

## *Pelatihan Teknologi Pemasaran Sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi*

*Lalu Muhammad Syahril Majidi, Heni Agustina<sup>a\*</sup>, Ninnasi Muttaqin<sup>b</sup>, Rizki Amalia Elfita<sup>c</sup>, Tri Deviasari Wulan<sup>d</sup>*

*<sup>a,b,c,d</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Surabaya, Indonesia*

*\*heni@unusa.ac.id*

### **Abstract**

*Adanya perubahan daya beli konsumen membuat pengusaha lebih berusaha dalam mencari solusi sehingga usahanya tetap dapat beroperasi. Sehingga pengelola usaha perlu mempelajari lebih dalam terkait ilmu pemasaran berbasis manual maupun berbasis teknologi. Dari kegiatan pelatihan ditemukan peningkatan kemampuan pengusaha dalam menggunakan pemasaran berbasis teknologi. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberi penyuluhan dan pemahaman terkait strategi pemasaran. Hasil utama yang ingin dicapai pada kegiatan pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya yaitu pegawai bengkel las hadi jaya mampu membuat dan melaksanakan car acara dalam mempromosikan produk mereka baik secara offline maupun online.*

*Keywords: Teknologi pemasaran, kompetensi*

### **1. Pendahuluan**

*Krisis global terjadi pada tahun 2019 karena adanya dampak dari pandemi COVID-19. Hal tersebut membuat perubahan pada pola kebiasaan konsumsi masyarakat. Dampak tersebut menjadi dasar dari perubahan cara, barang, serta daya beli konsumen sehingga mempercepat perubahan struktural yang sangat besar di berbagai industri. Adanya kebiasaan baru yang muncul ini, para pelaku usaha harus mampu memperluas penawaran yang ada dan menciptakan lini layanan baru, hal tersebut dapat memaksa pelaku usaha*

untuk menyusun kembali strategi mereka untuk menangkap peluang pasar baru dan segmen pelanggan.

Strategi pemasaran adalah sebuah rencana yang menggambarkan ekspektasi dari suatu perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk tertentu (Chandra, 2002). Program-program pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memperbaiki sistem pemasaran melalui iklan, merancang suatu promosi, menentukan saluran distribusi barang, dll (Wibowo, 2015).

Dalam hal ini didapatkan Permasalahan yang terjadi pada Bengkel Las Hadi Jaya yaitu strategi pemasaran yang belum banyak dilakukan, sehingga pembeli atau pelanggan bengkel las hadi jaya hanya tau sebatas dari mulut ke mulut saja. Strategi-strategi pemasaran ini merupakan hal yang memerlukan perhatian secara serius, terutama pada proses penetapan strategi yang akan dipilih dan dilakukan. Mengingat kondisi pasar yang saat ini sedang lemah karena beberapa keadaan salah satunya adanya pandemic covid-19 ini. Maka kemampuan untuk merebut dan mempengaruhi pangsa pasar sangat mampu untuk kelangsungan usaha bengkel las hadi jaya. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini yaitu:

1. Memberi pemahaman dan pelatihan terkait strategi pemasaran
2. Membantu manajemen bengkel las hadi jaya untuk menambah lingkup atau strategi-strategi pemasaran. Serta membantu manajemen dalam menata

#### Target Luaran

1. Laporan
2. Dua draft artikel ilmiah yang akan dipublikasikan dalam jurnal pengabdian masyarakat
3. Survey kepuasan terhadap pelatihan yang diberikan, baik dari materi yang diberikan dan keseluruhan rangkaian pelatihan
4. Publikasi di media massa

Permasalahan mitra yang saat ini adalah sejak adanya pandemi COVID-19 ini omzet yang diperoleh oleh Bengkel Las Hadi Jaya mengalami penurunan karena sepi pesanan pelanggan. Pemilik pun harus memikirkan permasalahan yang dialami, mulai dari pesanan

dan penjualan yang menurun hingga bagaimana agar para pegawai tidak dirumahkan secara paksa. Berdasarkan analisis situasi, terdapat permasalahan yang ada di Bengkel Las Hadi Jaya yaitu:

1. Permasalahan pertama adalah bagaimana cara memahami strategi pemasaran ditengah pandemi Covid-19.
2. Permasalahan kedua adalah bagaimana cara memasarkan produk ditengah pandemi Covid-19.

## 2. Metode

Metode yang akan diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberi penyuluhan dan pemahaman terkait strategi pemasaran dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan diadakan di Bengkel las Hadi Jaya Program akan dilaksanakan selama 1 bulan

2. Sasaran Peserta

Sasaran peserta adalah 10 Orang pegawai bengkel las Hqaadi jaya

3. Tahapan Pelaksanaan

- a. Penyuluhan kegiatan
- b. Pengajaran atau pelatihan
- c. Praktik membuat pemasaran online

4. Monitoring dan Evaluasi

- a. Survey sebelum kegiatan melalui kuesioner
- b. Survey setelah kegiatan melalui kuesioner

## 3. Hasil dan Diskusi

Adapun hasil yang dicapai setelah terlaksananya program pengabdian masyarakat Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya ini yaitu pegawai bengkel las hadi jaya mampu membuat dan melaksanakan car acara dalam

mempromosikan produk mereka baik secara offline maupun online. Peningkatan pengembangan ilmu dan teknologi perguruan tinggi melalui pelatihan teknologi pemasaran sebagai upaya peningkatan kompetensi. Hasil keberhasilan pencapaian tujuan kami disebutkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Keberhasilan pencapaian tujuan:

NO	INDIKATOR	BASELINE	MIDLE	FINISH
1	Kemampuan menggunakan teknologi	Rendah (20%)	60% mampu	90% mampu
2	Kemampuan menggunakan media online sebagai pemasaran	Rendah (20%)	60% mampu	80% mampu
3	Kemampuan memasarkan produk	Rendah (20%)	40% mampu	90% mampu

Dari sisi luaran yang dihasilkan dari adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Tim Pengabdian kepada masyarakat dari tim dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya ini adalah:

1. Peningkatan pengetahuan manajemen dan pegawai Koperasi Al-Islah terkait dengan Pelatihan penyusunan laporan keuangan sesuai SAK ETAP.
2. Laporan kegiatan;
3. Artikel ilmiah.

Untuk capaian luaran yang dihasilkan oleh kegiatan pengabdian masyarakat kami telah disebutkan pada Tabel 2

Tabel 2. Capaian Luaran

No.	Kriteria	Ada	Tidak
1.	Laporan Pengabdian kepada Masyarakat	V	
2.	Publikasi di Jurnal Nasional atau Prosiding Nasional	V	
3.	Publikasi di Media Online atau Offline	V	
4.	Video Kegiatan Youtube	V	
5.	Hak Kekayaan Intelektual	V	
6.	Buku Ajar, Modul, dan atau Buku Chapter		V

#### 4. Kesimpulan ← Cambria, Bold, 12 pt

Program pelatihan *teknologi pemasaran sebagai upaya peningkatan kompetensi* dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun meskipun belum semua peserta pelatihan menguasai dengan baik materi yang disampaikan. Kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti pendampingan dengan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu pelatihan berakhir.

#### Ucapan Terima Kasih

*Terimakasih kepada Bengkel Las Hadi Jaya yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan lancar. Dan terimakasih kepada Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya yang telah memberikan dukungan demi terlaksananya pengabdian masyarakat ini. Serta terimakasih kepada peserta dan anggota pengabdian masyarakat sehingga ketian ini dapat berlangsung dengan lancara dan mencapai tujuan dengan baik.*

#### Referensi

- Kurniastuti, I., & Wulan, T. D. (2020). Peningkatan Pengetahuan Penggunaan Media Sosial sebagai Ajang Bisnis bagi Pemilik UMKM di Desa Murtajih Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. Prosiding Semadif 2020" Program Pengabdian Masyarakat, Menyalakan Nalar Bangsa", 471-476.*
- Putra, R. S., & Zuhdi, U. (2020). Cara Memilih Bisnis Sampingan Yang Tepat Bagi Guru-Guru SMP Al-Islah Surabaya. Jurnal ABM Mengabdikan, 7(2), 8-12.*