

---

**Pembekalan Teknik Penjualan Melalui Media *Online* untuk Hasil Olahan Komoditi Pertanian dan Perikanan pada Aliansi Perempuan Peduli Lingkungan Sumedang (APPeLS) Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang**

***Provision of Sales Techniques Through Online Media for Processed Products of Agricultural and Fishery Commodities at Alliance of Women Concerned for the Environment Sumedang (APPeLS) Cikeruh, Jatinangor District, Sumedang Regency***

Izza Mahdiana Apriliani<sup>1\*</sup>, Achmad Rizal<sup>1</sup>, Asep Agus Handaka Suryana<sup>1</sup>

---

**\* Korespondensi Penulis:**

**Izza Mahdiana**

**E-mail:** [izzamahdiana@gmail.com](mailto:izzamahdiana@gmail.com)

<sup>1</sup> Departemen Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Padjadjaran, Sumedang

**Submitted** July 9, 2021.

**Revised** July 11, 2021.

**Accepted** July 13, 2021.

**Abstract**

*Emancipation and gender equality allow a housewife to play an active role in helping to strengthen her family's economy. This can be seen from the Alliance of Women Concerned for the Environment in Sumedang (APPeLS), which has business skills in processed agricultural and fishery products. Lack of knowledge about marketing and sales techniques is an obstacle for the APPeLS group in developing their business. The current era of digitalization makes it easier for the process of marketing and selling products online. The briefing on sales techniques through online media for processed agricultural and fishery commodities in the APPeLS group has been successfully carried out. At least more than 80% of the indicators of achievement of success have been met. Through this briefing, the enthusiasm of the APPeLS group in developing sales and marketing of its sales products online has grown well. There is great hope to be able to immediately apply new skills to be able to develop marketing and sales of processed fishery products for more productive outcomes.*

**Keywords:** *digitization, marketing, women's empowerment, processed products*

**Abstrak**

Peranan ibu rumah tangga dalam keluarga tidak hanya terpaut pada aktivitas rutin yang menjenuhkan. Emansipasi dan kesetaraan gender menjadikan seorang ibu rumah tangga dapat ikut berperan aktif dalam membantu penguatan ekonomi keluarganya. Hal inilah yang terlihat dari Aliansi Perempuan Peduli Lingkungan Sumedang (APPeLS) yang memiliki keterampilan usaha dalam membuat produk olahan pertanian dan perikanan yang memiliki nilai jual yang cukup menjanjikan. Namun demikian, kurangnya pengetahuan mengenai teknik pemasaran dan penjualan menjadi batu sandungan bagi kelompok pemberdayaan perempuan APPeLS dalam mengembangkan usahanya. Era digitalisasi yang terjadi pada zaman ini mempermudah proses-proses pemasaran dan penjualan produk secara *online*. Penguasaan penggunaan teknologi pemasaran dengan media *online* menjadi suatu keterampilan yang harus dimiliki oleh kelompok APPeLS. Pembekalan mengenai teknik penjualan melalui media *online* untuk hasil olahan komoditi pertanian dan perikanan pada kelompok APPeLS, Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sukabumi telah berhasil dilaksanakan. Setidaknya lebih dari 80% indikator capaian keberhasilan telah terpenuhi. Melalui pembekalan ini, antusiasme peserta kelompok APPeLS dalam mengembangkan penjualan dan pemasaran produk penjualannya secara *online* tumbuh dengan baik. Mereka memiliki harapan yang besar untuk dapat segera mengaplikasikan keterampilan baru yang mereka miliki untuk dapat mengembangkan pemasaran dan penjualan produk olahan perikanan mereka untuk dapat mendatangkan penghasilan *outcome* yang lebih produktif.

**Kata Kunci:** digitalisasi, pemasaran, pemberdayaan perempuan, produk olahan.

## Pendahuluan

Dewasa ini, emansipasi dan kesetaraan gender telah membuat peranan kaum wanita menjadi semakin aktif dalam setiap bentuk aktivitas (Amar 2017). Sebagai contoh, ibu rumah tangga kini tidak hanya terkurung dalam pekerjaan-pekerjaan rumah yang menjenuhkan. Ibu rumah tangga dapat mengisi waktu-waktu senggang mereka dengan berbagai bentuk aktivitas yang bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi keluarga (Wardani dan Suparno 2016, Tuwu 2018, Telaumbanua dan Nugraheni 2018). Hal inilah yang diperlihatkan oleh kaum ibu rumah tangga yang tergabung ke dalam kelompok Aliansi Perempuan Peduli Lingkungan Sumedang (APPeLS) Desa Cikeruh, Jatinangor, Kabupaten Sumedang.

Kelompok APPeLS menghimpun kaum ibu rumah tangga yang belum mendapatkan kesempatan bekerja di luar namun menginginkan suatu aktivitas positif untuk mengisi waktu-waktu senggang mereka. Kelompok APPeLS membekali berbagai macam keterampilan kepada ibu-ibu di Desa Cikeruh, Jatinangor, Kabupaten Sumedang dengan berbagai macam keterampilan diantaranya adalah keterampilan untuk membuat olahan ikan. Keterampilan pengolahan ikan ini diberikan kepada ibu-ibu rumah tangga yang tergabung dalam kelompok APPeLS dengan menggunakan perlengkapan yang sederhana. Keterampilan yang diberikan ini diharapkan dapat menyalurkan hobi serta dapat menambah penghasilan untuk penguatan ekonomi keluarga. Namun demikian, minimnya pengetahuan akan strategi pemasaran dan penjualan menjadi batu sandungan dalam meningkatkan *outcome* dari kegiatan positif ini.

Pada era digitalisasi global ini, pemasaran dan penjualan produk telah sampai pada *online sales and marketing* (Rungsisawat *et al.* 2019, Wengler *et al.* 2020). Kemudahan penjualan secara *online* dapat menghubungkan akses antara penjual dengan pembeli secara praktis dan efektif (Bucko *et al.* 2018). Pertumbuhan ekonomi dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak lepas dari peranan penjualan *online* yang semakin diminati oleh berbagai kelompok konsumen pada saat ini (Linggaputri *et al.* 2018, Sulaksono dan Zakaria 2020). Untuk itu, pengetahuan dan keterampilan terhadap penjualan dan pemasaran secara *online* perlu diketahui oleh kelompok

APPeLS dalam memasarkan produk olahan mereka.

Kegiatan ini bertujuan mengetahui tingkat capaian keberhasilan terhadap pembekalan teknik penjualan melalui media *online* terhadap hasil-hasil produk olahan pertanian dan perikanan yang dimiliki oleh kelompok APPeLS, Desa Cikeruh, Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Adanya pembekalan ini diharapkan dapat meningkatkan penguasaan teknologi dan penjualan *online* bagi ibu-ibu kelompok APPeLS sehingga tercapainya penguatan bisnis usaha. Selain itu, aktivitas pembekalan ini juga menjadi bentuk pelaksanaan mandat dari Departemen Perikanan FPIK UNPAD dalam menegakan tridharma perguruan tinggi, yakni dengan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat.

## Materi dan Metode Pelaksanaan

Ruang lingkup dan garis besar metode pelaksanaan berawal dari kegiatan observasi, pemilihan sasaran, konsultasi dan penyiapan pelaksanaan penyuluhan, hingga pelaksanaan penyuluhan. Kegiatan observasi dimaksudkan untuk mengetahui kondisi dan permasalahan faktual yang terjadi di lapangan. Setelahnya, pemilihan sasaran terhadap kegiatan diarahkan kepada wilayah cakupan yang memiliki faktor tertinggi untuk dilakukannya penyuluhan dan pembekalan. Kelompok ibu rumah tangga yang tergabung ke dalam Aliansi Perempuan Peduli Lingkungan Sumedang (APPeLS) ditetapkan sebagai sasaran pembekalan. Hal ini didasarkan pada berbagai pertimbangan dan fakta permasalahan yang ada. Data statistik Kecamatan Jatinangor menyatakan bahwa kelompok wanita merupakan kelompok yang paling banyak berdiam diri di rumah (baik karena menganggur atau berdasarkan pilihannya sendiri untuk berdiam di rumah). Namun demikian, terdapat beberapa kelompok ibu rumah tangga yang tergabung dalam APPeLS memiliki serangkaian kegiatan dalam pelatihan keterampilan pembuatan olahan produk perikanan yang memiliki nilai jual. Potensi pengembangan inilah yang menjadikan kelompok ibu rumah tangga yang tergabung dalam APPeLS menjadi sasaran penyuluhan dan pembekalan.

Kegiatan pembekalan dan teknik penjualan *online* kepada kelompok ibu rumah tangga yang

tergabung dalam APPeLS dilaksanakan pada tanggal 21-22 April 2020. Pelaksanaan kegiatan bertepatan di Ruang Sekretariat APPeLS di Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Penyampaian materi penyuluhan menitikberatkan pada *sharing* informasi mengenai teknik penjualan dan pemasaran *online* yang dapat dikembangkan dalam peluasan pemasaran produk olahan perikanan dari kelompok APPeLS. Pembekalan dan pelatihan dilakukan dengan dua metode, yakni demonstrasi contoh dan *on the job training*. Kedua metode ini dilakukan berurutan untuk menciptakan keberhasilan penyampaian informasi terhadap pembekalan teknik penjualan dan pemasaran *online* yang dilakukan.

Demonstrasi contoh dilakukan pertama kali untuk memperlihatkan dan memberikan wawasan terhadap target sasaran mengenai ruang lingkup pelatihan yang ada. Demonstrasi umumnya dilakukan pada konteks penyampaian informasi yang baru bagi target pelatihan ataupun pembekalan (Rosen *et al.* 2010, Martin *et al.* 2014). Dalam hal ini, demonstrasi dilakukan untuk membuka wawasan ibu-ibu kelompok APPeLS mengenai teknologi pemasaran *online* terhadap produk-produk penjualan. Setelahnya, dilakukan pelatihan dengan metode *on the job training*. Metode ini dimaksudkan untuk melakukan pelatihan dengan secara bersama mempraktekan hasil dari tahap demonstrasi sebelumnya (Timsal *et al.* 2016). Keluaran dari tahap ini berupa praktek langsung membuat situs penjualan *online* dari berbagai media sosial (*landing page*). Metode *on the job training* dilakukan dengan kesadaran bahwa praktek merupakan hal terpenting untuk memastikan pengetahuan dari pembekalan dapat diterima dan diaplikasikan dengan baik oleh target sasaran (Alipour 2009). Melalui pembekalan ini diharapkan dapat membawa perubahan meliputi pengetahuan (*knowledge*), cara berfikir (*thinking*), meningkatkan kecakapan (*skill*) dan sikap dalam memasarkan produk olahan yang menjadi objek penjualan.

Tahap akhir dari kegiatan ini berupa evaluasi pencapaian indikator keberhasilan terhadap pembekalan teknik penjualan dan pemasaran *online* bagi ibu-ibu kelompok APPeLS. Proses evaluasi didasarkan pada beberapa indikator keberhasilan yang disajikan pada Tabel 1. Indikator keberhasilan tersebut merupakan harapan capaian yang terlaksana dengan adanya kegiatan pembekalan ini. Adapun kegiatan pembekalan dapat dikatakan mencapai keberhasilan jika setidaknya 80% dari

indikator capaian keberhasilan tersebut telah terpenuhi.

Selama kegiatan pembekalan teknik penjualan melalui media *online* untuk hasil olahan komoditi pertanian dan perikanan kepada APPeLS didasarkan atas indikator capaian kegiatan sebagai indikator keberhasilan. Tabel 1 menunjukkan indikator capaian keberhasilan yang diharapkan dapat tercapai dalam kegiatan ini.

Tabel 1 Indikator capaian program

No.	Indikator pencapaian
1.	Pemahaman mengenai media <i>online</i> yang saat ini berkembang: <ol style="list-style-type: none"> <li>Tingkat pengetahuan tentang media <i>online</i> yang berkembang saat ini</li> <li>Tingkat pengetahuan mengenai jenis-jenis media <i>online</i> dalam pemasaran</li> <li>Tingkat pengetahuan kemudahan dalam memasarkan produk melalui media <i>online</i></li> </ol>
2.	Peluang usaha dalam memasarkan produk komoditi pertanian dan perikanan melalui media online yang saat ini berkembang : <ol style="list-style-type: none"> <li>Tingkat pengetahuan pentingnya memasarkan produk dalam era digitalisasi</li> <li>Tingkat pengetahuan dan <i>skills</i> mengoperasikan media <i>online</i> sebagai bentuk pemasaran produk</li> <li>Tingkat keterampilan dalam memasarkan produk pada media <i>online</i></li> </ol>

## Hasil dan Pembahasan

Pada tahap observasi, penentuan sasaran, hingga konsultasi dan penyiapan pembekalan, diperoleh beberapa informasi mengenai permasalahan faktual yang dimiliki oleh ibu-ibu kelompok APPeLS terutama dalam kegiatan pemasaran produk penjualan yang ada. Dua permasalahan utama yang berhasil teridentifikasi yaitu teknik pemasaran yang masih sederhana dan hanya menjual produk berdasarkan pesanan saja.

Teknik pemasaran yang ada pada sistem *sales marketing* di kelompok APPeLS hanya berdasarkan penawaran dari mulut ke mulut atau *world of mouth*

/ *WOM-marketing strategies*. Strategi pemasaran ini hanya mencangkup target konsumen berupa orang-orang terdekat. Hal ini menjadikan jangkauan pemasaran dari produk penjualan kelompok APPeLS menjadi sangat terbatas (Armellini 2011, Krishnan dan Nene 2018). Oleh karena teknik pemasaran yang masih sederhana dan sangat terbatas, kelompok APPeLS hanya menyediakan produk olahan yang berasal dari pesanan saja. Peristiwa ini disebut sebagai *sales order*. Metode penjualan ini merupakan jenis penjualan yang aman karena dapat terhindar dari kerugian akibat kegagalan dari penjualan produk yang telah dihasilkan. Namun demikian, terbatasnya pesanan akibat teknik pemasaran dengan jangkauan yang sempit akan menciptakan *business stagnation*. Stagnasi dari bisnis penjualan akan menyebabkan tidak berkembangnya usaha (Cui *et al.* 2016, Kocaoglu 2016). Untuk itu, pembekalan mengenai teknik pemasaran melalui media *online* seperti *E-commerce* sangat diperlukan.

Selain dari pada dua permasalahan utama yang ada, terdapat satu faktor penghambat dalam meningkatkan produktivitas usaha penjualan produk olahan perikanan bagi ibu-ibu kelompok APPeLS yakni usaha penjualan produk olahan yang bukan menjadi usaha utama mereka. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai peluang usaha penjualan dari sektor olahan perikanan. Melalui pembekalan ini, secara langsung telah meningkatkan wawasan ibu-ibu kelompok APPeLS mengenai peluang usaha penjualan produk olahan perikanan. Hal ini menciptakan faktor pendorong baru, dimana ibu-ibu kelompok APPeLS sangat antusias dalam menjalankan bisnis usaha kelompok mereka untuk dapat memberikan *provit* yang menjanjikan sebagai tambahan pemasukan bagi perekonomian keluarganya.

Adanya kesadaran ibu-ibu kelompok APPeLS terhadap peluang usaha penjualan produk perikanan dengan sistem *E-commerce* meningkatkan semangat dan antusiasme mereka dalam mengembangkan usaha penjualan produk olahan perikanan tersebut. Semangat bisnis (*enterpreneurial spirit*) ini merupakan awalan yang baik dalam mengembangkan profil usaha yang telah ada (Trimiyanto *et al.* 2017). Semangat usaha ini terlihat dari antusiasme mereka dalam mengikuti pelatihan dan pembekalan teknik penjualan *online* yang telah dilaksanakan (Gambar 1).



Gambar 1. Dokumentasi pembekalan teknik penjualan dengan media *online* untuk hasil olahan komoditi pertanian dan perikanan pada Aliansi Perempuan Peduli Lingkungan Sumedang (APPeLS) Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang

Berdasarkan capaian indikator keberhasilan, setidaknya telah tercapai lebih dari 80% dari seluruh indikator yang ada. Kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam APPeLS telah memahami dengan baik mengenai peluang pengembangan media *online* sebagai potensi *E-commerce* yang baik dalam pemasaran produk-produk penjualan mereka. Selain itu, edukasi dan pelatihan secara demonstrasi dan *on the job training* telah membantu kelompok APPeLS dalam memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya pemasaran produk pertanian dan perikanan melalui media *online* sebagai peluasan *marketing strategies*. Pembekalan tersebut juga telah memberikan *skills* dan keterampilan baru bagi ibu-ibu kelompok APPeLS dalam mengoperasikan media *online* dengan tujuan pemasaran produk-produk penjualan mereka. Besar harapan mereka untuk sesegera mungkin dapat mengaplikasikan hasil pengetahuan dan keterampilan baru ini untuk pengembangan usaha kelompoknya.

## Kesimpulan

Kegiatan pembekalan mengenai teknik penjualan dengan media *online* untuk hasil olahan komoditi pertanian dan perikanan pada Aliansi Perempuan Peduli Lingkungan Sumedang (APPeLS) Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang telah berjalan dengan baik. Setidaknya lebih dari 80% indikator capaian keberhasilan telah terpenuhi. Kelompok ibu-ibu yang tergabung dalam APPeLS berharap untuk dapat sesegera mungkin mengaplikasikan hasil pengetahuan dan keterampilan baru ini untuk mengembangkan usaha kelompoknya dan memperoleh *outcome* usaha yang lebih produktif.

## Daftar Pustaka

- Alipour M. 2009. A study on the job training effectiveness: empirical evidence of Iran. *International Journal of Business and Management*. 4(11): 63-68.
- Amar S. 2017. Perjuangan gender dalam kajian sejarah wanita Indonesia pada abad XIX. *Fajar Historia*. 1(2): 105-119.
- Armellini G. 2011. The effect of word of mouth in customer equity and brand equity. *Chinese Business Review*. 10(3): 205-216.
- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang. 2020. *Kecamatan Jatinangor dalam Angka 2020*. Sumedang (ID): Badan Pusat Statistik.
- Bucko J, Kakalejic L, Ferencova M. 2018. Online shopping: factors that affect consumer purchasing behaviour. *Cogent Business & Management*. 5: 1-15.
- Cui B, Yang K, Chou T. 2016. Analyzing the impact of price promoting strategies on manufacturer sales performance. *Journal of Service Science and Management*. 9: 182-187.
- Kocaoglu B. 2016. Process development in customer order information systems to gain competitive advantages: a SME case study. *International Journal Systems and Management* 23(2): 209-230.
- Krishnan S, Nene LC. 2018. Word of mouth marketing strategy. *International Journal of Computer Applications*. 182(2): 1-6.
- Linggaputri C, Surjandari I, Hidayanto A. 2018. Micro enterprise and e-commerce platform: literature review and agenda for future research. *5<sup>th</sup> International Conference on Industrial Engineering and Applications*. 115: 38-48.
- Martin BO, Kolomitro K, Lam TC. 2014. Training Methods: a review and analysis. *Human Resource Development Review*. 13(1): 11-35.
- Rosen MA, Salas E, Pavlas D, Jensen R, Fu D, Lampton D. 2010. Demonstration-based training: a review instructional features. *Human Factors*. 52(5): 596-609.
- Rungsrissawat S, Sriyakul T, Jermsittiparsert K. 2019. The era of e-commerce & online marketing: risks associated with online shopping. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 8(8): 201-221.
- Sulaksono J, Zakaria N. 2020. Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*. 4(1): 41-48.
- Timsal A, Awais M, Shoab O. 2016. On job training its effectiveness: an employee perspective. *South Asian Journal of Banking and Social Science*. 2(1): 1-21.
- Trimiyanto HH, Pitoyo D, Gunarto M. 2017. Effect of entrepreneurial spirit of creativity and the impact on business success industrial center bags in Bandung. *2<sup>nd</sup> International Conference on Education Islamic Studies and Social Science Research*. 19: 67-75.
- Tuwu D. 2018. Peran pekerja perempuan dalam memenuhi ekonomi keluarga: dari peran domestik menuju sektor publik. *Al Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*. 13(1): 63-76.
- Telaumbanua MM, Nugraheni M. 2018. Peran ibu rumah tangga dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. *Sosio Informa*. 4(2): 418-436.
- Wardani ES, Suparno. 2016. Peran ibu rumah tangga dalam mendukung ekonomi keluarga miskin. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 1(2): 187-208.
- Wengler S, Hildmann G, Vossebein U. 2020.

Digital transformation in sales as an evolving process. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 36(4): 599-614.