

**PELATIHAN PEMASARAN DAN DESAIN LABEL PRODUK
BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN GUNUNG ANYAR TAMBAK
KECAMATAN GUNUNG ANYAR, KOTA SURABAYA**

I. PENDAHULUAN

Pemasaran dalam hal ini adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Setelah memahami pengertian pemasaran, tentunya kita juga harus mengetahui apa saja fungsinya. Marketing atau pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Secara sederhana, definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, *public relation*, promosi dan penjualan

Berikut merupakan fungsi dari pemasaran antara lain sebagai berikut:

1. Fungsi Pertukaran

Dengan adanya pemasaran maka konsumen dapat mengetahui dan membeli sebuah produk yang dijual oleh produsen, baik dengan menukar produk dengan uang ataupun menukar produk dengan produk. Produk tersebut bisa digunakan untuk keperluan sendiri ataupun dijual kembali untuk mendapatkan laba.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Proses pemasaran juga dapat dalam bentuk distribusi fisik terhadap sebuah produk, dimana distribusi dilakukan dengan cara menyimpan atau mengangkut produk tersebut. Proses pengangkutan bisa melalui darat, air, dan udara. Sedangkan kegiatan penyimpanan produk berjalan dengan cara menjaga pasokan produk agar tersedia ketika dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Aktivitas penyampaian produk dari produsen ke konsumen dilakukan melalui perantara marketing/pemasaran yang menghubungkan kegiatan pertukaran

dengan distribusi fisik. Pada proses aktivitas perantara terjadi kegiatan pembiayaan, pencarian informasi, klasifikasi produk dan lain-lain.

Selain memiliki fungsi, pemasaran memiliki tugas yang merupakan ujung tombak dari semua bisnis terletak pada kesuksesan pemasarannya. Sebaik apapun tentang produk yang dibuat, tentu tidak akan sukses tanpa strategi pemasaran yang baik.

Adapun beberapa tugas pemasaran adalah sebagai berikut:

1. **Memperkenalkan Produk**

Tugas pertama dan terpenting dari kegiatan pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan kepada masyarakat.

2. **Mencapai Target Penjualan**

Target penjualan produk harus ditetapkan sejak awal. Tim marketing harus memiliki cara untuk mencapai target tersebut dengan selalu memperhatikan kebutuhan dan kegiatan pasar.

3. **Memastikan Kepuasan Konsumen**

Selain target penjualan, kepuasan konsumen merupakan hal penting dan menjadi prioritas dari tim marketing. Dengan memastikan konsumen merasa puas dengan produk maka proses pemasaran itu sendiri sudah dianggap berhasil.

4. **Membuat Strategi Lanjutan**

Ada cukup banyak strategi pemasaran yang bisa digunakan oleh tim marketing dalam memasarkan produk ke masyarakat. Salah satu contohnya adalah dengan memberikan diskon.

Strategi lanjutan ini dimaksudkan untuk mendapatkan target profit yang lebih besar dari strategi sebelumnya, misalnya menawarkan produk lainnya kepada konsumen untuk mendapatkan harga diskon.

5. **Bekerjasama Dengan Mitra**

Marketing juga memiliki peranan penting dalam membangun kerjasama dengan mitra kerja. Selain itu, tim marketing juga bertugas menjalin hubungan baik dengan masyarakat, khususnya pelanggan, serta menjadi media yang menjembatani hubungan perusahaan dengan lingkungan eksternal.

6. **Membuat Rekapitulasi Penjualan**

Tim marketing harus membuat rekap data penjualan dengan benar dan terstruktur. Data penjualan tersebut sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk menentukan target dan strategi pemasaran di masa mendatang.

Selain pemasaran merupakan hal yang penting, untuk mencari informasi suatu produk yang dipasarkan, konsumen pasti akan melihat label yang tertera di kemasan. Sementara itu, untuk memberi informasi mengenai isi suatu produk, produsen akan mencantumkan label di tiap kemasan makanan. Itulah esensi utama dari label makanan suatu produk. Kemasan makanan punya peran penting untuk menyampaikan pesan dari perusahaan, termasuk label makanan di dalamnya. Peran keduanya sedikit beda, dimana kemasan makanan berfungsi menarik perhatian konsumen, sedang label makanan berfungsi meyakinkan konsumen. Sebelum membahas lebih detail, maka perlu diketahui apa makna di balik desain label. Desain sendiri dapat diartikan dalam kamus sebagai “*to fashion after a plan*“, yang hanya sedikit menjelaskan bagaimana ‘cara kerja’ dari apa yang disebut sebagai desain. Desain produk dapat didefinisikan sebagai generasi ide, pengembangan konsep, pengujian dan pelaksanaan manufaktur (*objek fisik*) atau jasa. Desain label produk merupakan konsep atau evaluasi dari ide-ide, membuat mereka nyata melalui produk dalam pendekatan yang lebih sistematis. Peran seorang desainer produk, meliputi berbagai karakteristik manajer pemasaran, manajer produk, industri dan desain insinyur perancang. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika dan berbagai macam aspek lainnya, yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming* (metode untuk memunculkan penyelesaian masalah yang kreatif dengan mendorong anggota kelompok untuk melemparkan ide sembari menahan kritik atau penilaian), maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya.akhir-akhir ini, proses (secara umum) juga dianggap sebagai produk dari desain, sehingga muncul istilah “perancangan proses”.

Secara umum, proses desain suatu produk harus memperhatikan faktor-faktor berikut:

a. *Innovative*

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. "Merilis produk baru yang inovatif dan meningkatkan loyalitas pelanggan

b. *Makes a product usefull*

Membuat suatu produk berguna artinya produk yang kita buat haruslah jelas guna atau tujuan dari produk yang kita buat.

c. *Aesthetic*

Adalah suatu nilai keindahan yang terdapat atau melekat dalam suatu karya atau objek seni.

d. *Makes a product understandable*

Membuat produk yang dimengerti artinya desain produk yang kita buat haruslah yang kita pahami semua hal tentang produk tersebut.

e. *Unobtrusive*

Rendah hati adalah suatu sikap dimana seseorang memiliki kelebihan atas kepemilikan materi, bakat atau kemampuannya namun tidak menonjolkannya di hadapan orang lain.

f. *Honest*

Jujur adalah sebuah kata yang indah didengar, tetapi tidak seindah mengaplikasikan dalam keseharian. Tidak pula berlebihan, bila ada yang mengatakan “**jujur**” semakin langka dan terkubur, bahkan tidak lagi menarik bagi kebanyakan orang. Semua orang paham akan maknanya, tetapi begitu mudah mengabaikannya.

g. *Long lasting*

Sepanjang masa berarti produk yang akan dibuat harus tahan lama agar dapat digunakan sepanjang masa.

h. *Thorough*

Teliti berarti cermat dan saksama dalam menjalankan sesuatu. Orang yang teliti ditunjukkan dengan cermat, penuh minat, dan berhati-hati dalam menjalankan sesuatu agar tidak terjadi kesalahan. Lawan dari sifat teliti dan tekun adalah ceroboh atau teledor.

i. *Anvironmentally friendly*

Ramah lingkungan adalah gaya hidup yang mencoba untuk mengurangi penggunaan sumber daya alam dan harta pribadi yang dilakukan oleh pribadi maupun masyarakat.

j. *As little design as possible*

Desain sedikit mungkin artinya desain arsitektur yang menampilkan elemen seperlunya, sesimpel mungkin namun elegan.

II. TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

1. Tujuan Kegiatan

- a. Memberikan pengetahuan atau edukasi tentang pentingnya pemasaran dan desain label produk kepada pelaku UMKM.
- b. Untuk meningkatkan dampak positif dari penerapan pemasaran dan desain label produk
- c. Memberikan pengarahan atau acuan tentang bagaimana pemasaran dan desain label produk yang baik dalam melakukan kegiatan berwirausaha

2. Manfaat Kegiatan Pengabdian

- a. Membantu para UMKM untuk menjadi pelaku UMKM yang sukses melalui penerapan pemasaran dan desain label produk.
- b. Untuk membantu mempertahankan dan meningkatkan kegiatan UMKM dengan mematuhi pemasaran dan desain label produk yang benar.
- c. Untuk membantu pelaku UMKM lebih percaya diri dalam menghadapi persaingan dengan bisnis lainnya.

III. METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan yang dilakukan adalah:

- a. Pelatihan secara teori dan praktik tentang materi pemasaran dan desain label produk
- b. Program pendampingan mengenai aktivitas wirausaha dan bagaimana melakukan pemasaran serta mendesain label produk

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Secara umum program ini dirancang oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya untuk memberi kontribusi yang nyata (realita) bagi masyarakat, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi yang harus dilakukan setiap dosen.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai wujud tanggung jawab STIESIA Surabaya sebagai Lembaga pendidikan dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Agustus 2019
Pukul : 10:00 - selesai
Tempat : Kelurahan Gunung Anyar Tambak, Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya
Materi : Pemasaran dan desain label produk

Jumlah peserta yang hadir sebanyak 20 orang. Para peserta yang hadir diminta mengisi terlebih dahulu daftar hadir yang telah disediakan, kemudian dibagikan masing-masing fotokopi materi yang akan disampaikan kepada pelaku UMKM.

Susunan acara pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

Pukul	Acara	Penanggung Jawab
10.00 – 10.30	Registrasi Peserta	Panitia
10.30 – 11:00	Pembukaan	MC
11:00 – 11:10	Sambutan Ketua Paguyupan	Ketua Paguyupan
11:11 – 11:30	Sambutan Wakil Dosen STIESIA	Dosen STIESIA
11:30 – 12:00	Persiapan Pemaparan Materi	Panitia
12:00 – 14:00	Pemaparan Materi Pemasaran, desain label produk	Dosen STIESIA
14.00 – 14:30	Tanya Jawab	Dosen STIESIA
14.30 – 15:00	Penutup	Panitia

Materi yang disampaikan dosen STIESIA Surabaya dalam pelatihan ini membutuhkan waktu kurang lebih 120 menit, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dalam tiga sesi. Selama pemaparan materi, peserta nampak antusias dengan langsung mengajukan pertanyaan. Beberapa peserta juga berminat untuk belajar lebih lanjut mengenai materi pemasaran dan desain label produk.

Di akhir acara, sebagai bentuk perwujudan rasa terima kasih dan juga kerjasama antara STIESIA Surabaya dan Kecamatan Gunung Anyar, STIESIA Surabaya memberi cinderamata berupa plakat STIESIA Surabaya yang diterima secara langsung oleh Ibu Ketua Paguyuban UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak Kecamatan Gunung Anyar.

V. REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan melalui pelatihan ini dapat memberi manfaat kepada khalayak luas, maka selanjutnya merekomendasi:

1. Perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM di Surabaya dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.
2. Mengadakan edukasi yang serupa kepada komunitas masyarakat lain yang berbeda.
3. Para pelaku UMKM diharapkan mampu memasarkan produknya secara lebih professional.
4. Para pelaku UMKM harus mengetahui bagaimana membuat kemasan dan desain label produk yang baik dan menarik sehingga memikat perhatian konsumen. Selanjutnya dapat meningkatkan omzet penjualannya dan meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

LAMPIRAN 2
SERTIFIKAT PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

LAMPIRAN 3
DAFTAR HADIR PESERTA

LAMPIRAN 4
MATERI PELATIHAN

LAMPIRAN 5

FOTO KEGIATAN







