

Inovasi Pemasaran Produk Pada Ibu-Ibu PKK Desa Sentol Laok

¹⁾ Cici' Insiyah*, ²⁾ Uswatun Hasanah, ³⁾ Sitti Khotijah, ⁴⁾ Dewi Ummiyati
¹⁾²⁾³⁾ Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien, Indonesia
Email Corresponding: cicikinsiyah93@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Inovasi Pemasaran Produk PKK Desa Sentol Laok	<i>Pemberdayaan kepada masyarakat di desa Sentol Laok dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman tentang cara meningkatkan penjualan produk sehingga mampu memperbaiki perekonomian masyarakat desa dengan pemberdayaan potensi ekonomi masyarakat setempat melalui inovasi pemasaran produk. Tujuan dalam pengabdian ini ialah meningkatkan pengetahuan ibu-ibu PKK tentang pentingnya inovasi pemasaran produk dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana cara menentukan pangsa pasar dan meningkatkan pengetahuan dalam management pemasaran. Pada program pengabdian pada masyarakat yang dilakukan saat ini, menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD) yaitu suatu pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pemberdayaan komunitas yaitu pencarian aset yang berangkat dari kekuatan komunitas, ABCD berangkat dari aset atau kekuatan yang ada dalam komunitas tersebut untuk pemberdayaannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi pemasaran produk pada ibu-ibu PKK desa Sentol Laok dilaksanakan dengan beberapa rangkaian kegiatan, diantaranya yaitu proses pembuatan produk, workshop dengan tema Pemasaran Produk di Era 5.0, dan Launching Produk. Adapun hambatan dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah Ibu-ibu PKK masih ada yang malas dan sulit untuk diajak berkumpul, jarak rumah anggota PKK dengan lokasi tempat pelaksanaan kegiatan yang lumayan jauh, kurangnya kesadaran akan pentingnya manajemen pemasaran, kondisi ekonomi yang terbatas, dan kurangnya perencanaan dalam pemasaran produk.</i>
Keywords: Innovation Marketing Product PKK Sentol Laok Village	<i>Empowerment to the community in Sentol Laok village is carried out in order to provide an understanding of how to increase product sales so that they are able to improve the economy of the village community by empowering the economic potential of the local community through product marketing innovations. The goal in this service is to increase the knowledge of PKK mothers about the importance of product marketing innovation to provide an understanding of how to determine market share and increase knowledge in marketing management. In the current community service program, the Asset Based Community Development (ABCD) method is used, which is a community service approach that is carried out through community empowerment, namely searching for assets that originate from community strengths, ABCD departs from assets or strengths in the community. for empowerment. The results of this study indicate that product marketing innovation for PKK mothers in Sentol Laok village was carried out with several series of activities, including the product manufacturing process, workshops with the theme Product Marketing in Era 5.0, and Product Launching. The obstacles and obstacles faced in carrying out this community service activity are that there are still PKK mothers who are lazy and difficult to get together with, the distance between the PKK members' houses and the location where the activities are carried out is quite far, lack of awareness of the importance of marketing management, poor economic conditions. limited, and lack of planning in product marketing.</i> This is an open access article under the CC-BY-SA license.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi ini juga menjadi aspek yang banyak dimanfaatkan oleh sebagian besar masyarakat dalam mengembangkan perekonomian negara bahkan masyarakat daerah, maka perlu bagi negara khususnya untuk mengembangkan perekonomian masyarakat dari bagian perkotaan, daerah pedesaan

dan lain sebagainya. (Kementrian, 2022) Diantaranya digunakan untuk bisnis perekonomian, baik ekspor dan import yang dilakukan oleh badan perekonomian negara. Hal ini tidak hanya sekedar mengembangkan perwekonomian daerah akan tetapi banyak yang mempergunakannya untuk melakukan bisnis online dengan berbagai webside.

Desa Sentol Laok merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Pragaan, Kabupaten Sumenep, pulau Madura. Desa sentol laok memiliki jumlah penduduk +800 jiwa dengan rata-rata beprofesi sebagai petani, nelayan dan kuli bangunan, serta memiliki taraf pendidikan menengah kebawah dengan rata-rata masyarakat lulusan SD. Pola hidup yang terkena dampak dari rendahnya taraf pendidikan masyarakat yang mengakibatkan diantaranya rendahnya perekonomian, rendahnya minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sehingga dapat menambah jumlah pengangguran dan beberapa diantaranya mengalami pernikahan dini.

Tentu banyak cara yang harus dilakukan dalam mengembangkan perekonomian negara khususnya untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya dalam memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada dengan pengintegrasian berbagai program peningkatan kualitas hidup melalui pemanfaatan potensi desa-desa, diantaranya dengan mengembangkan kegiatan perekonomian dan pemanfaatan bahan pangan hasil pertanian sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan. (Bali, 2018) Terdapat banyak desa yang belum mampu mengembangkan ekonomi desa, termasuk desa Sentol Laok kecamatan Pragaan, kabupaten Sumenep, dimana desa ini belum mampu memanfaatkan serta memasarkan produk yang dimiliki secara maksimal, misalnya pemanfaatan potensi alam seperti pisang, cabe dan jenis pangan lainnya untuk dikelola menjadi suatu produk yang memiliki daya tarik dan dipasarkan dengan baik cukup untuk membantu UMKM melewati kesulitan dalam usaha bisnisnya (Shafi, Liu, & Ren, 2020). Sehingga dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Hal ini dapat dilakukan dengan mengajukan beberapa kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat di desa Sentol Laok diantaranya dengan melakukan sosialisasi pemasaran, pelatihan organisasi produk pemasaran bahkan workshop pemasaran yang dapat direalisasikan di desa tersebut. Dengan harapan agar nantinya dapat mengembangkan nilai dan meningkatkan kualitas ekonomi, serta dapat membantu mencapai kestabilan perekonomian desa. Sehingga mampu meningkatkan taraf perekonomian masyarakat desa dengan pemberdayaan potensi ekonomi masyarakat setempat melalui inovasi pemasaran produk. Persaingan usaha menuntut para pelaku usaha untuk bisa berdagang dengan baik, mampu bersaing, dapat bertahan serta unggul dalam penjualan. hal ini tentu dapat terwujud jika item barang yang dihasilkan dan ditawarkan kepada masyarakat diperhatikan, salah satunya melalui inovasi pemasaran produk, karena hal ini memiliki peran penting dalam membangun ketertarikan konsumen dan dapat meningkatkan jumlah penjualan, (Verry, Ricky 2021) jika dikaji dalam lagi, adanya kinerja pemasaran yang baik salah satunya melalui inovasi pemasaran produk. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hasil bahwa inovasi pemasaran dapat meningkatkan usaha. Dengan dilaksanakannya kegiatan berkaitan dengan program tersebut dengan membantu sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki, diharapkan agar nantinya dapat diaplikasikan secara nyata oleh masyarakat dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan taraf hidup melalui pengembangan potensi desa secara efektif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai implementasi terhadap perintah Allah kepada manusia sebagai khalifah di muka bumi ini untuk memaksimalkan setiap potensi yang ada di lingkungan sekitarnya, serta sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat dengan harapan segala bentuk kegiatan yang di adakan sebagai upaya untuk mengembangkan dan memajukan perekonomian masyarakat daerah setempat. Tujuan dalam pengabdian ini ialah meningkatkan pengetahuan ibu-ibu PKK tentang pentingnya inovasi pemasaran produk dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana cara menentukan pangsa pasar dan meningkatkan pengetahuan dalam management pemasaran.

II. MASALAH

Sebagian besar penduduk Desa Sentol Laok memiliki mata pencaharian yang berasal dari sektor pertanian, nelayan dan Kuli bangunan, dari hasil wawancara kepada salah satu tokoh masyarakat di desa Sentol Laok 90% penduduknya bekerja di sektor pertanian. Hal ini menyebabkan rendahnya taraf perekonomian bagi masyarakat tersebut, kondisi perekonomian masyarakat yang mayoritas menengah kebawah, berdampak negatif taraf pendidikan yang rata-rata masyarakat lulusan SD, karena masyarakat tidak

memiliki biaya untuk bisa melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Pola hidup yang terkena dampak dari rendahnya taraf pendidikan masyarakat yang mengakibatkan diantaranya rendahnya perekonomian, rendahnya minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sehingga dapat menambah jumlah pengangguran dan beberapa diantaranya mengalami pernikahan dini.

Pada kenyataannya Desa Sentol Laok merupakan salah satu desa yang memiliki potensi alam yang luar biasa, hal ini dibuktikan dengan adanya pertanian cabe, pohon pisang yang tumbuh dimana-mana, dan pohon lainnya yang ditemukan di sepanjang jalan. Pada masa-masa dahulu adanya tanah yang subur dan potensi alam yang melimpah belum bisa di kelola dengan baik oleh masyarakat sehingga setiap kali panen masyarakat langsung menjualnya ke pedagang tanpa melalui proses pengolahan terlebih dahulu untuk bisa mendapatkan nilai ekonomi lebih tinggi.



Gambar 1. Kebun pisang Desa Sentol Laok



Gambar 2. Kekayaan alam Desa sentol laok

Pada saat ini masyarakat mulai sadar akan pentingnya sistem produksi pada hasil pertanian seperti dan pisang, sehingga dapat menambah nilai dari suatu barang, sehingga para penggerak masyarakat seperti ibu-ibu PKK melakukan terobosan baru dengan membuat produk camilan stik pisang dari bahan dasar pisang, dan mulai merambah pada produk lain yaitu sambel BETOL yang berbahan dasar cabe, akan tetapi dari produk olahan yang dimiliki ibu-ibu PKK masaih berjalan dengan maksimal karena belum memiliki keahlian dalam memasarkan produk, sehingga dengan adanya produk yang dimiliki belum bisa membangun dan memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat, karena produk olahan yang ada tidak berjalan dan tidak memiliki pangsa pasar yang tepat. Dari permasalahan tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini bermaksud untuk mengembangkan dan memajukan perekonomian masyarakat daerah setempat, dengan upaya meningkatkan pengetahuan ibu-ibu PKK melalui Workshop inovasi pemasaran di era 5.0 tentang pentingnya inovasi pemasaran produk, sehingga dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana cara menentukan pangsa pasar dan meningkatkan pengetahuan dalam management pemasaran.



Gambar 3. Produk nunggulan desa Sentol Laok



Gambar 4. Produk STIK Pisang dan Sambel

III. METODE

Pada program pengabdian pada masyarakat yang dilakukan saat ini, menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD) yaitu suatu pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui pemberdayaan komunitas yaitu pencarian aset yang berangkat dari kekuatan komunitas, ABCD berangkat dari aset atau kekuatan yang ada dalam komunitas tersebut untuk pemberdayaannya. (Mirza Maulana, 2019) Dalam pemetaan sebuah aset dilakukan pemetaan sebagaimana berikut; Pertama, aset sosial, masyarakat, dengan mendata kelompok, organisasi untuk mengetahui secara nyata aset yang dimiliki oleh mereka; kedua keahlian individual dan bakat, dengan mendata keahlian mereka agar dapat menggali potensi yang ada. Ketiga aset institusi, mendata pelayanan umum baik dari pemerintahan dan swasta yang berada di sekitar mereka. Keempat aset fisik, dengan melihat peta masyarakat, alam dan keadaan masyarakat. Kelima analisa ekonomi, masyarakat dianalisis dengan menggunakan diagram pemasukan dan pengeluaran. Keenam aset keagamaan. (Pedoman P2m, 2022) Berdasarkan pada pemetaan aset sesuai dengan pendekatan ABCD tersebut, maka dianggap sangat penting kiranya untuk mengadakan program peningkatan pemahaman ibu-ibu PKK mengenai strategi pemasaran produk dalam meningkatkan penjualan, sehingga dapat membangun perekonomian masyarakat desa lebih menjadi lebih baik. Melalui program workshop inovasi pemasaran di era 5.0 pada ibu-ibu PKK desa Sentol Laok yang berjumlah 26 orang dan diketuai oleh ibu kepada desa Sentol Laok, menjadi salah satu upaya yang dapat memicu meningkatnya nilai penjualan produk, dengan meningkatnya pemahaman dan manajemen pemasaran produk yang baik dalam diri seseorang, maka akan meningkat pula sistem penjualan dengan strategi yang lebih efektif dan efisien. Dengan adanya peningkatan nilai jual melalui strategi pemasaran produk, tentu menjadi harapan yang besar bagi masyarakat dengan dilaksanakannya inovasi pemasaran produk pada program pengabdian ini, sebagai upaya untuk mengembangkan dan memajukan perekonomian masyarakat daerah setempat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Produk Hasil Kekayaan Alam Setempat

Inovasi merupakan bentuk pengenalan dan aplikasi instrument produk dalam penjualan, dimana para pelaku usaha atau organisasi mencari ide, proses, dan hasil produk dengan cara yang baru dalam memasarkan produk, pelaku usaha atau pedagang tentunya akan merancang ide baru untuk menguntungkan produk usahanya. (Widiartanto, Wahyudi, Rahman, Dewi, & Saputra, 2020). Adanya inovasi menjadi salah satu bentuk dari perbaikan pada produk yang sudah ada sebelumnya namun belum memberikan hasil yang sesuai dengan harapan, sehingga hasil dari sebuah pengenalan cara baru berupa inovasi berdampak positif pada perubahan sebuah produk yang dihasilkan perusahaan dan harga yang ditetapkan oleh produsen (Kotler dan Keller, 2016). Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk di dalamnya barang fisik, pelayanan, acara, orang-orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide (Nurul, 2017). Yang dimaksud dengan produk adalah hal yang ditawarkan ke pasar melalui bisnis meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh

konsumen. Kunci utama dari sebuah produk, yakni barang atau jasa tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dalam Society 5.0, posisi manusia menjadi penting, inovasi diarahkan untuk menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan untuk menjawab persoalan yang dihadapi manusia. (Salindeho, Silvy 2018) Pada era ini bagaimana perusahaan dapat menemukan kebutuhan konsumen terhadap kegunaan produk, kualitas dan layanan yang manusiawi. Dampak yang diharapkan dari Revolusi 5.0. ini akan mempengaruhi kondisi perekonomian masyarakat menjadi lebih baik. Pemasaran yang inovatif menjadi penting pada era Industri 5.0.

Inovasi produk mampu dijadikan sebagai strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran, Persaingan dalam dunia industri tidak hanya mengenai harga dan kualitas produk, namun juga inovasi produk yang digunakan sebagai strategi pemasaran agar kinerja pemasaran meningkat dan perusahaan juga memiliki kesempatan lebih maju dan unggul dari pesaingnya karena perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh pasarnya. (Miftahul, Sudarwati, Siti' 2019) Pemasaran inovatif diarahkan pada strategi pemasaran produk berbasis teknologi, di mana teknologi dapat menjadi kunci dalam menghasilkan produk baru dan berbeda, sehingga dengan adanya inovasi pemasaran produk menjadi pengantar yang unik untuk membangun perekonomian masyarakat yang lebih terarah dan efisien.

Produk makanan yang dihasilkan dari bahan baku yang berasal hasil pertanian yaitu cabe dan pisang, dimana kedua bahan dasar ini merupakan bahan pokok makanan yang banyak dikonsumsi masyarakat setiap harinya dan banyak di tumbuh dilahan pertanian dan kebun milik warga. Adapun bentuk produk olahan makanan yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKK desa Sentol Laok berupa Stik Pisang dan Sambel BETOL yang nantinya diharapkan menjadi produk unggulan desa yang banyak diminati dan bisa tersebar luar keberbagai daerah di negeri ini, sehingga dapat memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat secara luas, khususnya warga desa Sentol Laok.



Gambar 5. Pembuatan BETOL (Sambal Sentol Laok)

B. Kondisi Perekonomian

Sebagian besar masyarakat Desa Sentol Laok adalah bermata pencaharian dalam sektor pertanian, nelayan dan Kuli bangunan. Dari beberapa mata pencaharian yang ada di desa tersebut, 90% masyarakatnya bekerja di sektor pertanian. Kondisi perekonomian masyarakat yang rendah, serta minimnya pendidikan yang di tempuh membuat masyarakat Desa Sentol Laok sebagian besar berprofesi sebagai petani masih sangat perlu dorongan dalam membangun minat atau semangat berinovasi dalam meningkatkan kualitas kehidupan dan membangun kemajuan desa. Mengingat bahwa masyarakat Desa Sentol Laok kebanyakan menempuh pendidikan menengah kebawah, bahkan sebagian besar generasi muda tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi karena terhalang faktor kondisi ekonomi, sehingga hal ini juga menjadi salah satu penyebab meningkatnya pengangguran dan tingkat kemiskinan yang selalu menjadi permasalahan utama yang dialami oleh masyarakat setempat. (Farah, 2013) Sedangkan dari Segi

Perekonomian, dengan segala potensi alam yang ada di desa, perlu adanya inovasi baru dan pemberdayaan bagi masyarakat yang diharapkan nantinya dapat meningkatkan kualitas perekonomian dengan memanfaatkan bahan pangan hasil pertanian seperti pohon pisang menjadi Stik Pisang serta pemanfaatan cabe menjadi produk unggulan desa. Sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat dengan harapan segala bentuk kegiatan yang di adakan sebagai upaya untuk mengembangkan dan memajukan perekonomian masyarakat daerah setempat. Dengan adanya pengabdian ini, menjadi harapan dapat meningkatkan pengetahuan ibu-ibu PKK tentang pentingnya inovasi pemasaran produk, dan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana cara menentukan pangsa pasar dan meningkatkan pengetahuan dalam management pemasaran, sehingga nantinya produk unggulan yang dimiliki desa Sento laok memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

C. Strategi pelaksanaan

1. Mengukur People Have dan People Need melalui Aset

Pada bagian ini, program pengembangan masyarakat dilandaskan kepada pemenuhan kebutuhan yang selama ini belum terpenuhi. Maka kebutuhan tersebut harus diukur dan dipetakan terlebih dahulu sebelum program pengabdian dilakukan. Dalam mengukur people have dan people need melalui aset, perlu kiranya seorang pemberdaya untuk menjalankan tugas-tugasnya baik pergi menemui mereka, hidup bersama mereka, mencintai mereka, mengenali kebutuhan mereka, dan memulai dari apa yang mereka miliki. Dalam mengukur People Have dan People Need melalui Aset di dasa Sentol Laok, dimulai dengan membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat untuk lebih jauh mengenal karakter dan harapan dari masyarakat. Ketika sudah terbangun komunikasi yang baik dengan masyarakat, hal dilakukan selanjutnya adalah memusyawarahkan perihal kegiatan yang menjadi program kedepannya. Dalam musyawarah tersebut disampaikan mengenai kegiatan baru berkaitan dengan penguatan pemahaman serta kemampuan dalam memasarkan produk, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dengan harapan dapat membangun perekonomian masyarakat ke arah lebih baik, sebab tanpa adanya manajemen pemasaran yang baik produk yang dihasilkan akan kalah bersaing dan kurang berkembang. (Solehuddin, 2013) Setelah musyawarah dilakukan maka di putuskan untuk kegiatan penguatan pemahaman serta kemampuan dalam memasarkan produk disini berupa Workshop dengan tema Pemasaran Produk di Era 5.0 yang akan menjadi program tambahan pada kegiatan ibu-ibu PKK desa Sentol Laok.

2. Memetakan aset masyarakat

Dalam memetakan aset masyarakat dampingan atau komunitas binaan, dilakukan dengan cara melihat potensi alam atau potensi ekonomi yang ada masyarakat setempat. Pemetaan aset individu merupakan kegiatan menginventaris pengetahuan (knowledge), kecerdasan rasa (empathy) dan keterampilan (skill) individu yang dimiliki setiap warga dalam suatu komunitas. (Nurdiyana et al., 2016) Dalam hal ini, kami menemukan potensi alam berupa aset ekonomi dari hasil pertanian yang sudah diolah menjadi produk makanan berupa Stik Pisang dan Sambel BETOL, dimana kedua produk ini seharusnya bisa dinikmati masyarakat luas dan bersaing di dunia bisnis IKM. namun pada kenyataannya hal tersebut tidak terwujud, karena masyarakat desa Sentol Laok khususnya ibu-ibu PKK belum bisa mengelola secara maksimal hasil olahan produk yang dimiliki. Hal ini terjadi karena minimnya pengetahuan masyarakat dalam memasarkan produk, dan ketiadaan program yang dapat menunjang kemampuan dalam memasarkan produk, sehingga mereka merasa kebingungan akan ada di bawa kemana produk-produk yang dimiliki. Pemasaran menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan, karena masih banyak yang mengalami kesulitan dalam promosi produk sehingga jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas. (Herning, 2015) Promosi produk merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. (Boventura, 2016) Sehingga perlu adanya suatu program inovasi pemasaran produk yang dapat membantu ibu-ibu PKK dalam meningkatkan pemahaman tentang pentingnya manajemen pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk.

3. Uraian Kegiatan ketika di lapangan

Kegiatan Pengenalan program pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan cara menjelaskan bagaimana aset yang ada di desa dapat menghasilkan sesuatu yang berharga untuk menunjang perekonomian masyarakat. Adanya program inovasi pemasaran produk memberi pencerahan kepada ibu-ibu

PKK melalui pendekatan ABCD. Dengan memberikan penjelasan mengenai aset yang ada didesa, sehingga bisa dijadikan sebagai potensi ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lapangan dalam rangka meningkatkan pemahaman dalam memasarkan produk melalui kegiatan inovasi pemasaran produk, dilaksanakan dengan beberapa rangkaian kegiatan, diantaranya:

A. Proses pembuatan produk yaitu berbentuk praktek pembuatan produk dari proses pembuatan, bahan apa saja dibutuhkan serta pengemasan produk. perlu adanya pembinaan dan pengetahuan terkait berbagai macam kebutuhan pendukung dalam memproduksi baik dari sisi produk dan juga kemasan serta pemasaran lokal Regional dan Nasional. (Cici' 2019) Nantinya dapat meningkatkan ekonomi rakyat dan peningkatan mutu produksi yang berkelanjutan.

B. Melaksanakan workshop dengan tema Pemasaran Produk di Era 5.0, adanya kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman bagi ibu-ibu PKK dalam meningkatkan pengetahuan tentang manajemen pemasaran produk. Pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang baik dapat meningkatkan kemampuan dalam membangun persaingan produk yang lebih maksimal dan dapat meningkatkan penjualan produk. (Manahera et al., 2017).

C. Launching Produk, kegiatan ini dilakukan dalam rangka peresmian produk unggulan milik Desa Sentol Laok sekaligus bentuk pengenalan produk bagi masyarakat dilakukan oleh ketua PKK. Dalam Launching Produk selain disaksikan oleh masyarakat juga diikuti dengan adanya bazar, dimana pada bazar ini para ibu-ibu PKK dapat mengaplikasikan inovasi pemasaran produk yang telah di peroleh pada saat workshop. Pada pemasaran produk yang dilakukan secara langsung dan melalui media sosial, seperti whatsApp, facebook dan media sosial lainnya. Dalam sebuah penelitian disebutkan bahwa pemasaran produk yang baik dapat meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas, yang tentunya secara ekonomi akan meningkatkan keuntungan yang lebih besar, dan pada perkembangannya ketika kebutuhan pasar meningkat, maka peluang kerja bagi masyarakat semakin luas pula. (Uswatun, Rosyidi 2022). Kegiatan inovasi pemasaran produk ini mendapatkan dukungan penuh dari kepala desa dan masyarakat Desa Sentol laok, hal ini dibuktikan dengan adanya pembelian produk pada saat Launching Produk melalui bazar yang dilaksanakan oleh ibu-ibu PKK.

D. Hambatan dan kendala yang dihadapi

Setiap program atau kegiatan yang berlangsung, tak bisa dipungkiri hambatan dan kendala akan selalu ada. Adapun hambatan dan kendala yang ada dalam pemberdayaan ini yaitu;

1. Ibu-ibu PKK masih ada yang malas dan sulit untuk diajak berkumpul. Karena kesibukan mereka sebagai ibu rumah tangga. Sehingga program ini dilakukan ada beberapa ibu-ibu PKK yang tidak bisa hadir.
2. Kondisi jarak lokasi tempat pelaksanaan kegiatan dengan rumah anggota PKK yang lumayan jauh, sehingga mempengaruhi gerak aktif Ibu-ibu PKK dalam mensukseskan acara pemberdayaan ini.
3. Kurangnya kesadaran akan pentingnya manajemen pemasaran dalam meningkatkan penjualan.
4. Kondisi ekonomi yang terbatas, membuat ibu-ibu PKK kurang maksimal dalam melakukan produksi produk.
5. Kurangnya perencanaan untuk pemasaran produk, artinya ketika produk sudah jadi ibu-ibu PKK masih bingung kemana akan menjual produk tersebut.

E. Capaian target hasil

Adapun target hasil yang diperoleh dari pelaksanaan program pada kegiatan ini adalah:

1. Adanya peningkatan semangat ibu-ibu PKK dalam melaksanakan program pemasaran produk sudah mencapai hasil yang cukup baik karena didukung dengan implementasi pemberdayaan yang ditandai oleh keterlibatan dan partisipasi masyarakat. (Shomedran, 2016) Partisipasi tersebut akan mempengaruhi keberhasilan sebuah program inovasi pemasaran produk ekonomi, karena perubahan yang terjadi pada masyarakat tergantung pada pola perilaku masyarakat itu sendiri, dalam membangun keberlangsungan usaha untuk kemajuan perekonomian.
2. Adanya peningkatan jumlah distribusi produk dimana distribusi bukan hanya di desa sentol laok namun juga didistribusikan di EXPO Al-Amien Prenduan dan juga di koperasi Putri 1 Al-Amien. Tentu dengan adanya pemasaran yang lebih luas baik pemasaran secara langsung ataupun melalui media sosial seperti

WhatsApp, instagram ataupun media sosial lainnya dapat meningkatkan jumlah penjualan, sehingga dapat mencapai target penjualan yang diharapkan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan pada pembahasan diatas diketahui bahwa :

Inovasi pemasaran produk pada ibu-ibu PKK desa Sentol Laok dilaksanakan dengan beberapa rangkaian kegiatan, diantaranya yaitu proses pembuatan produk, dimulai dari proses pembuatan produk, pemilihan bahan baku dan bahan tambahan apa saja dibutuhkan, hingga pada proses pengemasan produk. Setelah produk sudah jadi, kemudian dilaksanakan workshop dengan tema Pemasaran Produk di Era 5.0, dengan cara membawa hasil produk yang sudah siap dipasarkan, untuk bisa mengetahui pangsa pasar yang cocok dengan produk yang dimiliki, serta memberikan pemahaman lebih mendalam bagi ibu-ibu PKK dalam meningkatkan pengetahuan tentang manajemen pemasaran produk. Langkah selanjutnya pada kegiatan pengabdian ini dilakukan Launching Produk, kegiatan ini dilakukan dalam rangka sebagai bentuk peresmian produk unggulan milik Desa Sentol Laok sekaligus untuk mengenalkan produk kepada masyarakat yang dilakukan oleh ketua PKK. Dalam Launching Produk selain disaksikan oleh masyarakat juga diikuti dengan adanya bazar, dimana pada bazar ini para ibu-ibu PKK dapat mengaplikasikan inovasi pemasaran produk yang telah di peroleh pada saat workshop. Adapun hambatan dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah Ibu-ibu PKK masih ada yang malas dan sulit untuk diajak berkumpul, kondisi jarak rumah anggota PKK dengan lokasi tempat pelaksanaan kegiatan yang lumayan jauh, kurangnya kesadaran akan pentingnya manajemen pemasaran dalam meningkatkan penjualan, kondisi ekonomi yang terbatas, membuat ibu-ibu PKK kurang maksimal dalam melakukan produksi produk dan kurangnya perencanaan untuk pemasaran produk, artinya ketika produk sudah jadi ibu-ibu PKK masih bingung kemana akan menjual produk tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kepala desa, para perangkat desa, serta masyarakat Desa Sentol laok Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep atas kesempatan dan kerja sama yang telah diberikan dalam meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada ibu-ibu PKK Desa Sentol Laok atas kerjasama dan semangat yang luar biasa dalam mengikuti setiap program kegiatan pengabdian yang sudah direncanakan, sehingga program pengabdian ini terlaksana dengan lancar. Kepada pihak lembaga penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (LP2M) Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien (IDIA) dan segenap jajaran panitia program pengabdian masyarakat (P2M), terimakasih banyak atas kesempatan yang telah diberikan kepada kami untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat, semoga program yang telah dilaksanakan dalam pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi institusi khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bali Ni Putu Riska Aryawati, (2018) Pengaruh Produksi, Luas Lahan, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan Petani dan Alih Fungsi Lahan Provinsi,” e-jurnal: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 7
- Cici’ Insiyah, (2019) pengaruh jiwa kewirausahaan, pelatihan, dan pemasaran syariah terhadap pengembangan usaha (studi pada forum IKM kota Batu), universitas Maulana Malik Ibrahim Malang
- Farah Bonita, (2013) Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik di Kota Semarang, Economics Development Analysis Journal 2 (3)
- Kementerian koordinir bidang perekonomian republik indonesia, (2022) “Ekonomi indonesia Q2 tahun 2022 tumbuh impresif di tengah ketidakpastian dan krisis global”.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

-
- Evrian Antyadika, Boventura. (2016). Membangun Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Sentra Industri Amplang Di Kota Samarinda. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Maulana, Mirza. (2019) "Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat." Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam 4, no. 2
- Miftakhul Amin, Sudarwati, Siti Maryam, (2019) Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan Universitas Islam Batik Surakarta
- Nurdiyana, Parmitasari, R. D. A., Mulyadi, I., Nur, S., & Haruna, N. (2016). *Panduan pelatihan dasar* (A. Rahman (ed.); Issue 35). Nur Khairunnisa.
- Manahera Marta Marsela, Silcyljeova Moniharapon, Hendra N. Tawas. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). Vol.06, No.04.2737. jurnal EMBA
- Salindeho Angelita Elisabeth, Silvy L. Mandey. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab.Malalayang).Vol.06.No.04.3348.jurnal EMBA
- Huda, Nurul. (2017). Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi Edisi Pertama. Depok: Kencana.
- Pedoman (2022) Praktik Pemberdayaan Masyarakat (P2m) Berbasis Potensi. 111th ed. Sumenep: LP2M Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien
- Indriastuti, Herning. (2015). Membangun Kapabilitas Penginderaan Pasar, Inovasi Produk, Keunggulan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Shafi, Mohsin, Liu, Junrong, & Ren, Wenju. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018
- Shomedran. (2016). Pemberdayaan Partisipatif dalam Membangun Kemandirian Ekonomi dan Perilaku Warga Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 12(2),
- Solehuddin Murphi, (2013) Business Plan Praktis Dan Dahsyat Untuk Umkm, Bekasi, Laskar Aksara
- Uswatun Hasanah, Rosyidi. (2022) Produk Keripik Pentol Siwalan (KRIPTOL) Sebagai Optimalisasi Kekayaan Alam Lokal Menuju Ekonomi Mandiri, Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN) Vol.3 No.2.
- Verry Cyasmoro, Ricky Talumantak, (2021) Inovasi Pemasaran dan Inovasi Kemasan Produk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Makanan dan Minuman di Pasar Lama Kota Tangerang, STIE Pariwisata Jakarta, Indonesia
- Widiartanto, Wahyudi, Fendy Eko, Rahman, Amni Zarkasyi, Dewi, Reni Shinta, & Saputra, Jumadil. (2020). A study of intellectual capital and its supply chain strategy for business performance in small medium enterprise (SMEs). *International Journal of Supply Chain Management*