

Pelatihan Manajemen Pemasaran Bagi Yayasan Insan Palma Sejahtera

Nuraini Chaniago*, Srivandayuli Riorini, Rosna Khairani Harahap

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jl. Kyai Tapa, No.1, Grogol Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440
*Email korespondensi: ainichan.art@gmail.com

ABSTRAK

Yayasan Palma Sejahtera merupakan *smart* yayasan yang bertujuan menyelenggarakan berbagai program berbasis sosial dan kegamaan demi kesejahteraan umat. Salah satu program yang diselenggarakan dan sangat diminati peserta saat ini adalah pendidikan tentang kewirausahaan. Hal ini tentunya tidak terlepas dari situasi pandemi Covid-19 saat ini, yang membawa dampak terhadap menurunnya pendapatan bagi mereka yang telah memiliki UMKM maupun yang memiliki keinginan untuk membuka usaha demi mendapat tambahan penghasilan. Untuk menjalankan program ini, pihak pengelola telah menjalin kerjasama dengan FEB Usakti untuk memberikan pelatihan tentang manajemen pemasaran di Yayasan Insan Palma Sejahtera dengan lancar dan berhasil mendapatkan pelanggan yang prospektif tentu menjadi impian besar bagi para pelaku usaha, baik usaha kecil, menengah, maupun perusahaan besar. Pelanggan sebagai sumber pendapatan yang mendatangkan untung besar setiap bulannya harus dipelihara dan ditingkatkan jumlahnya. Meskipun begitu, sampai sekarang para pelaku usaha khususnya UMKM masih sering menghadapi beberapa kendala dalam hal menarik perhatian calon konsumen dan bersaing di pasar melalui harga yang ditawarkan. Banyak pelaku UMKM yang memiliki pelanggan tidak terlalu besar memperoleh omset penjualan yang belum bisa maksimal, karena kurang memahami strategi penetapan harga dan memelihara hubungan dengan konsumen dalam situasi Covid-19 saat ini.

Kata Kunci: Covid-19, Pemasaran, Keunggulan bersaing, Penetapan harga, Hubungan pelanggan.

ABSTRACT

The Palma Sejahtera Foundation is a smart foundation that aims to organize various social and religious-based programs for the welfare of the people. One of the programs that are currently being held and very attractive to participants is education about entrepreneurship. This is of course inseparable from the current Covid-19 pandemic situation, which has an impact on decreasing income for those who already have SMEs and those who have the desire to open a business to earn additional income. To run this program, the management has collaborated with FEB Usakti to provide training on marketing in running a business at the Insan Palma Sejahtera Foundation smoothly and successfully getting prospective customers is certainly a big dream for business people, both small, medium, and large businesses. as well as large companies. Customers as a source of income that brings huge profits every month must be maintained and increased in number. Even so, until now, business actors, especially MSMEs, still often face several obstacles in terms of attracting the attention of potential consumers and competing in the market through the prices offered. Many MSME actors who have not too large customers get a sales turnover that cannot be maximized, because they do not understand pricing strategies and maintain relationships with consumers in the current Covid-19 situation.

Keywords: Covid 19, Marketing, Competitive advantage, Pricing, Customer relations.

Received: 27 Jan 22 / Revised: 22 Jun 22 / Accepted: 23 Jun 22 / Online: 23 Jun 22

PENDAHULUAN

Yayasan Palma Sejahtera didirikan pada tanggal 3 Juni 1993. Sekolah ini berlokasi di kompleks PT. Industri Sandang B6-7, Palmerah, Jakarta Barat. Tujuan didirikannya Yayasan ini adalah untuk menjadi *smart* yayasan yang cerdas, *professional*, dan berkualitas, berbasis sosial dan keagamaan demi kesejahteraan umat. Untuk mencapai tujuan diatas, Yayasan menyelenggarakan berbagai program tanpa dipungut biaya, yaitu: (a) keagamaan, (b) social, (c) pendidikan, (d) penelitian, (e) pengabdian, (f) pembangunan, (g) kewirausahaan, (h) umum, dan (i) perbendaharaan. Di era pandemi Covid 19 sekarang ini, banyak masyarakat mengalami penurunan pendapatan yang berdampak terhadap penuruanan kesejahteraan mereka. Hal ini diperkuat oleh survei nasional yang dilakukan indikator politik Indonesia, pada 24-30 September 2020 terkait dampak Covid 19. Pada survei tersebut, masyarakat yang menyatakan pendapatannya naik hanya 1,2 persen dan sisanya sebanyak 0,8 persen mengaku tidak tahu atau tidak menjawab. Akibat penurunan pendapatan itu, masyarakat mengaku kesulitan untuk memenuhi makan sehari-hari. Sebanyak 55,5% responden menyatakan kesulitan makan sehari-hari, 12,3% responden mengaku kesulitan membiayai sekolah anaknya, dan 11,5% responden menyatakan kesulitan membeli kuota internet untuk pembelajaran jarak jauh. Kemudian, 2,9% responden kesulitan membayar cicilan rumahnya akibat pendapatan menurun selama pandemi, dan 10,5% responden yang kehilangan pekerjaan akibat wabah Covid-19 www.liputan6.com. Dengan situasi yang dihadapi oleh masyarakat seperti sekarang ini, mereka mencari alternatif lain untuk mendapatkan pemasukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari. Bagi mereka yang telah memiliki usaha dan mengalami penurunan omset penjualan, mereka berusaha untuk mencari jalan keluarnya untuk meningkatkan omsetnya. Sedangkan bagi mereka yang belum mempunyai usaha, banyak yang berpikir untuk memulai usaha kecil. Oleh karena itu, Yayasan Insan Palma Sejahtera, banyak menerima permintaan untuk mengatasi hal diatas.



Sumber : Dokumentasi Tim Pelaksanaan PKM (2020)

Gambar 1.

Menjelaskan memulai usaha kecil di Yayasan Insan Palma Sejahtera

Usaha untuk mensejahterakan masyarakat, bukanlah semata-mata hanya menjadi tanggungjawab pemerintah saja, namun menjadi tanggungjawab seluruh komponen bangsa mencerdaskan bangsa bukanlah tanggungjawab pemerintah saja, melainkan tanggungjawab seluruh komponen bangsa. Tim PKM ini berusaha ikut berpartisipasi membantu sekolah Yayasan Palma Insan Sejahtera dengan menyelenggarakan program kewirausahaan melalui pelatihan pemasaran yang dapat bermanfaat bagi peserta untuk meingkatkan taraf hidupnya.

Masalah yang ingin dipecahkan

Permintaan masyarakat yang mengalami kendala menurunnya pendapatan pada masa pandemi Covid 19 seperti sekarang ini untuk mendapatkan pelatihan mengenai pemasaran kepada Yayasan Palma Insan Sejahtera semakin meningkat. Pengelola Yayasan membutuhkan dukungan dari Lembaga Pendidikan lain, khususnya FEB Usakti untuk berkontribusi dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai sumber daya yang dimilikinya. Berdasarkan diskusi awal dengan pihak Yayasan, disepakati bahwa kebutuhan dan keinginan masyarakat ini akan dipenuhi oleh tim PKM dengan memberikan pelatihan tentang manajemen pemasaran dengan konsumen dalam situasi pandemic Covid-19 saat ini agar dapat bersaing di pasar.

Tujuan

Tujuan kegiatan PKM ini untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang strategi penetapan harga agar dapat bersaing di pasar. Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang bagaimana memelihara hubungan dengan konsumen dalam situasi Covid-19 saat ini.

MATERI DAN METODE

Materi pelatihan yang diberikan berupa pelatihan tentang pelatihan manajemen pemasaran Bagi Yayasan Insan Palma Sejahtera pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami laksanakan pada hari Jumat tanggal 23 Oktober 2021 dengan peserta adalah pelaku UMKM di Yayasan Insan Palma Sejahtera, di harapkan mereka memahami tentang manajemen pemasaran.

A. HARGA POKOK PRODUK

Harga Pokok Produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi sehingga barang siap untuk dijual.

B. BIAYA PRODUK

1) Biaya Bahan Baku Langsung:

Biaya bahan baku yang dapat ditrasir/diidentifikasi langsung ke produk.

Contoh: kayu yang digunakan untuk membuat meja dan kursi pada perusahaan furniture.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung:

Biaya tenaga kerja yang dapat ditrasir/diidentifikasi langsung ke produk

Contoh: tukang kayu yang membuat meja dan kursi pada perusahaan furniture

3) Biaya Overhead Pabrik:

Semua biaya pabrikasi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi, selain dari bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

Contoh:

- Biaya bahan baku tidak langsung (cat, paku, lem).
- Biaya tenaga kerja tidak langsung (gaji supervisor/mandor, tenaga kerja bagian gudang, tenaga kerja bagian pemeliharaan).
- Biaya overhead pabrik lainnya (biaya penyusutan bangunan dan mesin-mesin pabrik, biaya listrik, telepon, dan air).

C. METODE PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI

1) Metode Penetapan Harga Pokok Pesanan

Biaya dihitung berdasarkan unit produk individual atau kelompok produk dalam satu job (pekerjaan).

Metode Penetapan Harga Pokok Proses

2) Biaya dihitung berdasarkan produk. Pada umumnya metode ini diterapkan pada perusahaan-perusahaan yang memproduksi secara massal.

D. MANFAAT INFORMASI HARGA POKOK PRODUKSI

1) Menentukan harga pokok persediaan barang jadi dan barang dalam proses serta harga pokok penjualan yang akan disajikan di laporan keuangan (laporan laba rugi, laporan neraca).

Harga pokok persediaan barang jadi dan barang dalam proses disajikan pada Laporan Neraca sebagai *inventory* (persediaan barang), sedangkan harga pokok penjualan disajikan di Laporan Laba Rugi

Ilustrasi Penyajian Persediaan Barang Perusahaan Manufaktur Di Laporan Neraca

PT. MAJU BERSAMA Laporan Neraca 31 Desember 2018	
ASET	
ASET LANCAR	
Kas.....	Rp. xxx
Piutang.....	xxx
Persediaan barang	
Barang baru.....	xxx
Barang dalam proses.....	xxx
Barang jadi.....	xxx
Perlengkapan kantor.....	xxx
Jumlah Aset Lancar.....	Rp. xxx
ASET TIDAK LANCAR/ASET TETAP	
Tanah dan bangunan.....	Rp. xxx
Mesin pabrik.....	xxx
Kendaraan.....	xxx
Jumlah Aset Tetap.....	Rp. xxx
Total Aset.....	Rp. xxx
KEWAJIBAN	
KEWAJIBAN LANCAR/KEWAJIBAN JK. PENDEK	
Hutang usaha.....	Rp. xxx
Hutang pajak.....	xxx
Hutang gaji.....	xxx
Hutang lainnya.....	xxx
Jumlah hutang jangka pendek.....	xxx
HUTANG JANGKA PANJANG	
Hutang obligasi.....	Rp. xxx
Jumlah Hutang.....	Rp. xxx
EKUITAS	
Modal.....	Rp. xxx
Laba yang di tahan.....	xxx
Jumlah modal.....	Rp. xxx
Total Hutang dan Ekuitas.....	Rp. xxx

Ilustrasi Penyajian Harga Pokok Penjualan Di Laporan Laba Rugi

PT. MAJU BERSAMA LAPORAN LABA RUGI UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2018	
PENDAPATAN PENJUALAN	
Penjualan Bersih.....	Rp. xxx
HARGA POKOK PENJUALAN	
Persediaan barang jadi (awal).....	Rp. xx
Harga pokok produksi.....	Rp. xx
Barang Tersedia utk dijual.....	Rp. xxx
Persediaan barang jadi (akhir).....	xxx
Harga Pokok Penjualan.....	Rp. xxx
Laba Kotor.....	Rp. xxx
BIAYA OPERASIONAL	
BIAYA PENJUALAN	
Biaya gaji bagian penjualan.....	Rp. xxx
Biaya iklan.....	xxx
Biaya lain-lain bagian penjualan.....	xxx
Jumlah biaya penjualan.....	Rp. xxx
BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM	
Biaya gaji bagian umum.....	Rp. xxx
Biaya perlengkapan kantor.....	xxx
Biaya listrik dan telepon bagian umum.....	xxx
Biaya lain-lain bagian umum.....	xxx
Jumlah biaya administrasi dan umum.....	Rp. xxx
Total biaya operasional.....	Rp. xxx
Laba Usaha Bersih sebelum Pajak.....	Rp. xxx

2) Menentukan Harga Jual Produk

Harga jual = biaya produksi + biaya non produksi + laba yang diinginkan oleh perusahaan

3) Mengambil keputusan bisnis

Beberapa keputusan bisnis:

- Menolak atau menerima pesanan khusus
- Menjual saham sebelum atau setelah proses tambahan
- Mempertahankan atau menghentikan suatu lini produk

Contoh: untuk pesanan khusus akan diterima apabila harga jual pesanan khusus lebih besar dari biaya relevan/biaya variable.

Lokasi dan Waktu

Yayasan Insan Palma Sejahtera di PT Industri Sandang No. B6 -B7, Jumat 23 Oktober 2020.

Khalayak Sasaran

Pelaku UMKM Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Yang Berbasis Manajemen Pemasaran di Yayasan Insan Palma Sejahtera di PT Industri Sandang No. B6 -B7, Jakarta Barat.

REALISASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

PELAKSANAAN/REALISASI KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat, terselenggara di Yayasan Insan Palma Sejahtera di PT Industri Sandang No. B6 -B7, untuk persiapan di tanggal 23 September 2020. Pelaksanaan kegiatan ini berupa pelatihan manajemen pemasaran terhadap ketua Yayasan Insan Palma Sejahtera. Aktivitas-aktivitas pra-pelaksanaan bahkan telah dimulai sejak Oktober 2020 dengan koordinasi dari Komite PKM. Selanjutnya koordinasi lebih diintensifkan berupa pertemuan-pertemuan serta survey-survei dengan waktu sebagai berikut.

Tabel 1.

Jadwal Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Waktu
1.	Survey	1 Oktober 2020
2.	Persiapan administrasi	05 Januari 2021
3.	Pengumpulan dan Pengambilan Data Lapangan	3 Maret 2021
4.	Perencanaan dan rancang bangun peralatan percontohan	25 Maret 2021
5.	Pemasyarakatan dan pelatihan	25 Mei 2021
6.	Penulisan dan Pembuatan Luaran Wajib	26 Juni 2021
7.	Penyusunan laporan	22 November 2021

Koordinasi juga dilakukan untuk anggota tim PKM, dimulai dari penyusunan proposal, pembagian tugas, penyusunan modul serta koordinasi pelaksanaannya.

Kegiatan dilaksanakan pada hari Jumat, 23 Oktober 2020 bertempat di wilayah Yayasan Insan Palma Sejahtera di PT Industri Sandang No. B6 -B7, Jakarta Barat. Kegiatan PKM ini dibuka dari pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, dan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh ketua dan tim anggota PKM, serta tanya jawab dari pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu wujud kepedulian dari Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti maka dilakukan kegiatan pelatihan manajemen pemasaran, dalam melaksanakan tugas Tridharma pendidikan perguruan tinggi. Prodi-prodi

FEB USAKTI berencana untuk menjadikan kelompok binaan dengan orientasi pada sasaran kegiatan dibidang manajemen yang berbasis manajemen pemasaran, agar memiliki motivasi dan semangat membangun dengan prinsip-prinsip ekonomi dan manajemen pemasaran. Melalui program ini diharapkan dapat memotivasi bagi yang mau berwirausaha untuk lebih meningkatkan pengelolaan sumber daya alam yang dimiliki, sehingga pada gilirannya masyarakat dapat meningkatkan taraf hidupnya menjadi lebih baik.

Monitoring Hasil Kegiatan

Faktor pendukung dalam pelatihan manajemen pemasaran bagi yayasan Insan Palma Sejahtera di PT Industri Sandang No. B6 -B7, Jakarta Barat. Penghambat kegiatan dalam Faktor pendukung adalah antusias dari para peserta dalam pelatihan ini dan penghambatnya adalah mengenai semangat juang dalam berwirausaha harus lebih di tingkatkan pada masa pandemic Covid-19 ini harus fokus pada protokoler kesehatan yang mana ini harus diperhatikan.



Gambar 2.
Menyampaikan presentasi melalui Zoom Meeting



Gambar 3.
Poster/Backdrop

Evaluasi Tingkat Hasil Ketercapaian

Tingkat ketercapaian hasil bahwa para UMKM mendapatkan manfaat yang luar biasa dalam pelatihan ini yaitu bagaimana para peserta dapat mengetahui kiat - kiat dalam berwirausaha dengan peningkatan kesejahteraan UMKM dengan pelatihan manajemen pemasaran dan dapat memberikan dampak positif dalam pelatihan tersebut.

Hasil yang dicapai untuk peserta dan komunitas, yaitu hasil dari presentasi dan berbagai masukan kepada para pelaku UMKM sangat baik dan bias mengamati dalam segi masukan yang di dapat.

Hasil yang dicapai untuk pelaksana, yaitu tingkat ketercapaian hasil bahwa para peserta mendapatkan manfaat yang luar biasa dalam pelatihan ini yaitu bagaimana para peserta strategi penetapan harga dan memelihara hubungan dengan konsumen dalam situasi pandemi Covid-19 saat ini agar dapat bersaing di pasar dan dapat memberikan dampak positif dalam pelatihan tersebut

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelatihan wirausaha memang diperlukan oleh pelaku UMKM, karena selama ini para pelaku UKM sangat jarang mendapatkan pelatihan manajemen pemasaran. Pelaku UMKM lebih terpaku pada produk-produk yang selama ini berlaku umum. Pelaku UMKM perlu diajak untuk melihat usahanya dari sudut yang lain sehingga pada akhirnya akan membuka wawasan dan pengetahuan serta membuka pemasaran dengan inovasi produk awalnya.

Perlu adanya pelatihan-pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dari pelaku usaha. Perlu pendampingan yang dilakukan oleh selaku PKM sehingga pelaku usaha dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Perlu adanya contoh dalam inovasi produk dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di daerah yang bersangkutan sehingga tidak membuat harga produk tidak terlalu mahal dan dapat bersaing dengan produk lain. Produk

inovasi ini harus dilakukan dengan para selaku PKM yang berkaitan dengan UMKM yang menggandeng perguruan tinggi maupun pelaku UMKM lain yang telah melaksanakan inovasi produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PKM ini telah berjalan dengan baik, lancar, dan sesuai rencana. Semuanya tidak lepas berkat dukungan dari berbagai pihak. Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada Pelaku UMKM Pada Kondisi Pandemi Covid-19 yang Berbasis Manajemen Pemasaran Di yayasan Insan Palma Sejahtera di PT Industri Sandang No. B6 -B7, Jakarta Barat. Terima kasih kami sampaikan juga kepada Universitas Trisakti, jajaran pimpinan dan staf di Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Trisakti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Trisakti, serta seluruh Tim yang telah mendukung program PKM ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

REFERENSI

Kotler, Philip., Armstrong, Garry. (2018). Principles of Marketing. (17e); Global Edition. Pearson Education Limited 2018. United Kingdom.

Kotler, Philip., Keller, Kevin, Lane. (2016). Marketing Management. (15e); Global Edition. Pearson Education Limited. England.

Riorini, Sri, Vandayuli. (2009). Pengaruh Ikatan Hubungan Terhadap Kesetiaan Pelanggan. Media Riset Bisnis & Manajemen. 9 (1), 65-90.

Magatef, Sima, Ghaleb., Tomalieh, Elham, Fakhri Tomalieh. (2015). The Impact of Customer Loyalty Programs on Customer Retention. International Journal of Business and Social Science. 6, 8(1); 78-93.

www.liputan6.com

DECLARATIONS

AVAILABILITY OF DATA AND MATERIAL

Not applicable.

COMPETING INTERESTS / CONFLICT OF INTEREST

The authors declares that they have no competing interests.

FUNDING

Not applicable