

Simposium Nasional Multidisiplin

SIMPOSIUM NASIONAL
MULTI DISIPLIN ILMU

Volume 3

Nomor 1

Desember 2021

e-ISSN 2714-5603



Publish By:
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Muhammadiyah Tangerang

LPPM
LEMBAGA PENELITIAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG



PENGUNAAN APLIKASI *TOKOKU* UNTUK MENGEMBANGKAN PEMASARAN PRODUK BIDANG EKWIR PK IMM FKIP UMPRI

Fatma Yuniarti, M.Pd.B.I 1), Novita Eka Tristiana, M.Pd 2), Zenni Welza 3),
Dwi Cahya Harsani 4), Suci Tiara Melati 5), Vicka Chintya 6)

Universitas Muhammadiyah Pringsewu, Lampung, fatmayuniarti5@umpri.ac.id

Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan sosialisasi kepada kader PK IMM bidang Ekonomi dan Kewirausahaan (EkWir) FKIP UMPRI pada pengembangan kapasitas kewirausahaan kader dan organisasi dalam rangka mencapai cita-cita kemandirian organisasi yaitu mengarah pada pengembangan kemampuan kader dalam berwirausaha, sehingga kader secara mandiri memiliki bekal kewirausahaan.

Metode pelaksanaan terdiri dari persiapan meliputi prasarvei, pembentukan tim, pembuatan dan pengajuan proposal, koordinasi tim dan mitra serta menyiapkan alat dan materi pelatihan. Tahap kedua adalah tahap implementasi program berupa sosialisasi. Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan (penyajian materi) dan diskusi. Tahap ketiga adalah tahap evaluasi dan pelaporan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

Hasilnya adalah para kader PK IMM bidang Ekonomi dan Kewirausahaan (EkWir) FKIP UMPRI lebih tertarik dengan dunia usaha, dan meningkatkan kreativitasnya dalam berbisnis. Sosialisasi ini juga tidak hanya mengajarkan mereka cara membuat toko online, tetapi juga cara menggunakannya, cara mengoperasikan toko online, serta strategi memasarkan produknya.

Kata kunci: Pemasaran Kewirausahaan, sosialisasi, Tokoko.

Abstract

The purpose of this activity is to provide socialization to PK IMM cadres in the field of Economics and Entrepreneurship (EkWir) FKIP UMPRI on the development of entrepreneurial capacity of cadres and organizations in order to achieve the ideals of organizational independence, namely leading to the development of cadres' abilities in entrepreneurship, so that cadres independently have the provision of entrepreneurship.

The implementation method consists of preparation including pre-survey, team formation, making and submitting proposals, coordinating teams and partners and preparing training tools and materials. The second stage is the program implementation stage in the form of socialization. Socialization is done through counseling (presentation of material) and discussion. The third stage is the evaluation and reporting stage. Evaluation is done by comparing the conditions of partners before and after the implementation of the program.

The result is that PK IMM cadres in the field of Economics and Entrepreneurship (EkWir) FKIP UMPRI are more interested in the business world, and increase their creativity in doing business. This socialization also not only teaches them how to create an online store, but also how to use it, how to operate an online store, and strategies to market their products.

Keywords: *Entrepreneurship Marketing, socialisation, Tokoko.*

PENDAHULUAN

PK IMM UMPRI merupakan organisasi IMM sebagai wadah untuk mengembangkan potensi yang dimiliki mahasiswa dengan berproses dalam bingkai keislaman untuk mewujudkan tujuan akhir. Kemandirian organisasi sangat penting dalam rangka memperlancar realisasi program kerja yang berjalan dalam skala jangka pendek dan jangka panjang. Kemandirian finansial organisasi dapat menjadi bekal penting dalam memantapkan langkah organisasi dalam menjalankan gerakannya. Bidang Ekonomi dan Kewirausahaan diarahkan pada pengembangan kapasitas kewirausahaan kader dan organisasi dalam rangka mencapai cita-cita kemandirian organisasi (Tanfidz IMM XVIII). Bidang Ekonomi dan Kewirausahaan mengarah pada pengembangan kemampuan kader dalam berwirausaha, sehingga kader secara mandiri memiliki bekal pengalaman berwirausaha setelah menyelesaikan mandatnya di IMM. Mengenai pemasaran di bidang Ekonomi dan Kewirausahaan (EkWir) PK IMM UMPRI, kita ketahui saat ini teknologi informasi berkembang sangat pesat, seiring dengan kebutuhan manusia yang juga terus berkembang. Teknologi memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup manusia. Tidak hanya bagi masyarakat, teknologi juga berperan penting bagi mahasiswa khususnya mahasiswa yang tergabung dalam suatu organisasi. Demikian pula halnya dengan Himpunan Mahasiswa Muhammadiyah yang merupakan salah satu ortos di Muhammadiyah yang bertujuan untuk membentuk sivitas akademika Islam yang berakhlak mulia dalam rangka mencapai tujuan Muhammadiyah. Untuk mencapai tujuan tersebut, Himpunan Mahasiswa Muhammadiyah dibagi menjadi beberapa bidang, salah satunya adalah bidang yang berhubungan langsung dengan ekonomi, yaitu bidang ekonomi dan kewirausahaan (Ekwir). Bidang ini memiliki visi untuk membangun konsep ekonomi kerakyatan berbasis Islam dalam rangka mewujudkan pembangunan sosial ekonomi untuk mencapai kesejahteraan masyarakat pada umumnya dan Himpunan pada khususnya. Dengan misi yang diemban bidang Ekonomi dan Kewirausahaan, Ketua Komisariat Himpunan Mahasiswa Muhammadiyah Universitas Muhammadiyah Pringsewu (PK IMM FKIP UMPRI) Lampung ini tentunya juga berupaya untuk dapat mewujudkan visi tersebut. Sebagai umat Islam yang progresif, warga Muhammadiyah harus mengembangkan hard skill dan soft skill khususnya dalam potensi bisnis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pada umumnya melalui program pelatihan bisnis dan pemasaran.

Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat yang belum produktif secara ekonomi, namun memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi seorang wirausahawan, dalam bidang Ekonomi dan Kewirausahaan PK IMM FKIP UMPRI menghadapi permasalahan dalam bidang pemasaran produknya, dimana bidang Ekonomi dan Kewirausahaan PK IMM FKIP UMPRI sudah memiliki produk namun belum memiliki dan menggunakan toko online. Adanya toko online (e-commerce), sehingga pendapatan yang diperoleh kurang maksimal. Di masa pandemi seperti sekarang ini kebanyakan konsumen lebih praktis berbelanja online, hal inilah yang menurut penulis akan sangat membantu mengembangkan pemasaran produk dan meningkatkan pendapatan PK IMM FKIP UMPRI sehingga dapat mandiri secara ekonomi dan sosial terutama sebagai salah satu ortoM Muhammadiyah.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap. Tahap pertama persiapan meliputi pra survei, pembentukan tim, pembuatan dan pengajuan proposal, koordinasi tim dan mitra serta penyiapan alat dan materi pelatihan. Tahap kedua adalah tahap implementasi program berupa sosialisasi. Sosialisasi dilakukan melalui penyuluhan (penyajian materi) dan diskusi. Tahap ketiga adalah tahap evaluasi dan pelaporan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program dengan metode wawancara dan observasi. Setelah itu, laporan disiapkan untuk publikasi lebih lanjut

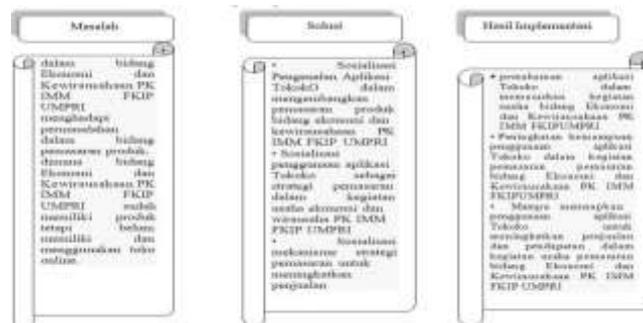
Tabel 1.1
Tahapan Kegiatan Program PKM
Tahapan kegiatan program PKM dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Persiapan	
Pra-Survei	Identifikasi masalah & kebutuhan mitra (masalah khusus yang dialami mitra)
Membuat Pembentukan Tim PKM	Pembentukan tim disesuaikan dengan jenis keahlian untuk menyelesaikan masalah mitra
Pembuatan Proposal	Membuat proposal untuk menawarkan solusi masalah & penyediaan dana dalam implementasi solusi untuk Mitra
Koordinasi Tim & Mitra	Konseptual, perencanaan operasional pelaksanaan program dan job description dari Team & Partners
Persiapan Alat & Bahan Pelatihan	Pembelian dan persewaan alat dan pembuatan kegiatan
Tahapan Implementasi (Kegiatan yang Dilakukan di Lokasi Mitra)	
Sosialisasi pengenalan Aplikasi Toko dalam mengembangkan pemasaran produk bidang ekonomi dan kewirausahaan PK IMM FKIP UMPRI	Kegiatan dilakukan melalui presentasi materi dan diskusi (30 menit)
Sosialisasi penggunaan aplikasi Toko sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha ekonomi dan kewirausahaan PK IMM FKIP UMPRI	Kegiatan dilakukan melalui presentasi materi dan diskusi (30 menit)
Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan	Kegiatan dilakukan melalui presentasi materi dan diskusi (30 menit)
Evaluasi Program	
Hal ini dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikator keberhasilan program adalah perubahan positif dari mitra (pengembangan bisnis) setelah implementasi program	
Pelaporan	
Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program publikasi	

Tahapan dalam mengimplementasikan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah mitra dapat dilihat berdasarkan gambar kerangka pemecahan masalah berikut:

Gambar 1 . 2

Bagan alur penelitian Tahapan Implementasi Partner Problem Solutions



Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, antara lain:

1. Sosialisasi

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra di bidang Ekonomi dan Kewirausahaan (EkWir) PK IMM FKIP UMPRI. Sosialisasi tersebut berupa penyampaian materi kepada mitra mengenai permasalahan yang dihadapi mitra yaitu aspek manajemen. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan bisnis. Materi yang akan disampaikan kepada mitra antara lain:

Materi Program PKM

1. Nama Presenter : Muhammad Isa - Community Lead Tokoko Materi Program : Sosialisasi pengenalan Aplikasi Tokoko dalam mengembangkan pemasaran produk bidang ekonomi dan kewirausahaan.

PK IMM FKIP UMPRI



2. Nama Pembawa Acara : Fatma Yuniarti, M.Pd. DUA.
Dosen Universitas Muhammadiyah Pringsewu (Pengguna Aplikasi Tokoko) Materi Program : Sosialisasi penggunaan aplikasi Tokoko sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan usaha ekonomi dan kewirausahaan PK IMM FKIP UMPRI



3. Nama Pembawa Acara : Arum Arupi K., S.E, M.BA
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pringsewu
Materi Program : Sosialisasi mekanisme strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan



HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah materi disampaikan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara penyaji dengan peserta. Diskusi diadakan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi bukan hanya sekedar transfer ilmu tetapi dapat berbagi pengalaman dan permasalahan yang sedang dihadapi oleh mitra.

Sosialisasi pada pertemuan pertama membahas pengenalan aplikasi Tokoko dalam mengembangkan pemasaran produk bidang ekonomi dan kewirausahaan PK IMM FKIP UMPRI. Peserta sangat antusias mendengarkan dan berdiskusi dengan pemateri, karena kegiatan jual beli yang selama ini menurun menemukan solusi yang mereka anggap sebagai titik terang bidang Ekwir PK IMM FKIP UMPRI untuk melanjutkan perjuangan menambah pundi-pundi. pendapatan untuk obligasi. Tidak hanya untuk ikatan tetapi masing-masing anggota secara pribadi juga tertarik untuk dapat menggali keterampilan kewirausahaan mereka. Salah satunya disampaikan langsung oleh Lukman Fatahudin Rais selaku ketua umum PK IMM FKIP UMPRI, pada kesempatan tersebut beliau menyampaikan "Kegiatan sosialisasi ini sangat berarti bagi kami PK IMM FKIP khususnya dibidang Ekwir pada umumnya dan juga bagi kami pribadi, karena kami menemukan solusi dari masalah kami. Secara tidak langsung kami dapat memiliki toko online, sehingga lebih mudah bagi kami untuk menjual produk yang kami jual, tanpa harus membuat status WA menjadi titik-titik yang panjang. Hanya dengan membagikan tautan, konsumen dapat mengunjungi toko kami ". Kewirausahaan di era digital membutuhkan penguasaan teknologi dan pemasaran agar pemasaran produk lebih maksimal.

Diskusi dilanjutkan pada pertemuan kedua dengan narasumber yang berbeda yaitu Dosen Universitas Muhammadiyah Pringsewu serta pengguna aplikasi Tokoko, Ibu Fatma Yuniarti, M.Pd. menyampaikan materi tentang penggunaan Aplikasi Tokoku sebagai strategi pemasaran dalam kegiatan bisnis. Dalam sesi diskusi, salah satu peserta bertanya kepada pemateri, apakah ada kelemahan atau kendala yang dialami selama menggunakan aplikasi Tokoku? Narasumber mengatakan sudah cukup lama menggunakan aplikasi Tokoku, awalnya kendala yang dialami adalah bagaimana cara setting cara pembayaran ke sistem COD.

Namun setelah berkonsultasi langsung dengan Pimpinan Komunitas Tokoku, ternyata saat itu aplikasi ini belum mengupdate aplikasinya, namun saat ini masalah sudah teratasi. Saat ini kendala utamanya adalah aplikasi ini kurang dikenal dibandingkan dengan aplikasi Shopee, Lazada, Tokopedia, dan sejenisnya. Pembicara menyampaikan bahwa aplikasi Tokoku merupakan aplikasi yang sangat memudahkan pemilik untuk mempromosikan produknya, selain mudah dan menarik, tidak ada potongan harga atau tambahan harga untuk setiap produk yang dijual, sehingga sangat cocok untuk pelajar yang sedang belajar kewirausahaan.

Sosialisasi dilanjutkan pada pertemuan ketiga dengan Arum Arupi K.,SE,M.BA, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pringsewu dengan tema pembahasan mekanisme strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan barang dan jasa. Disisi lain,

peserta sosialisasi yang merupakan kader PK IMM FKIP UMPRI juga sangat antusias mendengarkan pemaparan dari pemateri. Terbukti di akhir sesi terdapat beberapa pertanyaan yang antusias, salah satunya Amar. Dia bertanya "Bagaimana kita menciptakan semangat kewirausahaan dalam diri kita?"

Pada kesempatan itu, pembicara menyampaikan bahwa untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dalam jiwa kita, yang harus kita lakukan hanyalah "merasa haus", haus akan ilmu pengetahuan. Haus akan dengan sendirinya merasa terpuaskan ketikakita bisa membeli barang yang kita sukai dengan hasil keringat dan kerja keras kitasendiri.

- a. sebelum sosialisasi kewirausahaan, pemasaran produk masih dalam grup whatsapp dan promosi dilakukan melalui status WhatsApp.



- b. Setelah sosialisasi dilakukan, para kader lapangan Ekwir menjual dan mempromosikan produknya melalui aplikasi Tokoko dengan strategi pemasaran yang disampaikan oleh pemateri.



SIMPULAN DAN SARAN

Evaluasi program dilakukan untuk mengetahui hasil dan kemajuan pelaksanaan program yang direncanakan. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan kondisi kedua mitra sebelum program dilaksanakan dan kondisi mitra setelah program dilaksanakan.

Bidang Ekonomi dan Kewirausahaan (EkWir) PK IMM FKIP UMPRI merupakan salah satu bidang yang bertugas mengembangkan kemampuan kader dalam berwirausaha, sebelumnya kegiatan wirausaha dilakukan dengan cara konvensional yaitu dengan membuat toko offline di ruang sekretariat dan melakukan promosi melalui whatsapp. Namun kondisi pandemi Covid-19 yang mengharuskan seluruh aktivitas kampus dialihkan ke pembelajaran online, berdampak pada toko offline sekretariat di area kampus UMPRI, pendapatan menurun drastis karena tidak ada aktivitas konsumen di area toko. mempromosikannya melalui status whatsapp, dengan cara ini diharapkan penjualan dapat meningkat lagi. Namun banyaknya aplikasi penjualan online yang semakin canggih memudahkan konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan, membuat penjualan melalui grup Whatsapp kurang diminati

konsumen mahasiswa.

Kader PK IMM FKIP UMPRI kembali bersemangat Setelah diperkenalkannya Aplikasi Tokoku dalam mengembangkan pemasaran produk yang disampaikan langsung oleh Muhammad Isa selaku Community Lead Tokoko, pengetahuan dan informasi tentang pemasaran produk ini sangat bermanfaat bagi mereka seperti mencari angin segar, bisa mendapatkan uang lagi. - pundi pundi rupiah untuk organisasi. Para kader segera mendirikan toko online di tokoko dengan nama Roon id. Roon id menjadi. Tempat mereka kembali berwirausaha dan memasarkan produknya. Dengan adanya toko online ini para kader lebih tertarik dengan dunia usaha, dan meningkatkan kreativitasnya dalam berbisnis. Sosialisasi ini juga tidak hanya mengajarkan mereka cara membuat toko online, tetapi juga cara menggunakannya, cara mengoperasikan toko online, mereka juga mendapatkan banyak informasi tentang strategi memasarkan produknya, sehingga mereka mendapatkan pundi-pundi rupiah untuk bonding. Kader PK IMM FKIP UMPRI merasa sangat terbantu untuk mencari solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bjerke dan Hultman, 2006. *Marketing Entrepreneurship and National Culture, In Research at the Marketing Entrepreneurship Interface*. Chicago: University of Illinois at Chicago.
- Bustami, Bernadien, Nurlela, Sandra, Ferry, 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri. Pedoman Praktis Bagi UKM*. Penerbit Graha Ilmu Jogjakarta.
- Carson, D., Cromie, S., Mc. Gowan, P. and Hill, J., 2007. *Marketing And Entrepreneurship in SMEs – An Innovative Approach*, London : PrenticeHall.
- Ernani Hadiyati, *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, Volume 1 No. 3 September 2012 Halaman 135-151.
- Emine Rdogan, *Dapat Uslay*, 2014, Peran mediasi pemasaran kewirausahaan sadar (MEM) antara produksi dan konsumsi : *Journal of Research in Pemasaran dan Kewirausahaan*: Vol 16, No 1.
- Hultman, Miles, Morgan, 2008. *The Evaluation and Development of Entrepreneurial Marketing*. *Journl of Small Business management*, Vol46, Issue 1, P99-112.
- Hadiyati, E., 2008. *Model Pemasaran dalam Pem-berdayaan Usaha Kecil*. *Jurnal Manajemen Gajayana*, Vol 5, No. 1 Juni.
- Hills, Gerald, 2008. *Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities*. *Journal SMEs of Research Marketing and Entrepreneurship* Vol. 2 No.
- Michelle Renton , Urs Daellenbach , Sally Davenport , James Richard , (2015) "Kecil tapi cangih: pemasaran Wirausaha dan UKM pendekatan untuk manajemen merek", *Jurnal Penelitian Pemasaran dan Kewirausahaan*, Vol. 17 Iss: 2, pp.149 – 164.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), 2004-2009. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional*. Jakarta, Sinar Grafika.
- Mujiyana, *J@TI Undip*, Vol VII, No 3, September 2012
- Scarborough, N.M., and T.W. Zimmerer, 2005. *Essentials of Entrepreneurship and small business management 4 h Edition*. Upper Saddle River, Nj: Prentice Hall, Inc.
- Stokes, D., 2007. *Putting Entrepreneurship Into Marketing*, *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*: Vol. 2 No. 1: Spring 2000
- Swastha D.H. dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi ke 13 BPFE Yogyakarta. Sri Nastiti Andharini, *Ekonomika-Bisnis* Vol. 03 No.2 Bulan Juli Tahun 2012, Hal 121-130.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada:

1. Sekretariat Hibah Riset Muhammadiyah Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan (Diktilitbang) PP Muhammadiyah melalui LPPM yang telah memberikan bantuan hibah pengabdian masyarakat.
2. Rector Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Dekan Fakultas Keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Muhammadiyah Lampung yang telah memberikan persetujuan dan motivasi dalam terlaksananya kegiatan ini.
4. Seluruh mahasiswa PK IMM Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
5. Berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.