

PELATIHAN VISUAL MARKETING UNTUK PROMOSI PRODUK TEH ROSELLA UMKM DESA NGELELE KECAMATAN SUMOBITO KABUPATEN JOMBANG

Nuri Purwanto

Program Studi Manajemen , STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

nuri.stiedw@gmail.com

ABSTRAK

Pelatihan strategi *visual marketing* yang dilaksanakan pada tanggal 10 sampai 12 Maret 2020 di desa Ngelele peserta pelatihan berjumlah 20 orang dibagi menjadi lima kelompok. Dapat terlaksana dengan baik, pelatihan dengan metode kelompok memudahkan peserta untuk saling bertanya dan belajar untuk berkoordinasi mengenai usaha mereka, wawasan para kelompok UMKM teh bunga rosella semakin bertambah, para peserta paham mengenai perubahan metode pemasaran dari pemasaran luring ke pemasaran daring, strategi membuat foto produk yang bagus serta praktek membuat *caption* pada status tersebut dengan konsep yang sederhana menggunakan aplikasi media sosial yaitu whatsapp,

Kata kunci : *visual marketing*, UMKM, wirausaha

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sampai saat ini masih menarik untuk dikaji, aspek kecepatan dalam bertumbuh kembang (Sukoco, 2019) hal tersebut terbukti mampu bertahan dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998 serta mampu menyerap tenaga kerja dengan jumlah besar (Harto et al., 2019) namun disisi lain banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya adalah modal yang terbatas, sumber daya manusia yang relative rendah serta minimnya pengetahuan akan teknologi (Hanim, 2015) penguasaan teknologi merupakan hal yang wajib dikuasai oleh para pelaku UMKM karena tahun ini Indonesia telah memasuki era digital 4.0.

Mitra dalam pengabdian masyarakat dalam program ini adalah pengusaha UKM di desa Ngelele, kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang, produ yang dihasilkan saat ini adalah teh bunga rosella, yang memiliki banyak kandungan dan manfaat namun sayangnya minimnya pengetahuan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi khususnya media social menjadi penghambat utama, kenapa produ yang dihasilkan masih dalam

tahap pengenalan saja, adapun wilayah pemasaran saat ini hanya di daerah seputar desa saja, belum menjangkau ke seluruh wilayah Jombang, adapun sasaran dalam program pengabdian ini adalah penerapan pemasaran online melalui media social menggunakan aplikasi whatsapp dengan berfokus pada tehnik pengambilan foto produk agar menarik dan memberikan manfaat pada penjualan.

Pemasaran dengan mengandalkan tampilan foto bisa kita sebut sebagai pemasaran visual, definisinya marketing visual adalah suatu cara untuk memperkenalkan merek atau produk menggunakan gambar, video atau media visual yang lain (Kurniawan, 2019) oleh karena itu pemasaran visual sangat tepat untuk digunakan dalam mendapatkan pelanggan dan calon pelanggan serta dapat digunakan untuk memperkenalkan usaha khususnya usaha skala UMKM agar dikenal masyarakat luas, dengan alasan tersebut maka tema dari pengabdian masyarakat yang akan dilakukan adalah “ Pelatihan Visual Marketing untuk Promosi Produk TEH Rosella UMKM Desa Ngelele Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang

BAHAN DAN METODE

1. Bahan dan Alat

Adapun bahan yang diperlukan adalah, kertas karton manila, kamera handphone serta produk yang akan digunakan untuk pemotretan,

2. Metode

Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah dengan sesi penyuluhan materi mengenai teknik pengambilan foto, teknik pencahayaan serta pengenalan fitur-fitur pada aplikasi whatsapp kepada pelaku UMKM di desa Ngelele Kabupaten Jombang, peserta diharapkan membawa contoh produk yang nantinya akan difoto, setelah selesai penyuluhan maka tahap berikutnya adalah sesi Tanya jawab dengan alokasi waktu 15 menit, apabila telah selesai dan tidak ada pertanyaan lagi maka selanjutnya adalah sesi praktek, dalam sesi praktek semua peserta dipersilahkan untuk mempraktekan apa yang telah disampaikan pada sesi presentasi atau penyuluhan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan masyarakat dimulai dari beberapa tahap yaitu : 1) tahap observasi masalah melalui wawancara dengan bapak kepala desa serta pelaku UMKM di desa Ngelele selanjutnya adalah 2) tahap penyelesaian masalah melalui presentasi dan praktek visual marketing, waktu dan tempat telah ditentukan di awal melalui dan terakhir 3) tahap review kegiatan.

Dari hasil observasi ditemukan bahwa permasalahan utama adalah dari system pemasaran, banyak sekali peserta yang berusia lanjut yaitu berkisar di atas 50 tahun ke atas, serta sangat tidak *familiar* dengan media social selain whatsapp oleh karena itu, visual

marketing menggunakan media whatsapp merupakan bentuk pelatihan yang akan diberikan kepada warga desa Ngelele untuk meningkatkan promosi dan penjualan

Selanjutnya adalah tahap pelatihan melalui presentasi, dan praktek sedangkan materi yang diajarkan pada sesi tersebut adalah mengenai 1) pentingnya mengubah *mindset* mengenai pentingnya visual marketing, 2) pengenalan fitur *smartphone* sebagai alat untuk mengambil gambar dan video dan yang terakhir 3) teknik pencahayaan, proses pemberian materi termasuk tahapan yang paling lama karena keterbatasan peserta akan pengetahuan fotografi oleh karena itu dibantu oleh mahasiswa yang kebetulan diminta untuk membantu proses praktek photography, namun dengan keterbatasan tersebut tidak lantas menyurutkan minat untuk melakukan pengabdian justru ada perasaan lega ketika para peserta antusias dalam bertanya dan paham akan materi yang diajarkan

Proses praktek photography adalah proses yang paling ditunggu tunggu, para peserta sangat antusias untuk melakukan foto dengan bantuan mahasiswa, para peserta paham dengan bagaimana cara mengambil foto produk yang bagus serta layak untuk ditampilkan dalam status whatsapp agar menarik minat untuk membeli produk

Sesi review kegiatan dilakukan melalui foto hasil tangkapan *smartphone* yang ditunjukkan kepada panitia, ketika dirasa bagus maka dipersilahkan untuk posting pada whatsapp masing-masing, dari tahap tersebut alhamdulillah berjalan dengan lancar serta para peserta merasa puas karena mendapat ilmu baru serta mengetahui strategi pemasaran berbasis visual.



Gambar 1. Proses pelatihan visul marketing

SIMPULAN

Dengan semangat dan antusia para peserta, maka bisa dikatakan bahwa pengabdian masyarakat di desa Ngelele kabupaten Jombang bisa dikatakan sukses, walupun usia tidak lagi muda namun semangat untuk belajar masih berkobar, para peserta sudah bisa dikatakan telah berhasil memotret

produk dengan bagus serta memberi *caption* untuk menarik minat dari calon konsumen untuk membeli, dengan model belajar kelompok maka *sharing knowledge* lebih lancar serta, para peserta telah mampu menjual produknya terbukti dengan adanya order yang diterima dari para responden setelah status produk di unggah di status whatsapp para peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanim, A. (2015). *Evaluasi Kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (Afta 2003): Suatu Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis*.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39–45.
- Kurniawan, M. P. (2019). Foto Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Online Anggota L3M (Lifelong Learning Mamas) Yogyakarta. *SNPMas: Seminar Nasional Pengabdian Pada Masyarakat*, 392–397.
- Sukoco, J. B. (2019). Kapasitas Kelembagaan Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 15–22.