di *Facebook*. Itu berarti strategi pemasaran digital, pemasar harus menyertakan *Facebook*. Ada banyak alat *Facebook* yang dapat Anda gunakan. Serta profil pribadi perusahaan, ada Messenger, Grup, dan Live Video.

Tetapi alat yang mungkin paling sering digunakan sebagai bisnis adalah Halaman *Facebook*. Sekitar 50 juta bisnis menggunakan Halaman *Facebook*. Halaman *Facebook* memiliki banyak fitur yang sama seperti profil, memungkinkan Anda untuk berbagi gambar, video, dan pembaruan status. Tetapi memiliki halaman *Facebook* akan memberi pemasar akses ke analitik, dan pemasar juga dapat mempromosikan postingan dan menjalankan iklan.

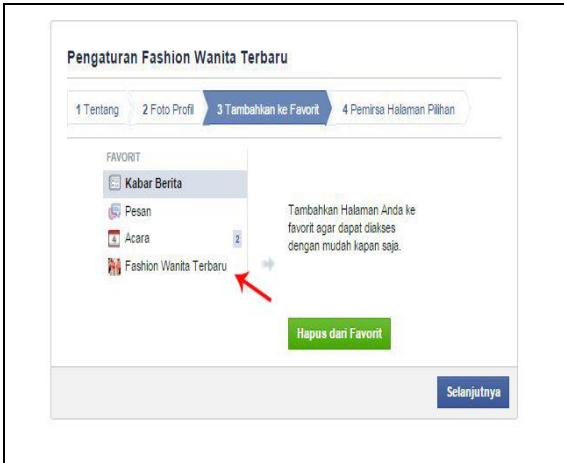
Untuk menggunakan halaman *Facebook* dengan baik, pemasar harus terlibat dengan halaman setiap hari, baik dengan memposting konten asli atau berbagi sesuatu yang bermanfaat dan menanggapi pesan dan komentar. Seperti perusahaan lain, pemasar dapat sedikit bermain di *Facebook*. Pemasar juga harus bergabung dan berpartisipasi dalam grup, yang menurut *Facebook* digunakan oleh 850 juta orang. Berguna dalam membantu menumbuhkan audiens, dan menuntun lebih banyak orang kembali ke halaman milik pemasar. Pemilik grup biasanya senang ketika para pemasar ini berbagi konten yang relevan dalam grup dan bahkan dapat membagikannya ke jaringan eksternal mereka sendiri. Ini seperti kemitraan di mana konten dari pemasar membantu menjaga grup tetap menarik bagi anggota saat pemasar mendapatkan audiens yang lebih besar.

Seperti disebutkan sebelumnya, *Facebook* juga merupakan platform periklanan. Pemasar dapat membuat iklan versi sendiri atau "meningkatkan" konten yang sudah ada yang mulai mendapat perhatian. Ini bisa menjadi cara yang hemat biaya untuk menjangkau audiens, terutama karena *Facebook* memiliki fitur segmentasi dan audiensi demografis yang sangat baik.

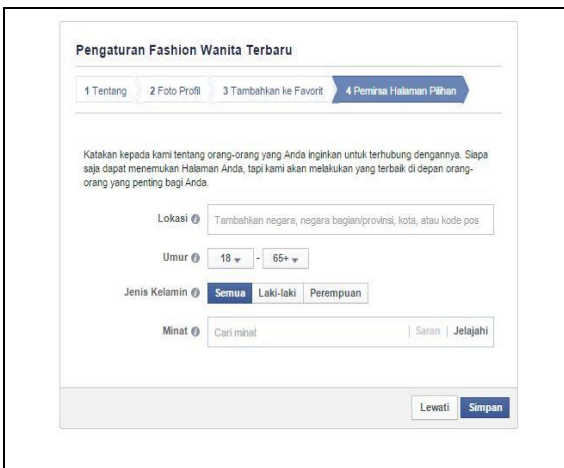
Facebook merupakan salah satu media sosial dengan angka pengguna terbesar di Indonesia. Untuk itu, kegiatan promosi bisnis dapat dilakukan melalui media sosial ini. Bagaimana langkah awal yang harus Anda ambil? Langkah pertama yang harus Anda ambil adalah dengan membuat *Facebook Page*. Berikut adalah tata cara membuat *Facebook Page* untuk keperluan bisnis Anda.

Buat Facebook Page Anda. Sebagai langkah awal untuk membuat *Facebook Page*, sebelumnya login lebih dahulu ke *Facebook* menggunakan akun pribadi Anda. Klik option dan pilih menu 'Buat Halaman'.

ke arah kiri yang artinya sudah masuk ke daftar favorit. Dengan menambahnya ke favorit, maka Anda akan lebih cepat dan mudah untuk mengakses *Page* Anda melalui akun pribadi *Facebook* Anda.



Pada tahapan keempat seperti pada gambar di bawah ini, Anda hanya diharuskan untuk mengisi rincian lebih lengkap tentang siapa saja nantinya yang Anda inginkan untuk dapat menemukan *Facebook Page* Anda. Ini sama halnya dengan menentukan target market bisnis Anda. Jika Anda sudah mengisinya sesuai dengan target market bisnis Anda, selanjutnya tinggal klik 'simpan'.



Atur Halaman Sampul. Tampilan muka yang menarik dari *Facebook Page* tentunya akan mempengaruhi seseorang untuk memutuskan menjadi pengikut Anda. Bahkan, hal tersebut juga memungkinkan mereka menjadi customer untuk produk-produk yang Anda jual melalui *Facebook Page*. Untuk itu, inilah kesempatan Anda untuk memberi tampilan *Facebook Page* terbaik melalui foto sampul. Sebelum benar-benar memutuskan

untuk mengunggah foto sampul *Facebook Page*, ada baiknya untuk memperhatikan hal berikut ini:

1. Jika Anda mempunyai biaya tambahan untuk menggunakan jasa desain grafis, maka gunakan kesempatan itu. Untuk membuat foto sampul yang unik dan mencerminkan bisnis Anda, maka hal itu membutuhkan sedikit keahlian dari desain grafis.
2. Namun jika Anda terbatas untuk anggaran dana, maka cari foto sampul yang cukup menarik dan Anda yakin bahwa foto tersebut dapat menggambarkan usaha bisnis Anda.
3. Anda harus mengubah dimensi ukuran foto sesuai yang ada di foto sampul *Facebook Page* Anda. Ukuran yang harus Anda sesuaikan yakni 851 x 315 pixel.
4. Setelah Anda selesai memilih foto sampul, maka selanjutnya unggah gambar dan klik 'simpan' untuk mengakhirinya.



Ini tampilan setelah Anda berhasil mengunggah foto sampul *Facebook* Anda. Jika merasa bosan dengan tampilan muka *Facebook Page*, maka tidak ada salahnya mengganti foto sampul ataupun foto profil sesuka hati Anda.



Membuat Update Status Awal. Sebelum Anda mulai mengundang orang untuk mengunjungi halaman *Facebook* Anda, maka perlu bagi Anda menambahkan beberapa konten (status) pada *Facebook Page* Anda. Untuk itu, Anda perlu menambahkan setidaknya 5 status awal ke *Facebook Page* Anda. Berikut adalah beberapa jenis status update yang akan membantu pertumbuhan bisnis Anda melalui *Facebook Page*.

1. Gambar. *Facebook Page* Anda akan benar-benar hidup jika Anda menambahkan gambar yang menarik. Jika Anda mempunyai gambar yang Anda ambil sendiri dan itu masih berkaitan dengan bisnis Anda, maka tidak ada salahnya untuk mengunggah-nya. Jika Anda tidak mempunyai gambar tersebut, maka tidak ada salahnya untuk mencari di internet. Banyak gambar yang tersedia. Ingat, Anda jangan dulu menjual produk Anda melalui gambar-gambar yang Anda unggah sebelumnya.
2. Berbagi Link. Jika Anda memiliki konten-konten yang menarik (artikel atau berita) yang telah Anda buat sendiri, maka Anda bisa menyertakan link ke halaman blog Anda. Jika Anda tidak mempunyai hal tersebut, maka Anda bisa berbagi link melalui artikel menarik yang terdapat banyak di situs internet. Sekali lagi ingat, bahwa tahapan ini belum saatnya untuk menjual produk Anda. Sebagai langkah awal, Anda harus menambah nilai ke pengunjung halaman *Facebook Page* Anda. Itu yang terpenting.
3. Quote. Anda dapat memberikan status seperti quotes atau kata-kata bijak yang menarik. Percaya atau tidak, hal itu mampu memberi pengaruh baik.
4. Berbagi Sumber Niche Market. Anda dapat berbagi link ke sumber-sumber yang juga mempunyai niche market yang sama dengan Anda. Jika disertai gambar, maka hal itu lebih baik.
5. Memberikan Diskon Tinggi. Anda perlu berhati-hati untuk ini. Jika Anda menggunakan halaman *Facebook Page* untuk menjalankan promosi, maka itu itu tidak masalah. Namun, pastikan terlebih dahulu bahwa Anda mendapatkan sesuatu yang sepadan dengan hal tersebut.

Facebook Page Anda tidak berpengaruh apa-apa jika Anda tidak mengisinya dengan konten atau status yang tepat. Bahkan, ketika *Facebook Page* Anda kosong (tanpa konten), maka Anda tidak akan mendapatkan banyak keterlibatan. Karena, Anda tidak mempunyai banyak pengikut saat ini.

Setidaknya, Anda harus mampu memiliki 100 penggemar atau lebih untuk meminta penggemar terlibat dalam usaha pemasaran Anda melalui *Facebook Page*.



Selamat! Anda benar-benar telah berhasil membuat *Facebook Page* untuk menunjang bisnis Anda. Selanjutnya, Anda tinggal mengundang beberapa orang untuk menyukai *Facebook Page* Anda. Terdapat beberapa cara yang bisa Anda gunakan untuk menambah fans pada *Facebook Page* Anda. Semakin banyak *Facebook Page* Anda mendapatkan banyak like, maka bisnis Anda juga akan semakin tumbuh.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil diskusi tim pengabdian dan khalayak sasaran dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya para kelompok perempuan memiliki antusiasme yang tinggi untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui pemasaran secara *online* dengan menggunakan HP yang mereka miliki.

Hasil diskusi dan penyuluhan menunjukkan adanya keinginan dari khalayak sasaran untuk meningkatkan lagi pemasaran secara *online* dengan menggunakan fasilitas yang ada di media sosial secara lebih aktif. Untuk kepentingan tersebut, mereka mengharapkan sekali adanya bimbingan lebih lanjut mengenai pemanfaatan berbagai media sosial yang ada serta petunjuk praktis yang mudah dipahami dan diterapkan dalam menerapkan cara berdagang melalui sistem *online*, misalnya bagaimana menghasilkan foto yang bagus sehingga produk yang ditawarkan kelihatan lebih menarik, bagaimana menangani pemesanan barang secara *online*, bagaimana mengelola akun dagangan

supaya dapat terus diminati dan diingat oleh calon pembeli potensial, bagaimana melakukan transaksi dagang secara *online* yang aman, dsb. Untuk menindaklanjuti hal tersebut, tim pengabdian dan narasumber menyatakan akan datang kembali untuk memantau perkembangan dari pelaksanaan materi penyuluhan dan berjanji akan memberikan bimbingan pada hal-hal yang dirasa perlu oleh khalayak sasaran.

Berdasarkan hasil diskusi tim pengabdian dan khalayak sasaran dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada dasarnya ibu-ibu anggota kelompok perempuan di Rumah Kreatif ini memiliki keinginan untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui pemasaran secara *online* sehingga mereka sangat antusias sekali dalam belajar mengenai pemasaran *online* dengan menggunakan media sosial.
2. Hanya ada beberapa orang dari kelompok ibu-ibu ini yang sudah memanfaatkan media sosial untuk berdagang atau memasarkan dagangannya secara *online*.
3. Melalui kegiatan penyuluhan ini, kelompok ibu-ibu Komunitas Perempuan di Rumah Kreatif ini memperoleh pengetahuan baru mengenai cara memasarkan barang dagangan mereka secara *online* yang diharapkan dapat lebih membantu mereka dalam memperkenalkan produk hasil kreatifitas mereka kepada khalayak ramai dan membantu meningkatkan jumlah dan omzet penjualan serta keuntungan finansial yang dapat mereka raih sekaligus memperpendek rentang waktu balik modal mereka dalam berdagang.

Berikut ini saran yang dapat disampaikan berdasar pada temuan dan hasil kegiatan penyuluhan yang sudah dilaksanakan, yaitu:

1. Mengupayakan adanya bimbingan intensif tentang pemanfaatan media *online* untuk pemasaran produk hasil kreatifitas ibu-ibu komunitas perempuan di Rumah Kreatif ini sehingga mereka dapat melakukan update informasi barang dagangan mereka. Hal ini dikarenakan sebagian dari mereka masih

tergolong gagap teknologi sehingga perlu terus dibimbing sampai mereka mahir dalam melakukan upaya pemasaran *online* dengan menggunakan bantuan media sosial yang mereka punyai.

2. Memantau efektivitas metode pemasaran *online* melalui *Facebook Pages* dalam meningkatkan omzet penjualan barang-barang produksi komunitas perempuan di Rumah Kreatif.
3. Melakukan kegiatan bimbingan teknis mengenai petunjuk praktis yang mudah dipahami dan diterapkan dalam berdagang melalui sistem *online*, misalnya bagaimana menghasilkan foto yang bagus sehingga produk yang ditawarkan kelihatan lebih menarik, bagaimana menangani pemesanan barang secara *online*, bagaimana mengelola akun dagangan supaya dapat terus diminati dan diingat oleh calon pembeli potensial, bagaimana melakukan transaksi dagang secara *online* yang aman, dsb.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak Universitas Lambung Mangkurat yang melalui LPPM ULM telah mendanai kegiatan pengabdian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada narasumber, pengelola Rumah Kreatif, berikut kelompok ibu-ibu yang mendukung berjalannya kegiatan pengabdian ini.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Kotler P. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler P, Armstrong G. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi ke-9, Jilid 1 & 2*, Alih bahasa: A. Sindoro. Indeks, Jakarta.
- Kotler P, Armstrong G. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga, Jakarta.