

**PENDAMPINGAN PEMASARAN *ONLINE*  
DI UD MADANI MAKMUR SIDOARJO**

***TRAINING AND MENTORING ABOUT ONLINE MARKETING  
AT UD MADANI MAKMUR SIDOARJO***

**Khoirul Ngibad<sup>1)</sup>, Nambi Sembilu<sup>2)</sup>, Setiawan<sup>3)</sup>, Intan Syahrani Putri<sup>4)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

<sup>2,4</sup>Fakultas Teknik, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

<sup>1</sup>Email: khoirul\_ngibad@dosen.umaha.ac.id

*Naskah diterima tanggal 06-09-2021, direvisi tanggal 29-10-2021, disetujui tanggal 26-11-2021*

**Abstrak:** Dalam Program Kemitraan Masyarakat ini, kami memilih 1 mitra ekonomi produktif dalam pembuatan sirup herbal (kunyit asem, jahe merah, dan lemon sereh). Permasalahan mitra Program Kemitraan Masyarakat dalam aspek pemasaran adalah mitra belum mengerti cara pemasaran menggunakan *digital marketing* agar produk mitra dapat dipasarkan secara *online* ke seluruh wilayah di Indonesia. Tujuan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah untuk mengatasi permasalahan prioritas yang sedang dihadapi mitra Program Kemitraan Masyarakat dalam aspek pemasaran adalah memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran produk secara *online* melalui pembuatan dan pengelolaan *website*, penggunaan *Google AdWords*, serta pembuatan dan pengelolaan toko *online* di *Shopee*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara penyampaian informasi tentang pentingnya penggunaan digital marketing dalam aspek pemasaran. Kemudian, tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan *website*, *Google AdWords*, serta pembuatan dan pengelolaan toko *online* di *Shopee*. Hasil yang diperoleh dalam Program Kemitraan Masyarakat ini adalah mitra mempunyai *website* (<http://www.sirupherbalmadani.com>) dan mampu mengelolanya untuk pemasaran *online*, mitra mampu mengaplikasikan *Google Adwords* untuk iklan berbayar, serta mitra mempunyai toko *online* di *Shopee* ([https://shopee.co.id/madani\\_makmur](https://shopee.co.id/madani_makmur)) dan mampu mengelolanya untuk memaksimalkan pemasaran *online*.

**Kata Kunci:** Pemasaran *online*, Program kemitraan masyarakat, Sirup herbal

**ABSTRACT:** *In this Community Partnership Program, we choose 1 productive economic partner in manufacture of herbal syrup (turmeric tamarind, red ginger, and lemon lemongrass). The problem with Community Partnership Program partners in the marketing aspect is that partners do not understand how to market using digital marketing in order to partner products can be marketed online to all regions in Indonesia. The purpose of this Community Partnership Program is to overcome the priority problems that are being faced by Community*

*Partnership Program partners in the marketing aspect, namely providing training and assistance in online product marketing through the creation and management of website, the use of Google AdWords, and the creation and management of an online store at Shopee. This community service activity is carried out by delivering information about the importance of using digital marketing in the marketing aspect. Then, the community service team provides training and assistance on the use of websites, Google AdWords, and the creation and management of online stores at Shopee. The results obtained in this Community Partnership Program are partners have website (<http://www.sirupherbalmadani.com>) and capable to manage it for online marketing, partners are able to apply Google Adwords for paid advertising, and partners have an online store at Shopee ([https://shopee.co.id/madani\\_makmur](https://shopee.co.id/madani_makmur)) and competent to manage it to maximize online marketing.*

**Keywords:** *Community partnership program, Herbal syrup, Online marketing*

## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan hasil observasi di Desa Sidokerto Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo terdapat UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bergerak dalam pembuatan sirup herbal. Dalam program PKM (Program Kemitraan Masyarakat) ini, kami memilih 1 (satu) mitra usaha yang merupakan masyarakat yang produktif secara ekonomi. Tim PKM melakukan wawancara dan mencari permasalahan prioritas mitra untuk segera dicarikan solusi. Profil mitra usaha tersebut adalah:

Nama Usaha Mitra	: UD Madani Makmur Sidoarjo
Alamat	: Perum Jenggolo Asri blok M No 2 Desa Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo
Usia	: 40 tahun
Lama Usaha	: 8 Tahun (sejak tahun 2012)
Pemasaran	: Melalui kenalan, tetangga dan dititipkan di pusat oleh-oleh
Jenis Bidang Usaha	: Pembuatan Sirup Herbal (Kunyit Asem, Jahe Merah, Lemon Sereh)

Produk sirup herbal mitra sudah memuat informasi tentang nama produk, komposisi, masa kadaluarsa, izin depkes atau instansi terkait (P-IRT), pembuat produk, dan volume produk. Pengemasan produk sudah menggunakan botol plastik yang bersih dan sudah terdapat label produk. Strategi pemasaran mitra

sampai saat ini adalah hanya mengandalkan pemasaran secara *offline*. Harga jual produk sirup herbal mitra adalah Rp 25.000,00 per botol ukuran 500 mL. Semua varian produk dijual dengan harga sama, padahal ada produk yang dari aspek biaya produksi lebih mahal. Mitra menitipkan produknya di outlet-outlet dan pusat oleh-oleh dengan sistem konsinyasi yang sampai saat ini sudah mencapai 30 outlet. Area pemasaran mitra masih sebatas di Sidoarjo, Surabaya dan Pasuruan. Mitra juga memasarkan produknya melalui *reseller* yang merupakan tetangga, kenalan, teman dekat, dan kerabat. Biasanya *reseller* mitra membawa produk sirup herbal sebanyak kurang lebih 20 botol. Rata-rata *reseller* membutuhkan waktu kurang lebih 2 minggu untuk bisa menjual seluruh produk sirup herbal yang dibawanya. Setelah semua produk laku terjual, *reseller* baru menyetorkan ke mitra. Akan tetapi, permintaan sirup herbal dari para pelanggan mulai mengalami penurunan pada awal bulan Agustus 2020 yang disebabkan oleh menurunnya daya beli masyarakat karena terdampak Covid-19. Hal tersebut mengakibatkan pendapatan mitra mengalami penurunan sebesar 50% dari pendapatan biasanya.

Adapun pemasaran secara *online* (internet) yang dilakukan mitra hanya sebatas menggunakan media sosial instagram dan itupun masih belum maksimal. **Gambar 1** menunjukkan tampilan akun Instagram yang digunakan untuk pemasaran secara *online*. Sampai saat ini, akun Instagram mitra hanya memuat 2 postingan dengan hanya sebanyak 25 followers. Berdasarkan hasil wawancara dengan tim PKM mitra menyampaikan bahwasanya tidak mengetahui teknik pemasaran secara *online*. Mitra sangat menginginkan usahanya bisa dipasarkan secara *online*, misalnya dengan penggunaan *website* untuk penjualan produk. Selain itu, mitra membutuhkan bantuan untuk diajari cara menggunakan *website* atau digital marketing untuk pemasaran *online* agar penjualan bisa meningkat [4] [5].



**Gambar 1.** Tampilan akun Instagram mitra yang digunakan untuk pemasaran *online*

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi baik secara langsung dengan datang ke rumah mitra maupun secara *online* menggunakan *whatsapp* terdapat beberapa masalah yang dihadapi dari aspek pemasaran yang harus segera diselesaikan guna peningkatan pemberdayaan mitra, yang meliputi: peningkatan pengetahuan, peningkatan keterampilan, peningkatan jumlah omset mitra, dan peningkatan pendapatan/keuntungan mitra.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Pendampingan Pemasaran *Online* di UD Madani Makmur Sidoarjo” dilaksanakan di UMKM pembuatan sirup herbal yang beralamat di Perum Jenggolo Asri blok M No 2 Desa Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahapan diantaranya yaitu :

### **Tahap 1. Analisis Situasi dan Kesepakatan Persoalan Prioritas Mitra**

Tim pengabdian masyarakat telah melakukan wawancara yang bertujuan untuk mengetahui profil mitra dan mendata permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi mitra dari aspek pemasaran.

### **Tahap 2. Persiapan**

Pada tahap, tim pengabdian masyarakat telah mempersiapkan segala kebutuhan dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di lokasi mitra. Persiapan yang telah dilaksanakan meliputi:

1. Pembuatan materi dalam bentuk modul dan indikator-indikator penilaian ketrampilan untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan di lokasi mitra.

2. Pembuatan materi untuk kegiatan pelatihan pemasaran *online* menggunakan Shopee.
3. Pembuatan *website* untuk penjualan sirup herbal secara *online*.
4. Pembuatan akun *dashboard Google AdWords*.

### **Tahap 3. Pelaksanaan**

Pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran produk sirup herbal secara *online* dimulai dengan penyampaian informasi tentang pentingnya penggunaan digital marketing dalam aspek pemasaran. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat akan memberikan *website*, akun *dashboard Google AdWords*, dan akun *shopee* kepada mitra. Kemudian, tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan tentang penggunaan *website*, *Google AdWords*, dan media sosial agar mitra mampu secara mandiri mengelola pemasaran menggunakan internet marketing. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat menggunakan materi dalam bentuk modul dan *power point* agar materi dapat mudah dipraktikkan oleh mitra. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah produk sirup herbal yang terjual ke seluruh wilayah Indonesia sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan omset mitra. Baik sebelum dan sesudah pelatihan dan pendampingan, dilakukan penilaian tentang ketrampilan mitra dalam penggunaan media *online* untuk pemasaran. Kemudian, pelaksanaan kegiatan juga didokumentasikan baik dalam bentuk foto maupun video.

### **Tahap 4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Dalam kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap keberlanjutan kegiatan atau program pengabdian masyarakat ke depannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Website untuk Penjualan Sirup Herbal secara Online**

Kondisi sebelum dilaksanakannya Program Kemitraan Masyarakat (PKM), mitra belum mempunyai *website* untuk penjualan produk sirup herbal. Padahal untuk meningkatkan jangkauan pemasaran sangat dibutuhkan peran digital marketing/*online* marketing, yang salah satunya adalah *website*. Dengan adanya *website*, produk sirup herbal akan lebih banyak dikenal secara nasional sehingga

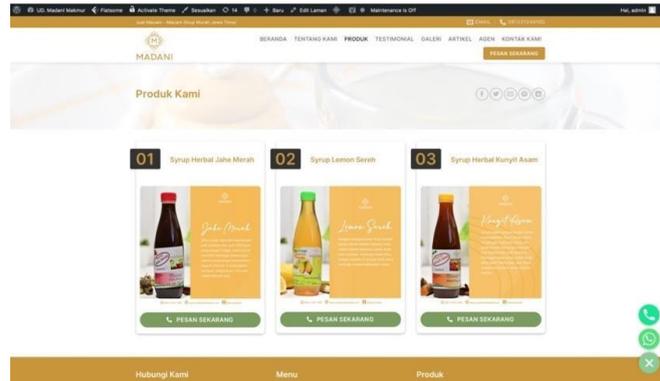
akan meningkatkan jumlah calon konsumen yang berujung pada peningkatan omset dan profit atau keuntungan (Ngibad, Sembilu, & Ula, 2021). Selain itu, peran *website* untuk produk sirup herbal akan membuat usaha tersebut menjadi lebih professional. Dalam program PKM ini, tim PKM membantu membuat *website* untuk mitra dan memberikan pelatihan kepada mitra terkait cara menggunakan dan mengelola *website* untuk penjualan sirup herbal. **Gambar 2** menunjukkan bahwa pemateri sedang memberi pelatihan tentang pengelolaan *website* kepada mitra. Hasil dari pelatihan pengelolaan *website* ini antara lain: tampilan *website* untuk penjualan sirup herbal (**Gambar 3**), tampilan *website* untuk menu “produk” (**Gambar 4**), tampilan *website* untuk menu “artikel” (**Gambar 5**), dan tampilan *website* untuk menu “kontak kami” (**Gambar 6**).



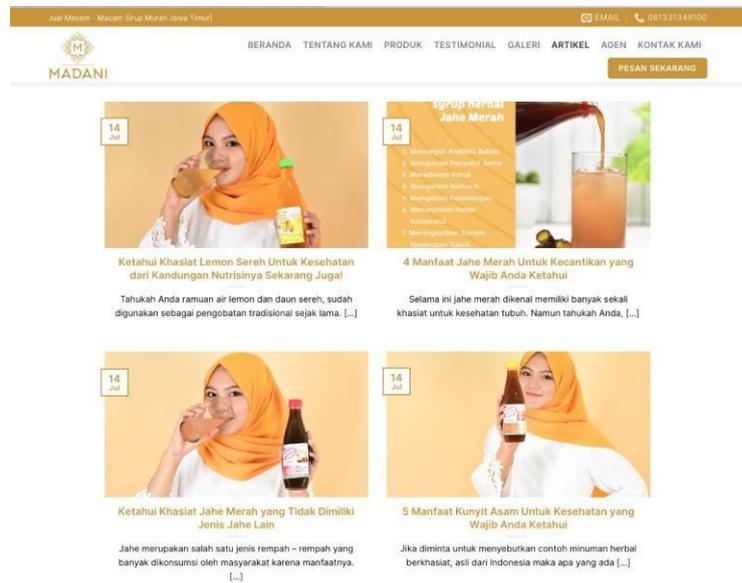
**Gambar 2** Tim PKM sedang memberikan materi pelatihan *website*



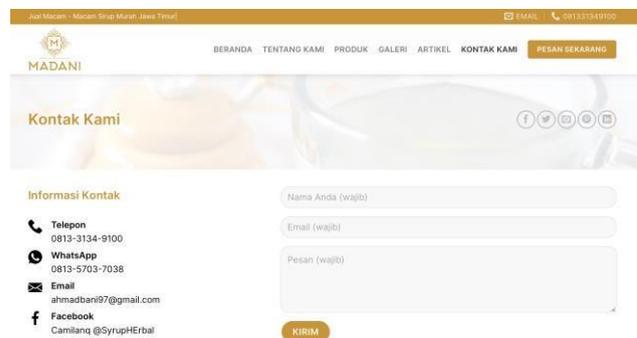
**Gambar 3** Tampilan *website* untuk penjualan sirup herbal (<http://www.sirupherbalmadani.com>)



**Gambar 4** Tampilan *website* untuk menu “produk”



**Gambar 5.** Tampilan *website* untuk menu “artikel”



**Gambar 6.** Tampilan *website* untuk menu “kontak kami”

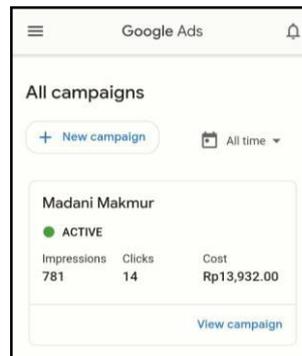
## 2. Dashboard *Google AdWords* untuk Iklan Berbayar

Penggunaan *Google AdWords* (*Google Ads*) di usaha mitra juga telah dilakukan agar dapat memperbesar mitra mendapatkan pelanggan baru. *Google*

*Ads* merupakan fitur iklan berbayar yang muncul di pencarian Google. Semakin tinggi posisi hasil pencarian di laman Google menggunakan *paid search*, tentu kemungkinan besar iklan akan dilihat lebih banyak orang sekaligus memperbesar peluang mendapatkan pelanggan (CNN Indonesia, 2020). **Gambar 7** menunjukkan bahwa pemateri sedang memberi pelatihan *Google Ads* kepada mitra yang meliputi: dasar-dasar google express, cara membuat iklan *adword express*, cara setting *adword express*, cara setting pembayaran *adword express*, dan optimasi iklan *adword express*. Hasil dari pelatihan *Google Ads* adalah akun *dashboard Google AdWords* yang telah aktif iklannya sehingga mitra dapat menerapkan iklan berbayar dalam pemasaran *online* (**Gambar 8**).



**Gambar 7** Tim PKM sedang memberikan materi pelatihan *Google Ads*



**Gambar 8.** Tampilan akun *dashboard Google AdWords* dan tampilan iklan berbayar di google

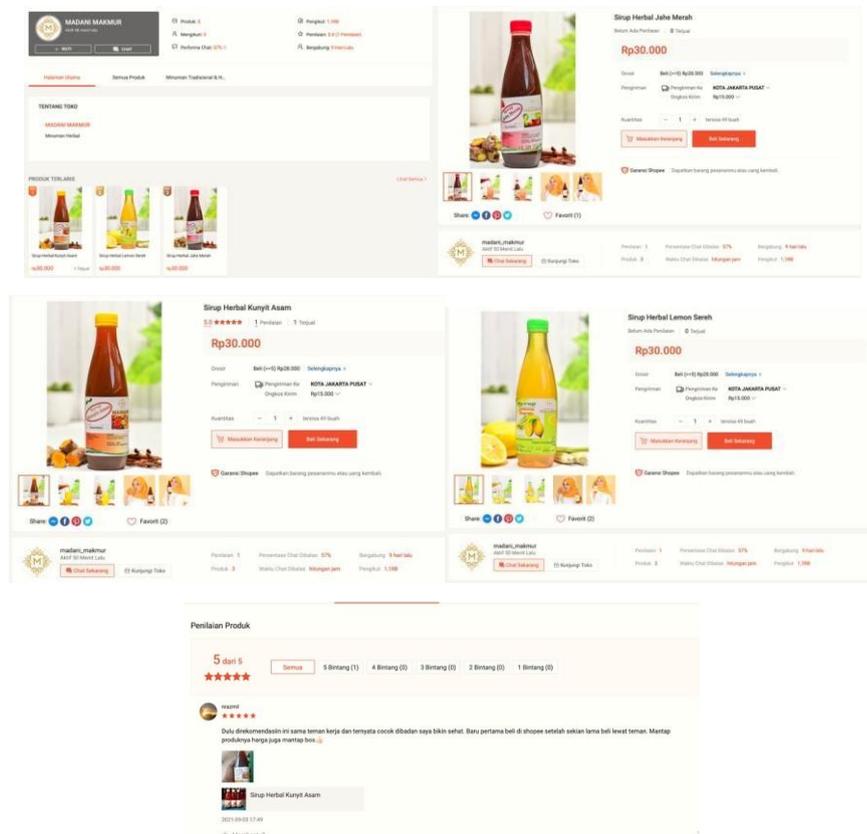
### 3. Toko Online di Shopee

Dalam rangka untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran *online* mitra, tim PKM juga memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan serta pengelolaan

toko *online* di *marketplace* *Shopee*. Penerapan pemasaran *online* menggunakan *marketplace* *Shopee* di kelompok wanita “Mekar” mampu meningkatkan omset penjualan pengrajin keset kelompok wanita “Mekar” di bulan Agustus tahun 2020 hingga 50% (Irianti, Susanti, Triswidrananta, & Wijaya, 2021). **Gambar 9** menunjukkan bahwa pemateri sedang memberi pelatihan pendampingan pembuatan serta pengelolaan toko *online* kepada mitra. Hasil dari kegiatan ini adalah toko *online* “Madani Makmur” di *Shopee* dapat di [https://shopee.co.id/madani\\_makmur](https://shopee.co.id/madani_makmur) (**Gambar 10**).



**Gambar 9.** Tim PKM sedang memberikan materi pelatihan *Shopee*



**Gambar 10.** Tampilan toko *online* “Madani Makmur” di *Shopee*

**KESIMPULAN**

Pendampingan pemasaran *online* di UD. Madani Makmur Sidoarjo terlaksana dengan baik dan lancar. Setelah dilaksanakannya Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, mitra mulai melakukan pemasaran menggunakan media *online*, seperti: *website*, *Google Ads* dan *marketplace Shopee*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- CNN Indonesia. (2020). *Panduan Menggunakan Google Ads dari A-Z untuk Pemula*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200629172120-185-518739/panduan-menggunakan-google-ads-dari-a-z-untuk-pemula>
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42–47.
- Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan Omset Penjualan Kelompok Pengrajin Keset melalui *Online Marketing*. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(1), 52–60.
- Ngibad, K., Sembilu, N., & Ula, K. (2021). Pelatihan dan Pendampingan dalam Pemasaran Produk Sirup Markisa Melalui Internet Marketing. *AMALIAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 32–39.
- Nurfaizal, Y., & Anwar, T. (2019). Manajemen Usaha dan Pelatihan Digital Marketing UMKM pada KUB Batik Pringmas Desa Papringan Banyumas. *JPMB: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter*, 2(2), 146–154.