

Komunikasi Kelompok dalam Meningkatkan Jaringan  
Pemasaran Usaha Pangan\_Industri Rumah Tangga (UP\_IRT)

Ana Kuswanti<sup>1</sup>, Retno Dyah Kusumastuti<sup>2</sup>, Aan Setiadarma<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan

[anakuswanti@upnvj.ac.id](mailto:anakuswanti@upnvj.ac.id)/[retnodyah@upnvj.ac.id](mailto:retnodyah@upnvj.ac.id)/[aan.setiadarma@gmail.com](mailto:aan.setiadarma@gmail.com)

**Abstrak**

Tri Dharma Perguruan Tinggi (PT) salah satunya dengan melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Arikel ini menguraikan pelaksanaan PKM pada Kelompok Majelis Annisa di Kampung Bedahan, Kelurahan Pabuaran Mekar, programnya adalah “PANGAN SEHAT” Usaha Pangan Industri Rumah Tangga (UP\_IRT). Kegiatan dilakukan untuk mendorong agar usaha mandiri yang dilakukan oleh ibu rumah tangga dapat berkembang secara berkesinambungan. Berdasarkan alasan mendasar bahwa pangan merupakan urgensi dalam mendorong kesehatan, oleh karena itu UP\_IRT dalam memproduksi makanan dengan bahan baku yang berkualitas atau premium. Pangan dengan kualitas mutu yang baik dapat dengan mudah menembus pasar dan meningkatkan penjualan apabila didorong dengan jaringan komunikasi yang luas. Kegiatan pengabdian yang bertujuan memberikan pemahaman dan implementasi cara memperluas jaringan pemasaran. Memberikan pemecahan masalah bagaimana komunikasi kelompok dalam meningkatkan jaringan pemasaran UP\_IRT yang lebih efisien dan efektif. Program “PANGAN SEHAT”, dengan praktek penggunaan media sosial dan dapat meningkatkan pendapatan bagi UP\_IRT. Kelompok PKM terdiri dari 25 peserta, tetapi yang aktif selalu mengikuti kegiatan kelompok rata-rata hanya 15 peserta. Tujuan kegiatan yang ingin dicapai dari PKM ini adalah menciptakan perluasan jaringan pemasaran komunikasi kelompok UP\_IRT yang bernilai efektif untuk meningkatkan pendapatan. Kegiatan ini dalam rangka memperkenalkan kepada mitra, langkah lain memperluas pemasaran melalui berbagai media digital seperti sosial media dan marketplace, sebelumnya mitra sudah memanfaatkan sosial media dan selanjutnya akan memperluas jaringan pemasaran dengan menimplementasikan penerapan marketplace, salah satunya yaitu tokopedia. tokopedia memiliki banyak kelebihan kepada mitra yang akan memperluas penjualan produk. Hal-hal yang ditawarkan yaitu produk PANGAN SEHAT UP\_IRT, berbentuk aneka macam makanan kue basah, kue kering, cake, kue tampah, kue ulang tahun. Memberikan layanan delivery baik pemesanan dalam partai kecil maupun partai besar.

**Kata kunci : Industri rumah tangga, jaringan pemasaran, Komunikasi kelompok, usaha pangan.**

**Abstract**

*Tri Dharma of Higher Education (PT) is one of them by doing community service (PKM). This article describes the implementation of PKM in the Majelis Annisa Group in Bedahan Village, Pabuaran Mekar Village, the program is "HEALTH FOOD" for Home Industry Food Business (UP\_IRT). Activities carried out to encourage independent businesses carried out by housewives to develop automatically. Based on the basic reason that food is an urgency in promoting health, therefore UP\_IRT in producing food with quality or premium raw materials. Food with good quality can easily penetrate the market and increase sales when compared to extensive communication. Service activities that aim to provide understanding and implementation of ways to expand the marketing network. Provide a*

*solution to the problem of how group communication in improving the UP\_IRT marketing network is more efficient and effective. "HEALTH FOOD" program, with the practice of using social media and can increase income for UP\_IRT. The PKM group consists of 25 participants, but those who always actively participate in group activities are only 15 participants on average. This PKM activity is to create an expansion of the UP\_IRT group's communication marketing network that is effective enough to increase revenue. This activity is in order to introduce to partners, other steps offered through digital media such as social media and marketplace, previously partners have used social media and will further expand the marketing network by implementing the application of marketplaces, one of which is Tokopedia. Tokopedia has many advantages that will expand product sales. UP\_IRT HEALTHY FOOD products, in the form of various kinds of wet cakes, pastries, cakes, winnowing cakes, birthday cakes. Provide delivery services for both orders in small and large parties.*

**Keywords: Home industry, food business, group communication, network marketing**

## 1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat khususnya bagi perempuan sangat memberikan solusi dalam membantu keberdayaan ekonomi keluarga seperti kemampuan membuat Usaha Pangan\_Industri Rumah Tangga (UP\_IRT). Karwati (2017) melalui pemberdayaan masyarakat menyatakan bahwa perempuan dapat diberdayakan melalui pelatihan kewirausahaan yang memberikan pengetahuan, sikap, keterampilan, yang mampu menjadikan mereka mandiri dan dapat meningkatkan kualitas hidupnya. Upaya pemberdayaan untuk membangun kekuatan dengan mendorong, memotivasi, dan meningkatkan kesadaran akan potensinya. Bantuan untuk pengembangan keterampilan dalam bentuk simpan pinjam, pendidikan, pelatihan, dan perlindungan hukum (Kuswanti *et al.*, 2020). Kemampuan kreatif seorang ibu rumah tangga dalam membuat UP\_IRT dapat meningkatkan pendapatan apabila mampu memperluas jaringan pemasarannya.

Kemampuan berkomunikasi dalam memperluas jaringan sangat penting dalam mendukung ketercapaian suatu usaha. Keberdayaan UP\_IRT dapat lebih terarah apabila diwadahi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bergabung dengan UMKM merupakan langkah tepat

untuk memperluas jaringan komunikasi. Peningkatan sumber daya perempuan agar potensinya meningkat, yaitu dengan pemanfaatan positif media digital bagi ibu rumah tangga, yang membantu mengembangkan keterampilan sehingga berkembang menjadi usaha mandiri yang dapat membantu perekonomian keluarga (Kuswanti & Oktarina, 2019). Hal tersebut juga diperkuat oleh (Arianty :2017) bahwa masalah pemasaran meliputi pengembangan produk dan pemasaran usaha kecil menengah masih menghadapi masalah dalam pengembangan produk dan pemasarannya, kurangnya mutu dan desain produk sesuai kebutuhan konsumen, belum terbangunnya prinsip kemitraan untuk pengembangan usaha. Pangan merupakan urgensi dalam mendorong kesehatan, oleh karena itu UP\_IRT dalam memproduksi makanan dengan bahan baku yang berkualitas atau premium. Merujuk (Siahaan 2017) memberikan makan yang sehat dan terkontrol sehingga keluarga merasa aman dalam mengkonsumsi makanan. Kondisi kesehatan keluarga juga sangat ditentukan oleh gaya hidup dan menjadi perhatian masyarakat yaitu dapat dengan memilih makanan sehat, olahraga teratur serta memilih produk-produk yang berasal dari bahan alam (Fitriadi, 2019). Konsekuensi bagi penjual pangan dengan kualitas mutu yang baik diharapkan dapat dengan mudah

menembus pasar dan meningkatkan penjualan apabila didorong dengan jaringan komunikasi yang luas.

Para pelaku usaha dapat lebih mengembangkan produknya dengan meningkatkan produksi dan pemasaran produk mereka. Jangkauan pemasaran yang lebih luas dapat dilakukan dengan mendapatkan ijin dari Makanan Dalam\_Badan Pengawas Obat dan Makanan (MD\_BPOM) dengan target pasar keluar kota dari tempat pangan di produksi. Hal-hal tersebut merupakan prosedur dalam melegalkan sebuah produksi untuk makanan dalam, bahwa makanan yang diproduksi merupakan makanan yang layak untuk dikonsumsi (sehat dan halal). Badan Pengawas Obat dan Makanan sudah melakukan berbagai upaya untuk melindungi masyarakat dari obat tanpa izin edar yang dijual secara online dengan upaya premarket dan post-market (NurZuhaid *et.al.* :2016).

Kelayakan pangan dapat lebih terpercaya apabila telah memperoleh sertifikasi tersebut. Apabila telah memiliki ijin, maka dapat mempermudah jangkauan pemasaran, dan juga jaringan komunikasi lebih luas. Permasalahan yang sering dihadapi oleh IRT kesulitan untuk memperluas jaringan komunikasi pemasaran, sehingga jangkauan penjualannya kurang maksimal untuk memperoleh pendapatan lebih tinggi guna mengembangkan usaha yang lebih besar lagi. Sementara produksi yang dihasilkan sangat menarik dan memiliki kualitas pangan yang sehat (Rakyan, 2014).

Strategi komunikasi pemasaran juga sangat diperlukan (Bustomi & Juariyah: 2019) seperti yang dilakukan oleh UD Lapar Sehat menghasilkan temuan 1) UD Lapar Sehat mengiklankan produk mereka melalui media sosial, 2) UD Lapar Sehat menggunakan pemasaran langsung melalui event, 3) Penggunaan media online sebagai pemasaran interaktif UD Lapar Sehat, 4) UD Lapar Sehat memberikan potongan harga sebagai bagian dari promosi penjualan, 5)

Membangun Citra dan Publikasi sebagai bagian dari kegiatan Humas UD Lapar Sehat, dan 6) UD Lapar Sehat menggunakan Personal Branding sebagai bagian dari penjualan personal.

Kemampuan penjualan secara tradisional atau tanpa menggunakan media internet hanya mampu menjangkau wilayah lingkungan dekat, satu kelurahan dengan beberapa kampung atau duku. Hal ini membutuhkan strategi dalam memperluas jaringan komunikasi dan telah dilakukan sebelumnya dengan penggunaan media sosial instagram, facebook, onlineshop, menggunakan jasa website onlineshop.



Gambar 1. Aneka macam pangan yang di produksi oleh UP\_IRT Majelis Annisa

Tokopedia (Farida:2020) bahwa tingkat kepadatan jejaring adalah rendah dan tingkat timbal balik memiliki komunikasi satu arah antara Tokopedia dan anggota jaringannya. Oleh karena itu melalui kegiatan ini dalam rangka memperkenalkan kepada mitra, langkah lain yang dilakukan adalah dengan memperluas pemasaran melalui berbagai media digital seperti sosial media dan marketplace, sebelumnya mitra sudah memanfaatkan sosial media dan selanjutnya akan memperluas jaringan pemasaran dengan mengimplementasikan penerapan marketplace, salah satunya yaitu tokopedia. Tokopedia memiliki banyak kelebihan kepada mitra yang akan memperluas penjualan produk.

Beragam kue kering yang telah di kemas dalam toples, kue ulang tahun yang menarik, kue lapis dengan motif bunga, kue batik, kue jelly yang indah seperti bunga bermekaran, beragam pudding yang lembut, parcel kue untuk seserahan pernikahan, kue tampah, pizza, dan masih banyak lagi kue yang sangat lezat, sehat dan menarik. Rangkaian latar belakang tersebut membutuhkan jaringan komunikasi sebagai startegi pemasaran produk UP\_IRT.

## 2. PERMASALAHAN

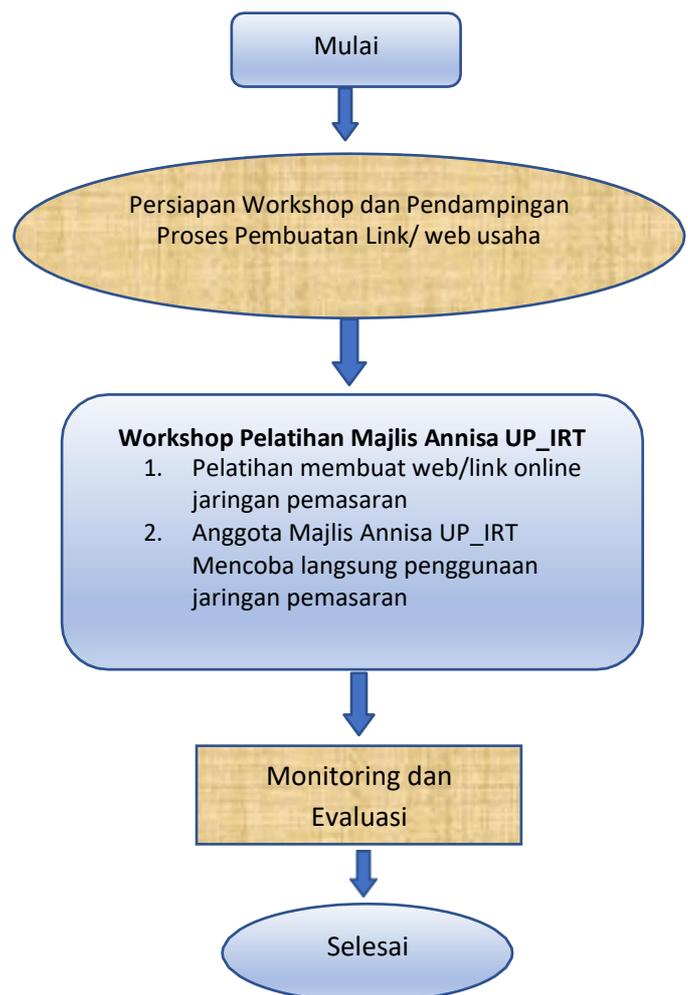
Terbatasnya kemampuan ibu rumah tangga di Majelis Annisa dalam memperluas jaringan pemasaran komunikasi kelompok UP\_IRT yang bernilai efektif untuk meningkatkan pendapatan. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dibuat Program “PANGAN SEHAT” ini agar bisa mendorong perluasan jaringan pemasaran komunikasi kelompok UP\_IRT Majelis Annisa di Kp. Bedahan, Kel. Pabuaran Mekar, Cibinong, Bogor

## 3. METODE

Metode pelaksanaan pada program komunikasi kelompok dalam meningkatkan jaringan pemasaran UP\_IRT ini, yaitu melakukan strategi komunikasi UP\_IRT untuk melakukan perluasan jaringan pemasaran komunikasi kelompok yang lebih efektif. Program “PANGAN SEHAT” ini dapat mendorong berkembangnya usaha IRT untuk meningkatkan pendapatan usaha pada kelompok Majelis Annisa di Kp, Bedahan, Kel Pabuaran Mekar, Cibinong. Pelaksananya sesuai dengan jadwal yang telah disepakati antara tim program kemitraan masyarakat dengan Kelompok Majelis Annisa.

Kegiatan PKM pada dasarnya tidak terlepas dari Input, proses dan output. Proses dilakukan awal koordinasi dengan

Mitra Majelis Annisa. Proses adalah kegiatan dimana pelaksanaan kegiatan workshop dilakukan dengan dilakukan pendampingan melalui daring (karena PKM dilakukan dimasa pandemi Covid-19). Output merupakan capaian dari hasil input yang terdiri dari sumber daya manusianya yaitu anggota kelompok Majelis Annisa, dan proses kegiatan yang dilakukan. Goalnya adalah seluruh anggota “PANGAN SEHAT” UPT\_IRT Majelis Annisa mampu mengoperasikan penggunaan media internet dan membuka jaringan komunikasi pemasaran dengan menggunakan onlineshop website contohnya tokopedia.



Gambar 2. Diagram Alir Kegiatan Workshop PKM

Mengingat pentingnya suatu komunikasi agar setiap pelaksanaan dapat berlangsung dengan lancar, maka

dilaksanakan koordinasi dengan koordinator tim Majelis Annisa. Koordinasi dimaksudkan untuk memudahkan teknis dalam pelaksanaan kegiatan workshop dan pendampingan. Berdasarkan diagram alir kegiatan Gambar 2 Tersebut diatas, maka kegiatan dapat uraikan secara rinci pada tiap tahapannya, sebagai berikut:

### 1). Persiapan Workshp dan Pendampingan

Berdasarkan analisis dan identifikasi permasalahan dan lokasi PKM, maka tim ABDIMAS dari UPN Veteran Jakarta melakukan langkah lebih lanjut dengan melakukan persiapan acara workshop dan pendampingan dengan pelatihan pembuatan akun produk di onlineshop “Tokopedia” untuk memperluas jaringan pemasaran; dan anggota Majelis Annisa UP\_IRT Mencoba langsung penggunaan jaringan pemasaran tersebut.

Kegiatan persiapan workshop diawali dengan pembukaan, sedikit pemberian materi terkait pemahaman mengenai komunikasi kelompok dan jaringan komunikasi pemasaran. Jaringan komunikasi pemasaran, dimana karena ini merupakan suatu kelompok, sehingga perlu pemahaman dimana individu, kelompok dan lingkungan tidak dapat terpisahkan. Siklusnya dimana individu melakukan suatu komunikasi merupakan input, pelaksanaan kegiatan pelatihan merupakan proses, praktik kegiatan implementasi komunikasi pemasaran melalui jaringan dengan memanfaatkan media merupakan goal yang dapat merupakan output dan mampu mendatangkan keuntungan outcome. Hal tersebut yang memang penting untuk dilakukan oleh UP\_IRT PANGAN SEHAT Majelis Annisa untuk meningkatkan perluasan penjualan produk UP\_IRT, sehingga harapannya dapat meningkatkan penjualan dan pendapat bagi pelaku usaha.

### 2). Pelaksanaan Workshp dan Pendampingan

Implementasi kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan workshop dan pendampingan secara langsung bersama mitra dalam pelatihan pemasaran produk aneka macam produk melalui media online. Pemilik usaha atau peserta PANGAN SEHAT UP\_IRT mencoba mengakses secara langsung web produk yang telah dibuat dan beberapa akun produk di media sosial sebagai perluasan pemasaran dengan memanfaatkan media website. Trainer yang akan mengisi kegiatan workshp adalah dari tim pengabdian masyarakat UPN Veteran Jakarta yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Jadwal Materi dan Pemateri

No	Materi	Pemateri
1.	Pemaparan pemahaman tentang komunikasi kelompok dan komunikasi pemasaran dengan jaringan komunikasi	Retno Dyah Kusumastuti
2.	Workshop perluasan jaringan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media onlineshop “Tokopedia”	Ana Kuswanti
3.	Pelatihan akses web produk dan akun produk di media onlineshop “Tokopedia”	Aan Setiadarma

### 3). Partisipasi dari Majelis Annisa

Kegiatan PKM ini secara penuh melibatkan partisipasi dari seluruh anggota Majelis Annisa, terutama bagi yang aktif dalam mengikuti pertemuan. Kegiatan bertujuan dimaksudkan untuk menanamkan rasa kepemilikan mitra dalam kegiatan menciptakan perluasan jaringan pemasaran komunikasi kelompok UP\_IRT yang bernilai efektif untuk meningkatkan pendapatan. Program “PANGAN SEHAT” ini bisa mendorong perluasan jaringan pemasaran komunikasi kelompok UP\_IRT Majelis Annisa di Kp. Bedahan,

Kel. Pabuaran Mekar, Cibinong, Bogor.

#### 4). Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dilakukan agar proses kegiatan dapat keberlanjutan, agar ibu rumah tangga yang bergabung dalam Majelis Annisa mampu meningkatkan tingkat penjualan melalui jaringan komunikasi pemasarannya. Bagi yang sudah membuka usaha dan dalam partai besar agar lebih dapat meningkatkan produksi dan nilai jual yang lebih menguntungkan, tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan. Menjaga kepercayaan customer dengan terus menjaga kualitas, dan kuantitas produk yang aman untuk dikonsumsi. Keberlanjutan usaha dan juga pemasaran tentunya membutuhkan strategi yang baik, pihak PKM memberikan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Pembimbingan diberikan dalam proses pelaksanaan program, bertujuan yaitu untuk melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan; mengetahui kendala yang ada dalam proses pelaksanaan program; memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Evaluasinya adalah dengan melihat permasalahan dan kendala yang terjadi dalam pelaksanaan program dapat diperbaiki menjadi lebih baik. Tujuan dalam implementasi dapat berjalan dengan baik, terjadi sinergitas dalam kelompok Majelis Annisa dan tim PKM, serta program yang dilaksanakan benar-benar efektif.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain Web Pemasaran pada Komunikasi Kelompok Majelis Annisa. Sebelum pelaksanaan kegiatan dilakukan, tim pengabdian membuat desain web untuk memasarkan produksi PANGAN SEHAT UPT\_IRT. Kegiatan dilakukan pada tanggal 28 Juni s/d 9 Juli 2021. Tahap-tahap yang dilakukan dalam pembuatan desain web ini adalah:

1. Observasi terhadap mitra untuk mengetahui kebutuhan web yang akan dibuat. Pada kegiatan ini, tim meminta kepada mitra untuk mengumpulkan foto-foto serta uraian singkat mengenai proses produksi aneka ragam produk olahan kue pada PANGAN SEHAT UPT\_IRT. Hasil foto dan uraian singkat produksi nantinya akan dimasukkan dalam web sehingga masyarakat dapat mengetahui produksi PANGAN SEHAT UPT\_IRT dari web yang dibuat dan nantinya dapat menarik minat pembeli untuk order PANGAN SEHAT UPT\_IRT terus meningkat.
2. Membuat portfolio online Majelis Annisa. Pada tahap ini pilih platform online yang bisa membuat website yang cocok. Untuk membuat portfolio online Majelis Annisa, bisa menggunakan [Wordpress.com](https://www.wordpress.com).
3. Pengisian fitur. Tahap ini dilakukan pengisian nama domain dan konten yang akan dimasukkan dalam web. Berikut ini desain web PANGAN SEHAT UPT\_IRT.

#### a. Pelaksanaan Workshop & Pendampingan

Tahapan pelaksanaan Program yaitu sebagai berikut : Jadwal kerja kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap yaitu:

1. Persiapan, Tahap ini dilakukan setelah persetujuan kegiatan ini direalisasikan yang menyangkut: waktu, tempat, dan keperluan yang dibutuhkan.
2. Pelaksanaan program kemitraan masyarakat Kelompok Majelis Annisa di Kp.Bedahan, Kel.Pabuaran Mekar, dengan nama programnya adalah "PANGAN SEHAT"
3. Evaluasi Kegiatan, Tahap ketiga ini merupakan rangkaian kegiatan berupa evaluasi terhadap kegiatan tahap kedua dan persiapan laporan.

Berdasarkan PKM maka untuk lebih jelasnya, urutan kegiatan PKM ini sebagai berikut:

Tabel 2. Urutan Kegiatan PKM di Majelis Annisa

<i>Waktu Observasi</i>	<i>Kegiatan</i>	<i>Tempat</i>
28 Juni 2021	Koordinasi tim persiapan kegiatan (Disain Web) <a href="https://meet.google.com/bdb-mfnc-egg">https://meet.google.com/bdb-mfnc-egg</a>	Daring
29 Juni 2021	Diskusi Tim sebelum kegiatan	Daring
30 Juni-2 Juli 2021	Pelaksanaan workshop	Daring
3-5 Juli 2021	Pelaksanaan pendampingan	Daring
7 Juli 2021	Evaluasi tim dengan mitra	Daring
8-9 Juli 2021	Diskusi antar tim untuk perbaikan usaha ke depan	Daring

**b. Langkah yang dilakukan:**

1. Mengajarkan cara mengelola dan maintenance web.
2. Tanya-Jawab & Evaluasi.

Kegiatan workshop ini diikuti oleh mitra kelompok Majelis Annisa di damping dari pihak PKM UPN Veteran Jakarta yang membantu mitra dalam proses workshop/pelatihan pembuatan web. Selama kegiatan workshop, mitra menyimak materi yang disampaikan mitra selama 1,5 jam. Respon mitra dalam kegiatan ini sangat baik, mitra memberikan respons yang positif dengan seringnya mitra bertanya tanpa sungkan apabila ada materi yang tidak dipahami oleh mitra. Mitra mengikuti materi yang diberikan dengan tertib, sampai akhir kegiatan workshop berlangsung.

**c. Hal-hal yang perlu diperhatikan:**

Mitra perlu memperhatikan hal-hal yang terkadang terlupakan oleh pemilik website. Ketika mitra sudah membuat web perlu segera melakukan tambah produk agar toko mitra dengan segera mendapat pesanan. Terhitung dari pembuatan web yang dilakukan, apabila dalam jangka waktu 90 hari mitra tidak tambah produk, maka toko yang dimiliki akan dihapus secara permanen. Mitra perlu memperhatikan hal tersebut, apabila

terlupakan sesuai jangka waktu tersebut, maka harus membuat toko dari awal lagi jika ingin membuka toko baru.

**d. Panduan membuat akun pembeli Tokopedia**

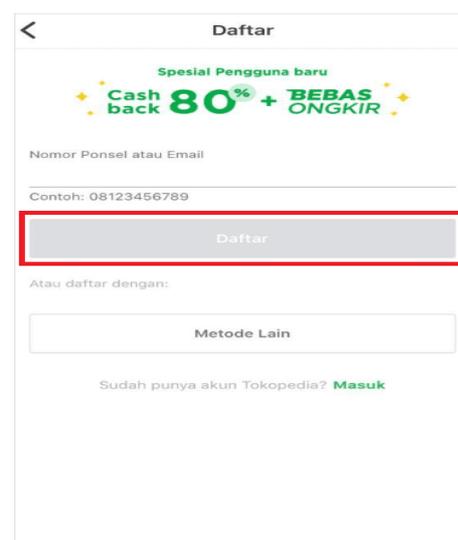
Sebelum buka toko di Tokopedia, kamu harus punya akun pembeli terlebih dahulu. Berikut 4 langkah mudah buat akun pembeli Tokopedia.

Gambar 3. Panduan membuat akun pembeli Tokopedia

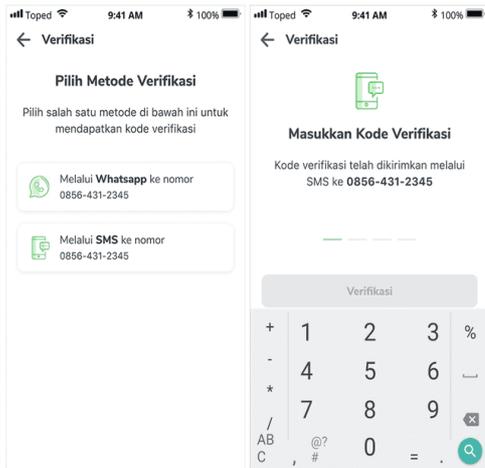
- 1).Download aplikasi Tokopedia di Google PlayStore atau AppStore, klik ‘**Gabung Sekarang**’ lalu klik ‘**Daftar**’ untuk membuat akun pembeli.



- 2).Masukkan nomor ponsel atau email yang ingin kamu gunakan. Klik ‘**Daftar**’.



3). Kamu akan dikirimkan kode verifikasi atau OTP (One Time Password) ke nomor ponsel atau email yang kamu gunakan. Masukkan kode verifikasi tersebut untuk mengaktifkan akun pembelimu. Ingat ya, kode OTP sifatnya rahasia. Jangan berikan kode ini ke siapa pun termasuk yang mengaku sebagai pihak Tokopedia.



4). Tuliskan nama lengkapmu sesuai KTP agar nantinya memudahkanmu melakukan penarikan saldo atau dana ke rekening pribadi. Klik **'Lanjut'**. Selamat! Akun pembelimu sudah jadi!



### e. Panduan buka toko di Tokopedia

Saat ini, buka toko di Tokopedia makin mudah. Ikuti 5 langkah mudah berikut:

1). Buka aplikasi Tokopedia. Ketik **'Buka Toko'** di kolom pencarian, klik **'Buka Toko Gratis'**.

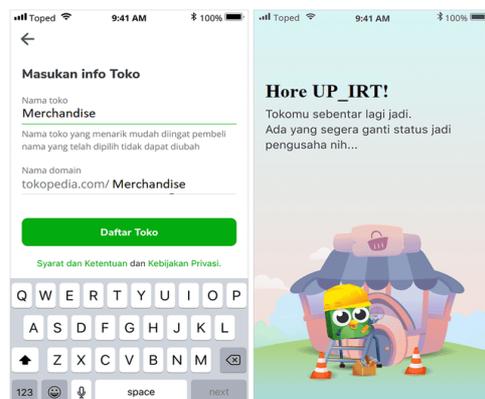
Gambar 4. Panduan buka toko di Tokopedia



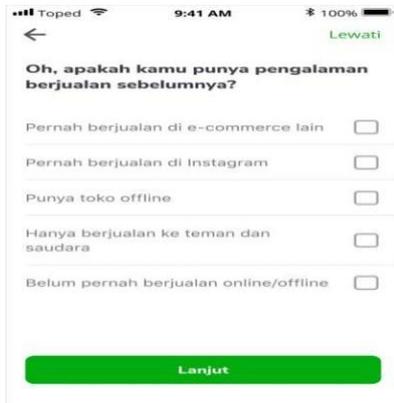
2). Kamu akan diarahkan ke halaman buka toko. Klik **'Buka Toko Gratis'**.



3). Tulis nama tokomu. Nama toko tidak bisa diubah ya. Pastikan kamu sudah menyiapkan nama toko yang sesuai. Setelah isi nama tokomu, isi domain toko. Domain toko ini nantinya akan berfungsi sebagai link tokomu di Tokopedia.



- 4). Isi survey singkat agar Tokopedia bisa memberikan pengalaman terbaik buat kamu dan bisa memberikan dukungan berjualan yang optimal.



- 5). Masukkan alamat toko yang benar dan lengkap. Alamat ini akan digunakan oleh kurir untuk mengambil barang dari tokomu. Lengkapi nama jalan, nomor bangunan, nomor RT dan RW, kecamatan, hingga kode pos. Klik 'Simpan'. Selamat! Tokomu sudah jadi!



Langkah berikutnya adalah dilakukan evaluasi, setelah kegiatan ini dilaksanakan. Evaluasi dilakukan secara bersama dengan mitra kelompok Majelis Annisa mengenai kegiatan workshop yang telah dilaksanakan. Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh keterangan bahwa para peserta telah memahami materi-materi yang disampaikan oleh Tim Pengabdian, namun ada beberapa masalah yang perlu diselesaikan bersama, antara lain:

1. Minimnya pengetahuan mitra mengenai cara pembuatan jaringan

komunikasi pemasaran online dengan menggunakan Web.

2. Peserta belum dapat mengoperasikan maupun mengelola web tersebut dengan baik.

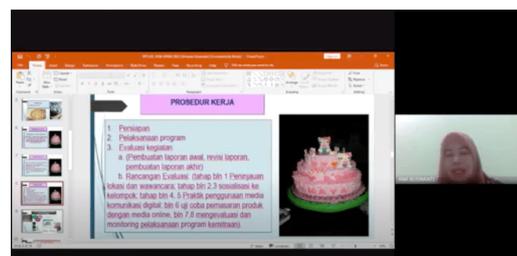
Berdasarkan dari hasil evaluasi kegiatan, maka dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan terhadap mitra secara langsung baik pada pengetahuan mengenai jaringan komunikasi pemasaran online maupun proses pengoperasian web pemasaran.

### f. Kegiatan Pendampingan Mitra

Kegiatan pendampingan mitra dilaksanakan selama satu hari yaitu pada Kegiatan pelatihan yang pertama dilaksanakan pada tanggal 29 Juni 2021 pada jam 09.00 WIB secara Daring. Kegiatan pelatihan yang berikutnya dilaksanakan tanggal 30 Juni sampai 2 Juli jam 09.00 WIB secara Daring. Urutan kegiatan pendampingan ini diberikan sebagai berikut:

1. Pengoperasian web pemasaran langsung oleh mitra.
2. *Maintenance web* secara mandiri dengan didampingi oleh Tim Pengabdian.
3. Tanya-Jawab & Evaluasi.

Gambar 4.1. Kegiatan paparan pelaksanaan PKM dan Pendampingan



Gambar 4.2. Kegiatan paparan PKM dan Pendampingan



Berdasarkan pada kegiatan pendampingan terlihat mitra sudah mapu mengoperasikan dan mengelola web dengan baik. Hal ini terlihat dari langkah-langkah pengoperasian web yang digunakan oleh mitra sudah tepat selama proses pendampingan. Peserta dalam kelompok Mitra terkadang dalam kegiatannya masih bertanya ketika terjadi salah klik, hal-hal tersebut terjadi karena mereka jarang mengakses website, karena mereka lebih sering melakukan penjualan produknya melalui whatapps group, Instagram dan facebook.

**g. Evaluasi dan Keberlanjutan**

Tahap evaluasi dilakukan agar terjadi proses keberlanjutan oleh mitra yang tentunya masih membutuhkan pembimbingan dalam proses pelaksanaan program. Tahapan ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan.
2. Mengetahui kendala yang ada dalam proses pelaksanaan program.
3. Mencari solusi terhadap masalah yang ada selama pelaksanaan praktik pendampingan.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Kendala	Penyelesaian
1	Mitra terkadang masih belum sepenuhnya dapat memahami pembuatan dan cara upload materi foto dan teks kedalam website.	Peserta (Mitra kelompok Majlis Annisa) diberikan workshop mengenai jaringan komunikasi pemasaran secara online
2	Mitra masih kurang lancar dalam mengoperasikan media online dengan menggunakan website	Peserta (Mitra kelompok Majlis Annisa) perlu untuk mencoba dan berlatih secara lebih intensif agar menjadi terbiasa menggunakan media online website.

**5. SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

Program pengabdian masyarakat dengan judul “Komunikasi Kelompok dalam Meningkatkan Jaringan Pemasaran Usaha Pangan\_Industri Rumah Tangga (UP\_IRT) yang diadakan oleh tim telah

berjalan dengan baik dan lancar serta mendapatkan respon yang baik dari peserta pelatihan. Berdasarkan manfaat yang dapat dirasakan, kegiatan PKM UPN Veteran Jakarta dengan Mitra sangat memberikan manfaat yang besar bagi para ibu rumah tangga, terutama yang tergabung dalam PANGAN SEHAT UPT\_IRT karena mampu menambah pengetahuan bagi Mitra dalam penggunaan media online untuk memperluas jaringan komunikasi pemasaran lebih dapat dipahami oleh pelaku usaha.

Mengingat Indonesia saat ini telah memasuki era digital 4.0. Adanya kegiatan PKM semacam ini diharapkan dapat meningkatkan penghasilan dan lebih memberdayakan ibu rumah tangga secara produktif. Goalnya adalah mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui strategi pemasarng dengan memperluas jaringan komunikasi pemasaran. Pengembangan keterampilan dalam mengakses internet untuk memperluas jaringan pemasaran dilakukan secara mandiri sebagai wujud pemberdayaan perempuan. Kemandirian usaha ibu rumah tangga dilihat dari kemandirian pemasaran, pendapatan dan jejaring.

Selama melaksanakan observasi di Majlis Annisa PANGAN SEHAT UP\_IRT, terdapat beberapa permasalahan yang masih belum dipecahkan antara lain masalah pemasaran dari segi pengemasan produk yang kurang menarik maupun dari strategi pemasaran yang kurang luas jangkauannya. Oleh karena itu dengan PKM yang kami berikan, harapannya secara berkesinambungan benar-benar dapat diimplementasikan oleh UP\_IRT Majlis Annisa. Agar secara ouput lebih efisien dan efektif dalam melakukan penjualan produk industri rumah tangga.

Berdasarkan dari rangkaian kegiatan yang telah dilakukan, maka perlu dapat meningkatkan strategi pemasaran lebih-dari sisi kualitas (produk dan kemasan). Perlu pengemasan produk secara aman, dengan tujuan apabila dilakukan pengiriman produk dalam jarak yang jauh produk barang tidak rusak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bastomi. G. A. dan Juariyah. (2019). Komunikasi Pemasaran Ud Lapar Sehat Jember dalam Meningkatkan Minat Memilih Makanan Organik. *Jurnal Fisipol*. <http://repository.unmuhjember.ac.id>
- Arianty. N. (2017). Analisis Usaha Industri Rumah Tangga dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Prosiding Seminar Hilirisasi Penelitian Untuk Kesejahteraan Masyarakat Lembaga Penelitian Universitas Negeri Medan, 28 September*. <https://www.researchgate.net/publication/326988589>
- Farida N. (2020). Analisis Jaringan Sosial Komunikasi Pemasaran pada Pemanfaatan Twitter Tokopedia. *UG Jurnal*. Vol. 14 Edisi 05 Mei 2020 <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/uqjournal/article/download/3351/2062>
- Fitriadi. (2019). Hidup Sehat Dimulai dari Kamu! Bebaskan Batuk dengan KOMIX Herbal - Halaman 2 - Bangka Pos. Retrieved March 7, 2019, from <http://bangka.tribunnews.com/2019/02/25/hidup-sehat-dimulai-dari-kamu-bebaskan-batuk-dengan-komix-herbal?page=2>
- Karwati L, Ansori, Mulyono D. (2018). Women empowerment to build entre-preneurship. *Journal of Nonformal Education*. 4(2):169-176. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jne>. DOI: <http://dx.doi.org/10.15294/jne.v4i2.16005>.
- Kuswanti A, Oktarina S. (2019). Pemanfaatan media informasi bagi kemandirian ibu rumah tangga. *Jurnal Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*.1(1): 47-55. DOI: <https://doi.org/10.23960/jsp.v1i1>.
- \_\_\_\_\_, Saleh A, Hubeis AVH, Herien PS, Muqsith MA. (2020a). Effect of group participative communication and economic empowerment of independent women. *The Journal of Social Sciences Research*. 6(3):293-299. <https://doi.org/http://doi.org/10.32861/jssr.63.293.299>
- NurZuhaid.M.A., Turisno. B. E., dan Suharto R. (2016). Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Obat Tanpa Izin Edar Yang Dijual Secara Online Di Indonesia. *Diponegoro Law Journal* Volume 5, Nomor 3. <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Rekyan H. P. (2014). Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia (FEMA), Institut Pertanian Bogor, Bogor 16680. <https://doi.org/10.25182/jgp.2014.9.3.%25p>
- Siahaan. R. F. (2017). Mengawal Kesehatan Keluarga melalui Pemilihan dan Pengolahan Pangan Yang Tepat. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*. Vol. 15 (2) Desember 2017 p-ISSN: 1693-1157, e-ISSN: 2527-9041. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jkss/article/download/8775/7582>