

## PENDAMPINGAN PENENTUAN HARGA JUAL DAN BASIC DIGITAL MARKETING PADA UKM MASKER KAIN BATIK DI SERENGAN SURAKARTA

Widhian Hardiyanti\*<sup>1</sup>, Ajeng Aquinia<sup>2</sup>, Afifatul Jannah<sup>3</sup>, Andi Kartika<sup>4</sup>,  
Rr. Tjahjaning Poerwati<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang, Indonesia  
Jalan Kendeng V Bendan Ngisor Semarang

\*<sup>1</sup>widhian@edu.unisbank.ac.id, <sup>2</sup>ajengaquinia@edu.unisbank.ac.id, <sup>3</sup>jannafifatul@edu.unisbank.ac.id,  
<sup>4</sup>andikartika@edu.unisbank.ac.id, <sup>5</sup>tjahjaning.poerwati@edu.unisbank.ac.id

### Abstrak

UKM Ibu Yanti merupakan UKM bergerak dibidang pembuatan masker kain batik. Banyak produk masker yang dihasilkan oleh UKM ini, selain motif batiknya yang berbeda dari yang lain, produk masker yang dihasilkan juga beragam. Tujuan diadakannya pengabdian ini adalah untuk pendampingan di sector penentuan harga jual sehingga diharapkan dapat bersaing dengan kompetitornya. Selain itu juga di berikan pengetahuan informatif dan praktik mengenai dasar dasar digital marketing pada UKM Ibu Yanti. Sehingga bisa membuat UKM Ibu yanti ini dapat unggul, kompetitif dan dinamis terhadap perkembangan teknologi.

**Kata kunci**—UKM, Harga Jual, Dasar Dasar Marketing,

### Abstract

*Ibu Yanti's SME is an SME engaged in the manufacture of batik cloth masks. Many mask products are produced by this SME, in addition to the different batik motifs from the others, the mask products produced are also diverse. The purpose of holding this service is for assistance in the selling price determination sector so that it is expected to be able to compete with its competitors. In addition, she was also provided with informative and practical knowledge about the basics of digital marketing for Ms. Yanti's SMEs. So that it can make Ibu Yanti's SMEs superior, competitive and dynamic towards technological developments.*

*Keywords*—SME, Selling Price, Marketing Basics,

## PENDAHULUAN

Kelompok UKM Ibu Yanti, adalah kelompok usaha konveksi rumahan yang memproduksi limbah hasil sisa produksi. Produk yang dihasilkan dari usaha konveksi rumahan UKM Ibu Yanti ini adalah masker kain batik, yang terinspirasi dari kebutuhan masker pada masyarakat di era *pandemic*. Program Pengabdian Masyarakat adalah salah satu program pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk membantu masyarakat khususnya mitra kegiatan pengabdian mengatasi permasalahan penentuan harga jual, pengemasan, media promosi yang belum optimal, serta pemasaran yang masih terbatas.

Usaha pembuatan masker ini masih perlu mendapatkan peningkatan dari berbagai sisi baik dari branding, penentuan harga jual yang optimal, pengemasan maupun pemasaran. Sumber daya yang mengelola dirasa masih perlu mendapatkan pengetahuan dibidang branding, penentuan harga jual yang optimal, pengemasan maupun pemasaran. Pada sisi pemasaran, pemasaran masker masih terbatas, dan hanya menjangkau kalangan tertentu saja karena pemasarannya masih menggunakan mulut ke mulut dan update status pada akun media social pengelola saja.

Masalah pemasaran yang masih di kalangan tertentu dapat di berikan pengetahuan mengenai media pemasaran yang bisa menjangkau masyarakat luas. Jika dilihat mayoritas populasi dunia, lebih dari empat miliar orang online dan 42% diantara populasi aktif di media sosial [1] dan pengguna internet di Indonesia sendiri telah mencapai 78% pengguna internet [2], sehingga salah satu cara menjangkau masyarakat luas dengan memasarkan produk melalui internet. Pada produk

pembuatan masker permasalahan yang muncul dari segi pengemasan dan merek, masker yang diproduksi oleh kelompok UKM Ibu Yanti ini masih menggunakan plastik bening biasa dan belum memiliki merek, sehingga masih mudah dibajak orang dengan mengatasnamakan masker produksi Ibu Yanti. Untuk mengatasi masalah packaging masker yang kurang menarik, akan diadakan pelatihan dan pendampingan membuat penampilan packaging yang lebih menarik akan menarik pasar yang lebih luas [3]. Kelebihan masker yang dibuat oleh Ibu Yanti ini adalah jaminan kenyamanan penggunaan dan ada kualiti control sebelum masker diperjualbelikan, serta potongan masker juga menarik dan elegan untuk segala acara, baik formal maupun informal. dari sisi pemasaran masker juga masih terdapat kendala. Masker ini bisa dijual dengan harga yang relatif terjangkau. Akan tetapi dikarenakan promosi pemasaran masker ini terbatas, sebatas *words of mouth* (WOM), sehingga pembeli sebatas pihak-pihak yang tahu bahwa di UKM Ibu Yanti menjual masker berstandar dan nyaman dipakai dengan harga terjangkau. Untuk memperluas pemasaran, diperlukannya adanya promosi yang lebih intens baik di jalur *online* maupun *offline*, namun untuk menuju pemasaran yang tepat sasaran diperlukannya adanya merk dagang dan kemasan yang menarik.

## METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang menjadi prioritas di atas adalah:

1. Ceramah

Ceramah dilakukan untuk menyampaikan materi tentang keorganisasian, seperti manajemen dan organisasi, pemasaran, sumber daya manusia, dan lain-lain. Ceramah ini diberikan langsung kepada para peserta dan diberikan waktu untuk bertanya dan berdiskusi tentang penentuan harga jual, merk dagang, dan pemasaran.

2. Pelatihan.

Pelatihan merupakan proses untuk meningkatkan ketrampilan seseorang agar bisa lebih baik dalam menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya. Peserta diberikan pelatihan berupa penyelesaian kasus yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan saat ini.

3. Workshop.

Ada persamaan dan perbedaan antara workshop dan pelatihan. Persamaannya terletak pada output dan outcome kedua aktivitas ini yaitu anggota akan trampil sehingga peningkatan kinerja terjadi. Perbedaannya adalah pada format kegiatan, di workshop biasanya didahului dengan uraian dari pihak yang berkompeten perihal bahasan tertentu, kemudian diikuti dengan praktik pembuatan apa yang telah dibahas, misal: pembuatan harga pokok penjualan sederhana, tentang brand dan brand awarness dan cara cara penjualan melalui digital marketing yang didahului dengan penjelasan mengenai ketiga hal di atas secara teoritis.

## HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

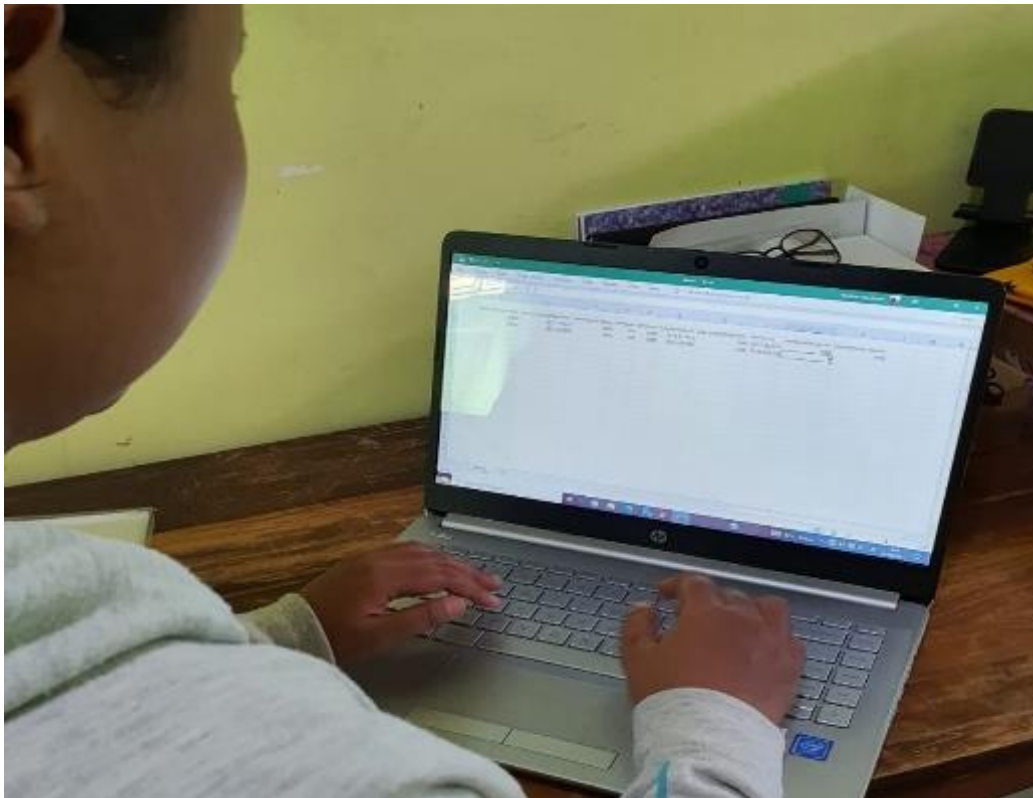
Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada UKM Ibu Yanti Kecamatan Serengan Kota Surakarta dilakukan dalam bentuk ceramah yang dilakukan untuk menyampaikan materi tentang Keuangan dan Marketing, seperti Penentuan harga pokok penjualan, stock opname, pengemasan, pemasaran digital dan lain-lain. Pada materi harga pokok penjualan dan *stock opname*, peserta dipahamkan perihal konsep keuangan serta pentingnya *stock opname* dalam sebuah bisnis produksi. Pada materi ini diharapkan peserta dapat menentukan harga jual yang bersaing dan stok yang harus dijaga.

Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan tujuan antara lain:

1. Memberikan pengetahuan pentingnya penentuan harga pokok penjualan, diharapkan harga yang ditawarkan dari UKM Ibu yanti ini mampu bersaing di pasar.
2. Memberikan pengetahuan dan praktek stok opname guna memberikan pengetahuan bahwa pentingnya stok opname dalam usaha yang bergerak dibidang produksi
3. Memberikan pengetahuan mengenai brand awareness, pembuatan merk dan tata cara pengemasan yang menarik sehingga produk UKM Ibu Yanti memiliki merk yang identik sehingga mampu bersaing dengan produk produk yang lain dipasaran.
4. Meningkatkan keahlian dalam pemasaran digital produk usaha kecil dengan pembicara pihak yang kompeten beserta praktek langsung menjalankan pemasaran digital.

Berikut Beberapa Kegiatan Pengabdian yang dilakukan dan proses pengerjaan pembuatan Masker Kain Batik :

- a. Pendampingan penentuan harga jual pada UKM Ibu Yanti



b. Proses Produksi Masker Kain Batik : Proses Pemotongan Kain Perca



c. Kemasan Produk



d. Penataan Display Produk



e. Basic Digital Marketing melalui kanal Instagram yang pemasarannya bergabung dengan brand @madeinuti



## PENUTUP

### Simpulan

Kegiatan pengabdian ini merupakan wujud ikut serta lembaga pendidikan dalam memberikan tambahan wawasan bagi para ibu-ibu konveksi kecil untuk memahami cara penjualan yang lebih efisien dan mampu bersaing di kancah digital marketing sehingga pasar yang dijangkau lebih luas serta didukung dengan pengetahuan stok opname terjaga.

### Saran

Diharapkan di periode mendatang bisa diadakan kegiatan pelatihan di segala lini UKM sehingga portofolio pengabdian lebih bervariasi. Selanjutnya bisa dilanjutkan dengan materi yang sesuai dengan perkembangan jaman namun mudah diaplikasikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S., Fahlevi, M., Rita, R., Rabiah, A. S., & Parashakti, R. D. (2020). Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1), 127-130.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi Umkm Di Jawa Timur. Universitas Narotama. Surabaya.

Dessy Kurnia Sari, dkk. 2019. Penerapan Mobile Marketing dan Perbaikan Packaging Pada Umkm Sumatera Barat Tepung Dan Olahan Sala Uni Jamila. Jurnal Hilirisasi IPTEKS, Vol. 2 No. 3b, September 2019.