

## PELATIHAN MANAJEMEN PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA RAKET TENIS MEJA

Oleh:

Tri Yulistyawati Evelina<sup>1)</sup>, Shinta Maharani Trievena, Ahmad Fauzi, Ayu Sulasari.

<sup>1)</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: trievelina@gmail.com

### *Abstract*

*The purpose of this service activity is to provide knowledge and skills for household members in managing Marketing Management.*

*PKM methods adopted to overcome problems, namely: Pre Training, Design Training and Implementation of training*

*The results of this service are expected to be an increase in knowledge and skills of Marketing Management and Online-Based Marketing Management and Marketing Management assistance for household members of the Malang City Table Tennis Racket Household Industry.*

*Keywords: Marketing Management, Small Industry, Marketing Training.*

### **1. PENDAHULUAN**

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat hasil pendaftaran Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) sebanyak 26,71 juta usaha atau perusahaan. Bila dibedakan menurut skala usaha sebanyak 26,26 juta perusahaan atau 98,33% berskala Usaha Menengah Kecil UMK dan 0,45 juta perusahaan atau 1,67% berskala usaha Menengah Besar (UMB). Perkembangan usaha tersebut dari tahun ke tahun meningkat. Menurut Sensus Ekonomi 2006 (SE2006) jumlah usaha/perusahaan meningkat 17,51% dari 22,73 juta menjadi 26,71 juta di tahun 2016 (<https://economy.okezone.com>, 2017). Artinya, ada 3,98 juta perusahaan baru dalam 10 tahun terakhir, jumlah perusahaannya banyak, tapi kecil-kecil.

Usaha-usaha kecil tersebut salah satunya adalah industri rumah tangga. Industri rumah tangga (home industry) adalah industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri-Cirinya, yaitu memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengolah industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Para pengusaha industri kecil dalam mengembangkan bisnis kadangkala menghadapi masalah manajemen pemasaran,

yaitu masalah kemasan, label, merek, harga, distribusi dan promosi. Begitu juga dengan industri rumah tangga Raket Tenis Meja yang berlokasi di jalan Anjasmoro Turirejo Lawang juga menghadapi masalah manajemen pemasaran. Selama ini pemasaran produk hanya melalui mitra distributor di Surabaya sebanyak 5 (lima) mitra. Sedangkan harapannya juga dapat menjangkau pemasaran langsung ke tangan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, pengusul berniat untuk memecahkan permasalahan yang ada dengan mengusulkan Pelatihan Manajemen Pemasaran dengan tujuan untuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk bagi Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Turirejo Lawang Kabupaten Malang.

Merujuk pada analisis situasi di atas permasalahan mitra dalam kegiatan PKM ini adalah: 1) Kurangnya pemahaman pentingnya Manajemen Pemasaran bagi Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Kota Malang. 2) Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam Manajemen Pemasaran dalam merencanakan dan mencapai sasaran keuangan bagi Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Kota Malang.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### 2.1. Manajemen Pemasaran

Kotler (2005 ; p.11) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, memper tahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pengertian lainnya dikemukakan oleh Armstrong dan Kotler (2012; p.29) yang menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi para pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut.

### 2.2. Tugas Manajemen Pemasaran

Tugas-tugas manajer pemasaran dapat dilihat dari segi fungsi manajemen yang dilakukan dalam bidang pemasaran, yaitu bagaimana proses manajemen itu dijalankan untuk mengubah sumber-sumber menjadi produk yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Tugas-tugas itu antara lain :

- a) Mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen
- b) Mengembangkan suatu konsep produk yang ditujukan untuk memuaskan/ melaya ni kebutuhan
- c) Membuat desain produk
- d) Mengembangkan pembungkusan dan merk
- e) Menetapkan harga agar memperoleh
- f) Return on investment yang layak
- g) Mengatur distribusi
- h) Memeriksa penjualan
- i) Menciptakan komunikasi pemasaran yang efektif dengan menggunakan media atau cara lain yang tepat

### 2.3. Permasalahan Manajemen Pemasaran

Masalah inti kegiatan pemasaran adalah masalah bauran pemasaran (marketing mix). Masalah bauran pemasaran (marketing mix) ialah kombinasi empat masalah kegiatan yang merupakan masalah inti kegiatan pemasaran yakni masalah produk, masalah harga masalah distribusi dan masalah

Masalah bauran pemasaran (marketing mix phenomena) ini sering disebut masalah empat P yaitu product phenomena, price phenomena, place phenomena, dan promotion phenomena yaitu:

1. - Pertama, masalah produk (product phenomena). Produk (product) adalah

segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2002) termasuk kemasan, merek, label, warna, prestise perusahaan, prestise pengencer, pelayanan perusahaan dan pelayanan pengencer. Produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, dan gagasan.

- Kedua, masalah harga (price phenomena). Swastha (1981) dalam bukunya Azas-azas Marketing mengemukakan bahwa harga (price) adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta pelayanannya.
- Ketiga, masalah distribusi (distribution / place phenomena). Swastha (1981) dalam buku Azas-Azas Marketing mengemu kakan bahwa distribusi (distribution) adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen.
- Keempat, masalah promosi (promotion phenomena). Swastha (1981) dalam buku dan Azas-Azas Marketing mengemukakan bahwa promosi (promotion) adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan konsumen untuk membeli.

Berdasarkan pada permasalahan mitra yang telah dijelaskan yaitu a) Kurangnya pemahaman pentingnya manajemen pema saran bagi Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Turirejo Lawang Kabupaten Malang serta, b) Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen pemasaran dalam memasarkan produk, karena pemasaran terbatas hanya pada distributor saja tidak menjangkau langsung ke tangan konsumen. Selanjutnya pelatihan manajemen pemasaran dengan fokus pada pentingnya manajemen pemasaran dan peningkatan pemasaran produk sehingga dapat langsung menjangkau konsumen, tidak hanya mengandalkan pada distributor saja.

## 3. METODE

### Metode PkM

Dalam melaksanakan kegiatan PkM ini, terdapat metode pelaksanaan sebagai berikut:

#### 1. Metode Pendekatan

Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan Manajemen Pemasaran serta pendampingan.

Rencana kegiatan PkM ini disusun secara logis, mendasarkan pada solusi yang ditawarkan.

**Tabel 1. Solusi dan Rencana Kegiatan bagi Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja**

No.	Solusi	Aktivitas
1.	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan Manajemen Pemasaran	- Penyuluhan pentingnya Manajemen Pemasaran - Sharing dan diskusi pengalaman dalam Manajemen Pemasaran
2.	Pelatihan Manajemen Pemasaran	- Pelatihan Manajemen Pemasaran - Pendampingan Manajemen Pemasaran

Dalam melaksanakan kegiatan PkM ini, terdapat metode pelaksanaan sebagai berikut:

**1. Metode Pendekatan**

Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan Manajemen Pemasaran serta pendampingan.

**2. Rencana Kegiatan**

**Tabel 2. Solusi dan Rencana Kegiatan bagi Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja**

No.	Solusi	Aktivitas
1.	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan Manajemen Pemasaran	- Penyuluhan pentingnya Manajemen Pemasaran - Sharing dan diskusi pengalaman dalam Manajemen Pemasaran
2.	Pelatihan Manajemen Pemasaran	- Pelatihan Manajemen Pemasaran - Pendampingan Manajemen Pemasaran

**Partisipasi Mitra**

Mitra dalam kegiatan ini terdiri dari Ketua Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Kota Malang. Komitmen mitra pada program PkM sangat tinggi. Hal ini dapat diketahui dari antusiasme dalam mengikuti diskusi proposal kegiatan ini. Bentuk partisipasi yang diberikan antara lain :

- Kesiadaan diadakan penyuluhan pentingnya Manajemen Pemasaran
- Kesiadaan untuk saling sharing dan diskusi pengalaman dalam Manajemen Pemasaran
- Kesiadaan untuk dilatih dan didampingi dalam pelatihan Manajemen Pemasaran
- Kesiadaan untuk menyediakan tempat pertemuan untuk koordinasi

**Desain Pelatihan**

Berikut ini adalah desain pelatihan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Desain Pelatihan Manajemen Pemasaran**

No	Desain Pelatihan	Uraian
1	Judul Kegiatan	Pelatihan Manajemen Pemasaran Berbasis Online
2	Pelaksanaan	Tanggal : Minggu, 8 Agustus 2019 Pukul : 15.00 – 17.00 Wib
3	Peserta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengurus dan Anggota Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Lawang Kota Malang</li> <li>• Jumlah peserta pelatihan minimal 1 kelompok (± 10 orang)</li> </ul>
4	Materi Pelatihan	<b>Pelatihan Manajemen Pemasaran</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pentingnya Manajemen Pemasaran</li> <li>▪ Perencanaan Pengeluaran Keuangan Keluarga</li> <li>▪ Praktek Pelaksanaan Manajemen Pemasaran</li> <li>▪ Penilaian / Pengawasan Keuangan Keluarga</li> </ul>
5	Pemateri	TIM PKM Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun 2019

**4.HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1.Hasil**

Sesuai dengan metode PKM yang dirancang, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan Manajemen Pemasaran Mengidentifikasi sumber daya yang ada, selanjutnya mengusulkan pelatihan Manajemen Pemasaran yang akan diangkat sebagai *pilot project*. Pada kegiatan pengabdian ini dimulai

dengan melakukan diskusi dengan beberapa pengurus Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja.

## 2. Pelaksanaan pelatihan Manajemen Pemasaran

Selanjutnya setelah dilakukan pra pelatihan yang dilanjutkan dengan menyusun desain pelatihan, langkah selanjutnya adalah melaksanakan pelatihan. Pelatihan Manajemen Pemasaran bagi anggota Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Kota Malang.

### Pembahasan

Pelatihan Manajemen Pemasaran bagi anggota Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Kota Malang, pelatihan ini adalah rekomendasi dari para pengurus dari Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja. Selanjutnya dari hasil pelatihan diatas harapannya dapat memberikan dasar dalam mengelola Manajemen Pemasaran bagi anggota Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja Kota Malang. Selain itu dapat memberikan dampak yang positif bagi pengelolaan keluarga ke depannya. Selanjutnya dari kegiatan ini nantinya dapat bermanfaat sebagai :

1. Masukan untuk mengembangkan program pengelolaan dan pengembangan keluarga
2. Masukan dalam kegiatan ini.

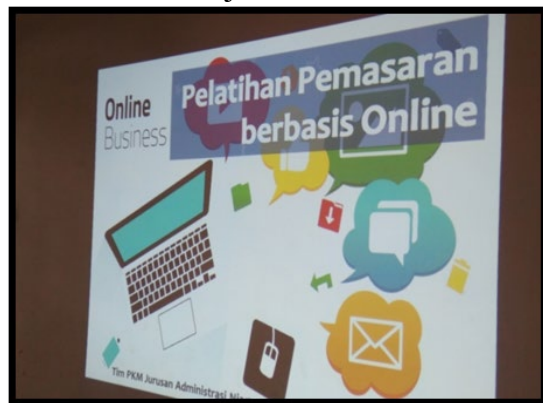
Dalam kegiatan ini, terdapat juga kekurangan-kekurangan yang perlu diperbaiki untuk pelatihan ke depannya :

1. Karena keterbatasan waktu dan tenaga, pelatihan ini diselenggarakan dalam waktu yang relatif singkat, padahal peserta sebenarnya sangat antusias untuk menggali lagi materi-materi mengenai Manajemen Pemasaran .
2. Jumlah peserta yang terbatas, hanya dibatasi sebanyak 1 (satu) Kelompok atau  $\pm 10$  orang,
3. Beberapa peserta belum dapat mempraktekkan materi yang disampaikan secara langsung karena keterbatasan waktu dan tenaga.

Berikut ini adalah beberapa dokumentasi kegiatan pelatihan manajemen Pemasaran Online yang telah dilakukan pada anggota Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja



Gambar 1. Sharing dan diskusi pengalaman dalam Manajemen Pemasaran



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan 1



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan 2



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan 3

## 5.SIMPULAN

### 5.1.Simpulan

Pelatihan yang diselenggarakan adalah pelatihan Manajemen Pemasaran yang

diikuti oleh anggota rumah tangga Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja di Kelurahan Bandung Rejosari Kota Malang, dengan materi sebagai berikut : Pentingnya Manajemen Pemasaran Perencanaan Pengeluaran Keuangan Keluarga,Praktek Pelaksanaan Manajemen Pemasaran ,Penilaian/ Pengawasan Keuangan Keluarga.

#### 5.2.Saran

Selanjutnya berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Para peserta pelatihan ketrampilan kerja sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini, harapannya dapat dilakukan pelatihan kembali secara berkesinambungan dengan materi berikutnya, misalnya Pelatihan Makanan Sehat bagi Keluarga.

#### 6.DAFTAR REFERENSI

- Arnesih. 2016 *Strategi Manajemen Keuangan Dalam Rumah Tangga (Berbasis Ekonomi Syariah )*. Historia, Volume 10, Februari
- Manullang. 1981. *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.
- Pearce dan Robinson. 1997. *Manajemen Strategik. (terjemahan Agus Maulana)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Syarifuddin, Hidayat.2012. *Analisis Manajemen Keuangan, Tekanan Ekonomi, Strategi koping dan Tingkat kesejahteraan Keluarga Nelayan di Desa Cikahuripan Kecamatan Cisolok Kabupaten Batang*. Skripsi di Institut Pertanian Bogor.

2. Menambah jumlah kuota peserta pelatihan yang mengikuti pelatihan
3. Waktu pelatihan ditambah kembali