



Inovasi Produk, Promosi Sosmed Untuk Meningkatkan Target Konveksi Handayani Wirosari, Kab. Grobogan

Federius Ismanto¹, Martini², Nurrudin Mahmud³

^{1,2,3}Jurusan Manajemen, STIE Anindyaguna Semarang, Semarang, Indonesia

Email : ¹f.ismanto@gmail.com, ²martinialil190@gmail.com, ³Nuruddin.mahmud@gmail.com

Abstract

The purpose of this activity is so that business actors or SMEs can make good use of Social Media to support the marketing of their Small and Medium Enterprise SME products and expand the reach of their target market or consumers through digital marketing. This is because the use of social media is considered more effective to reach all levels of society. Especially during the Covid-19 pandemic, people tend to spend more time on social media. This can be used by business actors to market their products online. With the large number of internet users, our team took the opportunity to suggest that SMEs in our service area market their products through social media and business actors can take advantage of the use of internet-based media properly and maximally to increase the marketing of the products they sell. The method in this service activity which is a solution to overcome partner problems is with assistance in the form of training using social media, human resource creativity, simple accounting for product design innovation, partner product sales. Simple accounting training is expected so that SME managers can separate business needs from personal needs. The results of this service are the realization of new product model design innovations, the existence of a business account that can be used as a tool for promotion, an understanding of the basics of accounting and the creativity of employees in managing SMEs.

Keywords: Product Innovation, Social Media Promotion

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah agar pelaku usaha atau UKM dapat memanfaatkan Sosmed dengan baik untuk menunjang pemasaran produk UKM Usaha Kecil Menengah mereka serta memperluas jangkauan target pasar atau konsumen melalui digital marketing. Hal ini dikarenakan penggunaan Sosial Media (sosmed) dirasa lebih efektif untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Apalagi selama Pandemi Covid 19, masyarakat cenderung menghabiskan waktu lebih banyak dengan social media. Hal ini dapat dimanfaatkan pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara online. Dengan adanya banyak nya pengguna internet maka tim kami menggunakan kesempatan untuk menyarankan agar UKM di tempat pengabdian kami untuk memasarkan produknya melalui sosial media dan tiem pelaku usaha dapat memanfaatkan penggunaan media berbasis internet dengan baik dan maksimal untuk meningkatkan pemasaran produk yang mereka jual. Metode dalam kegiatan pengabdian ini yang menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan mitra adalah dengan pendampingan berupa pelatihan menggunakan sosial media, kretafitas sumber daya manusia, akuntansi sederhana inovasi desain produk, Kegiatan ini diarahkan untuk menanamkan pemahaman akan pentingnya sosial media bagi mitra sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mitra. Pelatihan akuntansi sederhana diharapkan agar pengelola UKM bisa memisahkan kebutuhan usaha dengan kebutuhan pribadi. Hasil dari pengabdian ini adalah terwujudnya inovasi desain model produk baru, adanya akun bisnis yang dapat digunakan sebagai alat untuk promosi, pemahaman dasar-dasar akuntansi dan kreatifitas nya karyawan dalam mengelola UKM.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Promosi Sosial Media

A. PENDAHULUAN

Konveksi Bu Handayani adalah salah satu UKM didirikan berawal dari kontrak kerja yang tidak diperpanjang oleh pabrik kemudian memutuskan untuk pulang ke kampung halaman untuk mendirikan usaha konveksi, usaha konveksi ini didirikan pada tahun 2007 yang didirikan oleh Ibu

Handayani, sebelum adanya pandemi usaha konveksi Bu Handayani mempunyai 10 orang karyawan tetapi pada musim pandemi Usaha tersebut mengalami penurunan produksi, sehingga jumlah pesanan yang diterima menurun dan dengan terpaksa Bu Handayani harus memberhentikan karyawannya karena kurangnya dana untuk gaji karyawan. Usaha yang didirikan di Desa Wirosari,

Kecamatan Wirosari, Juga ingin membantu masyarakat disitu pula keinginan pemilik UKM membantu perekonomian warga Desa Wirosari khususnya lingkungan Jambangan. Desa Wirosari untuk dapat memperoleh pekerjaan. UKM Konveksi Desa Wirosari sebagai penanggung jawab adalah Ibu Handayani yang sudah berjalan kurang lebih 15 Tahunan.

Dengan adanya Pandemi Covid 19, mengakibatkan (UKM) Usaha Kecil dan Menengah mengalami penurunan penjualan sehingga UKM mempunyai kehidupan yang kembang kempis dalam menjalankan usahanya. UKM Konveksi yang ada di Desa Wirosari Kecamatan Wirosari Kabupaten Grobogan mengalami penurunan produksi, sehingga mengurangi karyawan.

Permasalahan yang terjadi pada UKM adalah dari segi Sumber Daya Manusia, dapat dilihat dari hasil peninjauan yang terjadi di lapangan bahwa masih kurangnya SDM dalam mengelola usaha Konveksi. Selain itu, dari segi pemasaran yang masih terbatas dan belum memanfaatkan teknologi. Dilihat dari segi keuangan, Usaha Kecil Menengah di Desa Wirosari masih belum terkontrol dengan baik dikarenakan uang yang dimiliki untuk usaha masih tercampur dengan uang yang digunakan sehari-hari, sehingga akan mempersulit para pelaku usaha dalam mengembangkan usaha tersebut. Inovasi melalui pengembangan pemasaran seperti halnya yang telah dilakukan di Desa Wirosari Kecamatan Wirosari melalui kegiatan pasar rakyat atau bazar yang diadakan di suatu daerah atau melalui media sosial seperti yang dilakukan pengusaha umkm lainnya.

Usaha Kecil Menengah (UKM) Konveksi Bu Handayani, yang beralamat di Desa Wirosari Kecamatan Wirosari Kabupaten Grobogan memasarkan produknya menggunakan sistem penjualan secara *mouth to mouth* jadi dari seseorang yang telah pesan produk dari tempat tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di simpulkan bahwa UKM Konveksi Bu Handayani. Mengalami penurunan penjualan maka perlu adanya Promosi menurut Gitosudarmo (2012) dalam Samari & Devi Novitasari, (2021) menyatakan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi konsumen agar dapat mengenal produk yang di tawarkan oleh perusahaan dan sehingga mereka menjadi senang atau suka lalu melakukan pembelian atas produk tersebut, menurut Anang (2019). Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Dalam ilmu marketing, produk adalah apapun yang ditawarkan kepasar dan dapat

memuaskan kebutuhan atau keinginan. Inovasi Model dan Desain, Pemasaran Online.

Untuk meningkatkan volume penjualan menurut Swastha (2020) dalam menyatakan bahwa volume penjualan dapat diukur dengan dua cara, yaitu pertama, mencapai target penjualan, yang dapat diukur dengan unit produk yang terjual. Kedua, kenaikan jumlah penjualan, keuntungan yang meningkat di peroleh dari total nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu. Sedangkan volume penjualan tidak hanya memasarkan melalui online saja melainkan adanya perluasan sistim Promosi, menurut Tjiptono (2015) promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Dalam dunia fashion akan dituntut selalu *up to date*, dengan mengikuti perkembangan jaman, karena setiap tiga bulan sekali model baju, atau pakaian pasti akan berubah sehingga di butuhkan inovasi perubahan produk setiap saat, Menurut Arifudin, (2020) dalam sebuah usaha Inovasi, peningkatan produksi dan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan. Menurut Hurley & Hult. (1998) dalam Hartini (2012), Inovasi produk merupakan salah satu dampak dan perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Fokus Utama inovasi adalah penciptaan gagasan baru, yang ada gilirannya akan diimplementasikan kedalam produk baru, proses baru. Sehingga dapat bersaing dengan produk yang beredar pada saat sekarang ini usaha kecil menengah dituntut agar dapat menghasilkan produk yang memiliki ciri keunikan yang khas dalam produk tersebut sehingga dapat diterima oleh pasar dan dapat bersaing dengan produk yang bersaing pada saat sekarang ini.

Masalah Mitra

Permasalahan yang dihadapi mitra, UKM Handayani, pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM), adalah belum begitu mengenal Media Promosi, mengoptimalkan Inovasi produk sehingga perlu adanya inovasi produk yang lebih kreatif lagi. Sehingga dengan adanya inovasi produk diharapkan dapat memotivasi keinginan masyarakat untuk membeli produk Konveksi Handayani.

Tujuan Kegiatan

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberi pengetahuan tentang pentingnya penggunaan media sosial dan inovatif produk dalam memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan produk serta memberi pelatihan teknik penggunaan media sosial untuk promosi produk.

Manfaat Kegiatan

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah:

1. Mitra, UKM Konveksi Handayani dapat memperluas target pasar yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan penjualan produknya
2. Mitra, UKM Konveksi Handayani, memiliki pemahaman mengenai arti penting sosial media dalam promosi produk.

B. PELAKSANAAN METODE

Dengan berdasarkan analisis kebutuhan yang telah dilaksanakan sebelumnya, tim pengabdian memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra yaitu melalui 1. Kegiatan Pelatihan Promosi melalui Sosial Media. 2 Kegiatan pembuatan inovasi produk oleh tim pengabdian.

1. Memberikan penjelasan pemahaman mengenai promosi melalui media masa yang berfungsi dapat memperluas pasar.
2. Memberi pemahaman tentang adanya perubahan produk kepada UKM Konveksi agar masyarakat tertarik untuk membeli produk UKM Konveksi Handayani.
3. Memberikan Pemahaman Akuntansi Dasar Kepada UKM.

Tahap Kegiatan

Tim pelaksana memilih pelatihan sebagai metode dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan pelatihan ini disesuaikan dengan solusi yang diharapkan mitra, Tahap-Tahap Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan :

Tahap Pertama : Penyuluhan promosi baik cetak maupun sosial media untuk UKM

1. Mencari informasi dari UKM Desa Wirosari
2. Mendiskusikan kepada pemillik Konveksi Handayani
3. Mendiskusikan dengan narasumber yang telah ditentukan
4. Mencari data UKM
5. Melakukan promosi di sosial media maupun media cetak.

Tahap Kedua : Penyuluhan pengiriman untuk produk UKM

1. Pembelajaran mengenai jasa pengiriman yang ada.
2. Mencari informasi mengenai jasa pengiriman di Desa Wirosari.
3. Melakukan pembicaraan dengan narasumber.
4. Memasukkan informasi yang diperlukan.
5. Melakukan bimbingan pengiriman yang benar.

Tahap Ketiga : Penyuluhan Inovasi Desain Produk

1. Menampilkan warna dan model yang berebeda
2. Memperkuat penampilan estetika dan nilai produk

3. Mempertahankan kualitas bahan produk
4. Memperkuat perbedaan antara ragam produk dan lini produk
5. Mengembangkan desain yang berbeda yang sesuai dengan kategori

Tahap Ke empat : Penyuluhan Akuntansi Sederhana

1. Pembuatan Jurnal Uang Keluar dan Masuk
2. Membuat Kas Pembukuan
3. Membuat laporan Rugi/laba
4. Menggunakan Laba sesuai dengan kebutuhan Usaha
5. Menginvestasikan Laba

Tahap Ke lima : Penyuluhan kebersihan dan masker untuk setiap karyawan

1. Pembelajaran mengenai tata cara memakai masker
2. Pembelajaran mengenai kebersihan ditempat kerja
3. Menyiapkan box dan masker
4. Memasukkan informasi yang diperlukan
5. Melakukan bimbingan kepada pihak UKM tentang pentingnya protokol kesehatan dengan memakai masker yang benar.

Hambatan yang Dihadapi

1. Penyuluhan kegunaan sosial media untuk UKM

- a. Kurangnya pemahaman mengenai fungsi-fungsi sosial media yang mereka miliki
- b. Tidak adanya admin untuk melakukan pemasaran

2. Penyuluhan pengiriman untuk produk UKM

- a. Ketersediaan bahan baku
- b. Kurangnya pengetahuan tentang jasa pengiriman

3. Penyuluhan Inovasi Desain

- a. Takut kalau masyarakat tidak suka model yang baru
- b. Kurangnya pengetahuan tentang desain pakaian

4. Penyuluhan Akuntansi Sederhana

- a. Pola pikir selalu menggunakan mana yang lebih penting
- b. Susah mengubah kebiasaan yang dijalankan setiap hari

5. Penyuluhan kebersihan dan masker untuk setiap karyawan

- a. Adanya masyarakat yang masih banyak mengabaikan protokol kesehatan
- b. Fasilitas penunjang kesehatan dan kebersihan kurang memadai

Alternatif Pemecehan

1. Penyuluhan kegunaan sosial media untuk UKM

- a. Pembuatan akun khusus untuk promosi

- produk
- b. Memberikan idea terkait caption saat upload foto produk
2. **Penyuluhan pengiriman untuk produk UKM**
 - a. Memberikan pemahaman kepada anggota UKM
 - b. Bekerja sama dengan jasa pengiriman
 - c. Selalu memantau ketersediaan bahan baku
 3. **Penyuluhan Inovasi desain**
 - a. Menyakinkan kalau inovasi desain itu penting karena siapa tahu konsumen bosan dengan desain yang lama
 - b. Memberi gambaran tentang desain-desain pakaian yang menarik.
 4. **Penyuluhan Akuntansi Sederhana**
 - a. Memberi kenayakinan manfaat pemisahan uang pribadi dan uang Usaha
 5. **Penyuluhan kebersihan dan masker untuk setiap karyawan**
 - a. Memberikan pemahaman tentang pentingnya protokol kesehatan
 - b. Memberikan wadah dan masker

mitra juga berjalan dengan lancar dan kesukaan mitra dalam menjalankan proses pengabdian yang dijalankan oleh Time. Materi manajemen sederhana, manajemen pemasaran, manajemen keuangan mencakup pengertian, fungsi, dan penerapan sederhana di dunia nyata sehingga mudah diterapkan. Interaksi menandakan ketertarikan mereka terhadap materi yang dibahas.



Gambar 2. Proses Menjahit Pakaian Olahraga

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian, maka diperoleh beberapa capaian, antara lain:

- Adanya akun khusus untuk promosi produk
- Adanya Pengiriman Produk dengan baik.
- Adanya Inovasi Desain Produk
- Adanya foto produk yang diupload di sosial media
- Adanya pembukuan sederhana
- Adanya kebersihan di tempat konveksi

Dokumen Pengabdian Masyarakat.



Gambar 1 . Perkenalan ke UKM

Pengabdian ini mendapat respon yang positif dari mitra yang terlihat dari antusiasme mitra untuk mengikuti penyuluhan dari awal kunjungan sampai berakhirnya waktu kunjungan, serta mengikuti diskusi hingga acara pengabdian selesai. Materi disampaikan kepada mitra dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh mitra sehingga interaksi antara tim pengabdian dengan



Gambar 3. Pelatihan Akuntansi Dasar dan Pemasaran



Gambar 4. Proses Pengobrasan

D. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat maka dapat disimpulkan bahwa :

Dengan adanya Penyuluhan promosi baik cetak maupun sosial media yang diberikan ke Mitra UKM sehingga UKM dapat mngenal dan memhami fungsi-fungsi dari sosial media, Penyuluhan pengiriman untuk produk UKM dapat memberikan pemahaman bahwa pengiriman produk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen sehingga mendukung meningkatnya jumlah pesanan, pemberian pemahaman Inovasi desain pakaian mitra dapat memahami tentang arti penting inovasi desain dan model pakaian yang akan diproduksi, setelah Mitra memahami Desain produk dengan baik diharapkan konsumen akan berminat untuk membeli produk konveksi Handayani, dalam hal ini juga perlu adanya Pelatihan Akuntansi Sederhana agar UKM bisa memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi, untuk mengikuti protokol kesehatan yang telah di tetapkan pemerintah maka karyawan diharapkan bisa mengikuti protokol kesehatan diharapkan karyawan bisa menjaga kebersihan dan menggunakan masker dalam menjalankan kegiatan usaha produksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat maka dapat disarankan kepada mitra adalah bahwa :

1. Mitra diharapkan terus memantau akun di sosial medianya. Selain untuk promosi juga untuk mengetahui respon masyarakat terhadap produknya.
2. Mitra diharapkan lebih meningkatkan pemahaman mengenai internet, agar dapat mempermudah usaha penjualan usaha Konveksi Handayani di Desa Wirosari tersebut.
3. Peningkatan pemahaman mengenai

inovasi desain yang menarik dan modern disaat ini.

4. Pemahaman mengenai protokol kesehatan dan kebersihan yang masih belum menjadi kebiasaan masyarakat.
5. Peningkatan pemahaman mengenai SDM (Sumber daya manusia) yang harus masih lebih di tingkatkan lagi.
6. Pemahaman mengenai protokol kesehatan yang masih belum menjadi kebiasaan masyarakat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi Dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkongdi Subang Jawa Barat. *Integritas : Jurnal Pengabdian*, 4(1) 21–36.
- Firmansyah. Anang,(2019) Pemasaran Produk Dan Merk, (Yogyakarta: Qiara Media.
- Hartini, Sri (2012) Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis, *jurnal manajemen dan kewirausahaan*, vol.14, no. 1
- Samari & Devi Novitasari, (2021), Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleholeh Gudange Tahu Takwa, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 6 No. 1 (2021).
- Swastha, Basu. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strtaegi Pemasaran*, Edisi 4, Andi.