

**PELATIHAN MANAJEMEN PEMASARAN MELALUI PHOTOROOM PADA UMKM DI
DESA BRAJA HARJOSARI, KEC. BRAJA SELEBAH, LAMPUNG TIMUR**

Pipit Afifah, Edi Jatmiko,
Moh. Abdur Rahman Wahid
Afifahpipit091@gmail.com
STAI Darussalam Lampung

Abstract

UMKM or micro, small and medium enterprises are the backbone of the Indonesian economy. It was proven in 1998 and 2008 that UMKM were strong in facing the economic crisis and were able to act as a safety valve for the economy during a crisis. Until now, the progress of UMKM has been paralleled by technological developments. Technology is developing very rapidly and is important for human life today. The aim of this Community Service (PKM) program is to provide knowledge and skills regarding marketing management to UMKM in Braja Harjosari Village. The specific target is to provide knowledge and skills to UMKM players in business development through training in improving marketing management through photoroom and can also increase the skills of training participants in the photoroom application. The method used in this service is a participatory method, where devotees and partners both participate from start to finish. The implementation stages start from photoroom supervision, evaluation stage. As a result of this training, MSME players know more about marketing management so they are better prepared to face increasingly fierce competition and can generate higher income. and through this marketing management training, UMKM understand more about promotional media.

Keywords: UMKM, Marketing Management, Photoroom.

A. Pendahuluan

UMKM atau usaha mikro kecil menengah merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Terbukti pada tahun 1998 dan 2008, UMKM kuat menghadapi krisis ekonomi dan mampu

menjadi katup pengaman perwkonomian saat krisis.¹ hingga saat ini kemajuan UMKM disejajarkan dengan perkembangan teknologi. Teknologi sangat berkembang pesat dan penting bagi kehidupan manusia saat ini. Setiap inovasi yang diciptakan agar dapat memberikan manfaat yang positif. Dalam era digital ini dunia UMKM sangat membutuhkan teknologi informasi yang dapat mengembangkan bisnisnya agar dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya, seperti digital marketing atau pemasaran yang sering menjadi pilihan para pelaku bisnis sebagai media pemasaran karena pengguna internet semakin meningkat di Indonesia.

B. Pembahasan

1) Kajian Teori

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta menyalurkan gagasan barang dan jasa untuk mendapatkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi. Adapun untuk mencapai pemasaran yang tepat perlu menganalisis terlebih dahulu faktor lingkungan. Kegiatan pelatihan manajemen pemasaran melalui photoroom pada UMKM Desa Braja Harjosari kecamatan Braja Seleh kabupaten Lampung Timur merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan sebagai wujud dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Braja Harjosari Kecamatan Braja Seleh Kabupaten Lampung Timur bagaimana melakukan pelatihan cara mengaplikasikan photoroom untuk menarik konsumen dengan tampilan produk yang lebih bagus.

Saat pemaparan cara pengaplikasian, mereka sangat antusias menyimak dengan seksama materi yang diberikan. ²Karena dengan melakukan pelatihan ini peserta akan menghasilkan foto-foto produk yang maksimal. selama ini para peserta pelaku UMKM belum tahu tentang adanya aplikasi photoroom ini. Sehingga setelah mendapatkan penjelasan tentang pentingnya penggunaan aplikasi tersebut, mereka tersadar akan pentingnya menggunakan photoroom sebagai media pemasaran mereka. Sebagaimana di akhir kegiatan dilaksanakan diskusi oleh peserta dan dari hasil diskusi ditemukan bahwa pelaku UMKM Di Desa Braja Harjosari mengalami kendala dalam mengenalkan produk kepada orang-orang yang mempunyai potensi untuk membeli produk yang dibuat dengan cara memberikan foto menu yang dibuat sedemikian, tetapi, produk yang difoto hanya menggunakan keahlian yang seadanya. Sehingga produk tersebut kurang optimal di mata pelanggan atau konsumen. Adapun program pengabdian masyarakat ini yang telah dilakukan ini dapat menambah pengetahuan akan pentingnya manajemen pemasaran yang diterapkan di Desa Braja Harjosari.

2) Metode Pengabdian

¹ Antonius, *Tantangan UMKM Indonesia*, 2020

Samsiana, Herlawati, Maimunah, *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Pandemi Covid 19*, *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (1), 51-62

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan melakukan kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM), metode yang digunakan dengan metode service learning yakni tim mendampingi peserta UMKM dalam pelatihan Photogram pembuatan flyer untuk memasarkan produk mereka atau untuk menarik pelanggan.

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini Tim PKM menentukan lokasi kegiatan PKM. Dan ditentukanlah di Desa Braja Harjosari. Kemudian melakukan survei, untuk mencari tahu jumlah Pelaku usaha kecil dan menengah di Desa Braja Harjosari. Karena banyak yang belum terdaftar, maka kami menentukan Peserta kegiatan ini adalah Pelaku UKM yang belum mendaftarkan Usaha mereka. selanjutnya survei lokasi kegiatan yaitu di kantor Desa dan melakukan koordinasi dengan kepala Desa, staff Desa untuk menentukan pelaksanaan kegiatan pelatihan agar pelatihan berjalan dengan baik.

b. Tahap Pelatihan /Pelaksanaan

Pada tahap Pelatihan Pada tahap pelatihan yang dilakukan tim Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PPKM) yaitu :

1. Kegiatan PKM dilaksanakan pada bulan 3 febuari 2023
2. Kegiatan dilapangan dengan melakukan kordinasi dengan pelaku usaha UMKM terkait penentuan tempat dan memberikan gambaran materi apa yang akan diberikan dengan begitu para peserta bias melakukan persiapan dengan matang.
3. Meningkatkan pengetahuan pelaku usaha UMKM tentang manajemen pemasaran dengan memberikan pemahaman serta melakukan pelatihan langsung berupa study kasus serta praktik langsung pada masing-masing usaha peserta sehingga dengan demikian teori yang diajarkan akan langsung diterapkan secara praktik sehingga kegiatan dilapangan benar-benar lansung bermanfaat dan tepat sasaran
4. Pelatihan dengan mengaplikasikan Photogram sebagai bahan promosi
5. Sebelum kegiatan berakhir, kami melakukan diskusi Tanya jawab sehingga apa yang kami sampaikan dapat dipahami dan dimengerti dan bisa diaplikasikan. Sehingga apa yang kami sampaikan dan berikan dapat memberikan manfaat untuk peserta kegiatan PKM ini.

c. Kesimpulan

Dari kegiatan pelatihan manajemen pemasaran melalui photoroom UMKM di Desa Braja Harjosari harapannya peserta pelaku UMKM mengetahui lebih banyak tentang manajemen pemasaran sehingga lebih siap dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. dan melalui pelatihan manajemen pemasaran ini pelaku UMKM lebih paham tentang media promosi.





Daftar Pustaka

Antonius, *Tantangan UMKM Indonesia*, 2020

Samsiana, Herlawati, Maimunah, *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Pandemic Covid 19*, *Jurnal sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (1), 51-62



© 2019 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).