



## Pemberdayaan Perempuan Bidang Pemasaran Untuk Produk Usaha Kecil Di Rukun Warga (RW) VI Kelurahan Sampangan, Kecamatan Gajah Mungkur Kota Semarang

### *Empowerment of women in the field of Marketing for Small Business Products in Rukun warga (RW) VI, Sampangan district, Gajah Mungkur district, Semarang City*

Ali Maskur<sup>1\*</sup>

Sri Nawatmi<sup>2</sup>

Purwatingtyas<sup>3</sup>

Askar Yuniarto<sup>4</sup>

Mulyo Budi S<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Stikubank,  
Semarang, Jawa Tengah,  
Indonesia

\*email:  
maskur@edu.unisbank.ac.id

#### Abstrak

World Economic Forum (WEF) telah merilis Global Gender Gap Report 2022. Laporan tersebut mengkaji adanya ketimpangan gender di empat bidang, yaitu, pemberdayaan politik, partisipasi dan peluang ekonomi, pencapaian Pendidikan serta Kesehatan dan kelangsungan hidup. Dalam laporan WEF tahun ini, Indonesia secara umum memperoleh skor GII sebesar 0,697 dan berada pada peringkat 92 dari 146 negara. Tujuan pengabdian ini untuk membantu pemberdayaan perempuan melalui kegiatan sosialisasi mengenai pemasaran produk usaha kecil guna meningkatkan peran mereka dalam membantu ekonomi keluarga. Pemahaman tentang pemasaran dan strateginya diharapkan akan memotivasi ibu-ibu RW VI Kelurahan Sampangan, Kecamatan Gajah Mungkur, Kota Semarang, untuk masuk dalam dunia usaha. Pemahaman tentang pemasaran produk sangat penting untuk meningkatkan pendapatan dari usaha yang akan dilakukan.

#### Kata Kunci:

Produk Usaha Kecil  
Pemberdayaan Perempuan  
Pemasaran  
Kelurahan Sampangan

#### Keywords:

Small Business Products  
Women empowerment  
Marketing  
Sampangan district

#### Abstract

The World Economic Forum (WEF) has released the Global Gender Gap Report 2022. The report examines gender inequality in four areas, namely, political empowerment, economic participation and opportunities, educational attainment and health and survival. In this year's WEF report, Indonesia generally obtained a GII score of 0.697 and was ranked 92nd out of 146 countries. The aim of this service is to help empower women through outreach activities regarding the marketing of small business products in order to increase their role in helping the family economy. It is hoped that an understanding of marketing and its strategies will motivate the women of RW VI, Sampangan Village, Gajah Mungkur District, Semarang City, to enter the business world. Understanding product marketing is very important to increase income from the business that will be carried out.



## PENDAHULUAN

Hasil sensus penduduk 2020 mencatat jumlah penduduk laki-laki di Indonesia sebanyak 136,66 juta orang, atau 50,58 persen dari penduduk Indonesia. Sementara, jumlah penduduk perempuan di Indonesia sebanyak 133,54 juta orang, atau 49,42 persen dari penduduk Indonesia (Mahdi, 2021). Hal tersebut menunjukkan potensi yang besar dari perempuan dalam dunia kerja.

Seperti diketahui Bersama bahwa Upaya pemberdayaan perempuan perlu selalu dilakukan baik oleh pemerintah maupun masyarakat. Masalah yang sering muncul dan dihadapi para pelaku usaha kecil adalah meningkatnya harga bahan baku, sumberdaya manusia yang terbatas, masalah permodalan, kurangnya sarana dan prasarana, yang terakhir kurangnya akses pemasaran produk (Priyatna, 2023). Masalah permodalan sudah banyak dilakukan oleh pemerintah,

mulai dari program KUR sampai dengan paket kebijakan yang berpihak pada usaha kecil menengah.

Jadi usaha pemberdayaan yang akan kita lakukan sebagai wujud pengabdian pada masyarakat adalah masalah yang ke lima yaitu akses pemasaran, karena pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam penjualan produk. Sebagus apapun produk yang dihasilkan kalau salah dalam memasarkan akan berakibat pada kegagalan penjualan. Padahal penjualan produk merupakan sumber pendapatan suatu usaha.

Pemberdayaan perempuan berarti menyiapkan perempuan untuk mendapat kesempatan/peleluang pengetahuan dan keahlian untuk meningkatkan kapasitas diri perempuan dalam menentukan masa depan mereka serta untuk berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan dalam komunitasnya. Ketika perempuan mampu bergerak dalam sektor riil dengan memiliki atau bergabung dalam kewirausahaan, disertai dengan kemampuan tehnik dan pengelolaan kewirausahaan tersebut tanpa meninggalkan fungsinya dalam keluarga dan rumah tangga, ditambah dengan kemampuan mengeliminasi kendala yang ada serta didukung oleh pihak yang terkait, maka akan muncul kekuatan ekonomi yang besar. Jika hal itu terjadi, maka akan mengelaborasi kesulitan perekonomian bangsa seperti saat ini. Akan tetapi di sisi lain, realita menunjukkan bahwa peran perempuan dalam kewirausahaan masih lemah.

Pemasaran itu sendiri adalah aktivitas mempercepat perpindahan barang maupun jasa yang dijual dari produsen atau distributor hingga ke tangan konsumen (Idris, 2021). Menurut investopedia, pemasaran adalah sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk.. Dengan demikian, pemasaran meliputi, periklanan, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain. Tujuan dari pemasaran itu sendiri adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.

Berdasar observasi dan wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa wilayah RW (Rukun Warga) VI Kelurahan Sampangan, Kecamatan Gajah Mungkur, kebanyakan adalah ibu rumah tangga sehingga banyak waktu luang yang dimiliki. Adanya waktu luang, sebenarnya memberi kesempatan yang lebih banyak untuk mengisi waktu dengan kegiatan lebih bermanfaat. Kegiatan yang bermanfaat bukan hanya dari sisi ekonomi tetapi juga psikologis maupun kesehatan. Dengan adanya program pengabdian ini diharapkan warga RW VI Kelurahan Sampangan, Kecamatan Gajah Mungkur nantinya akan memiliki kemampuan untuk memasarkan produk usaha kecil, jika ibu-ibu tersebut akan terjun ke dunia bisnis untuk menambah pendapatan keluarga.

## **METODE**

Pada kegiatan yang akan dilakukan dalam pengabdian ini meliputi tiga tahapan: 1). Tahap Pra Pelatihan Kegiatan pra pelatihan ini dilakukan dengan koordinasi dengan mitra berkaitan dengan tujuan untuk menggali permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra serta mencaraiakan solusi terbaik berdasarkan kondisi mitra. 2). Tahap Pelatihan Kegiatan pelatihan/workshop merupakan kegiatan sosialisasi dan penyampaian materi tentangmenunmbuhkan jiwa wirausaha dan pelatihan di bidang pemasaran. Tahap Pasca Pelatihan Pada tahap ini, fokus kegiatan yang dilakukan dengan melakukan monitoring hasil pelaksanaan pelatihan bagi ibu ibu PKK RW VI kelurahan Sampangan , serta menyusun program lanjutan yang diperlukan untuk pengembangan usaha (Kusjono et al., 2021).

Pemberdayaan perempuan dalam mengembangkan keberlangsungan usaha dengan adanya sumber daya manusia (SDM) yang handal untuk mengelola data dan membuat program-program strategis yang mampu bersaing secara profesional, kemudian dapat mengaplikasikan berbagai teknologi terbaru dalam menerapkan sistem pengembangan dan

pembinaan koperasi dan mampu menganalisis kebutuhan permodalan, pemasaran (distribusi) secara elektronik (e-commerce). Untuk mencapai target tersebut tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melakukan langkah-langkah sebagai metode implimentasi program yaitu: (1) identifikasi kebutuhan dengan melakukan survei ke lokasi rencana kegiatan kita menganalisa dan mendiskusikan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dan yang menjadi prioritas saat ini, dan kemudian kita lakukan diskusi lebih lanjut untuk mencocokkan dengan program saat ini dan coba berikan alternatif solusi untuk masa datang. (2) merancang sebuah system informasi manajemen mulai dari memilih metode, platform yang sesuai, membangun sistem pemograman, (3) pendampingan operasional yaitu memberikan pengetahuan konsep pemasaran dan mengimplementasikan sistem informasi Pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pemberdayaan Perempuan bidang Pemasaran untuk Produk Usaha Kecil di RW 06 Kelurahan Sampangan. Kegiatan ini diawali oleh menumbuhkan jiwa berwirausaha untuk dapat memasarkan produk usaha yang dihasilkan. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu:

- a) Pelatihan dan pengembangan ketrampilan, memberikan pelatihan kepada perempuan dalam hal pemasaran, termasuk strategi penjualan, branding dan manajemen keuangan. Ini akan meningkatkan ketrampilan mereka dalam memasarkan produk usaha kecil.
- b) Akses informasi dan Teknologi, membantu ibu ibu PKK RW VI untuk memperoleh akses informasi dan teknologi, termasuk pemanfaatan internet untuk pemasaran online, e-commerce, dan media sosial.
- c) Pembentukan kelompok usaha, organisasi masuk dalam kelompok kelompok usaha untuk saling mempromosikan kolaborasi, saling mendukung dan berbagi sumber daya dalam hal pemasaran.
- d) Penggunaan jaringan dan Kemitraan, membantu perempuan dalam membangun jaringan dengan pemangku kepentingan terkait, seperti pedagang lokal, pengecer atau pelanggan potensial. Kemitraan ini dapat meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.
- e) Pemasaran Digital, mengajarkan ibu ibu PKK tentang pemasaran digital, termasuk pembuatan situs web sederhana, pemanfaatan platform media sosial, dan penggunaan iklan online untuk meningkatkan jangkauan produk mereka.
- f) Branding yang kuat, mendorong ibu ibu PKK untuk mengembangkan merek yang kuat untuk produk mereka. Ini dapat melibatkan desain kemasan yang menarik, cerita yang meyakinkan dan penekanan pada kualitas produk.
- g) Pemberdayaan Finansial, menyediakan akses ke sumber daya finansial, seperti pinjaman mikro atau pelatihan manajemen keuangan agar ibu ibu PKK dapat mengelola dan mengembangkan usaha mereka.
- h) Partisipasi dalam event dan pameran, mendorong ibu ibu PKK untuk berpartisipasi dalam event dan pameran, lokal atau regional. Ini akan memberikan kesempatan untuk memperluas jejaring, memperkenalkan produk dan meningkatkan visibilitas bisnis.
- i) Pelatihan ketrampilan komunikasi, mem berikan pelatihan komunikasi yang efektif agar ibu ibu PKK dapat memasarkan produknya dengan percaya diri kepada pelanggan potensial.
- j) Edukasi pasar dan analisis persaingan, membantu ibu-ibu PKK memahami pasar mereka, analisis pesaing, dan tren konsumen. Pengetahuan ini dapat membantu mereka mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.
- k) Sertifikasi produk dan standarisasi, membantu ibu ibu PKK dalam mendapatkan sertifikasi

produk yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Standarisasi produk juga penting untuk memenuhi persyaratan pasar.

- l) Pemberdayaan melalui penghargaan, Menyediakan penghargaan atau pengakuan bagi ibu ibu PKK yang berhasil dalam pemasaran produk usaha kecil. Ini dapat memberikan motivasi tambahan dan membangun semangat kompetitif. Pemberdayaan perempuan dalam pemasaran tidak hanya mendukung pertumbuhan usaha mereka tetapi juga berkontribusi pada peningkatan peran perempuan dalam ekonomi lokal.

Adapun strategi pemasaran yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk usaha kecil: Pahami pasar dan pelanggan, Branding yang kuat, online presence, media sosial, pemasaran konten, SEO, email marketing, promosi dan diskon, Kolaborasi kemitraan, Pemasaran mundur (backward marketing), pemasaran dan event lokal, evaluasi dan analisis.



**Gambar 1.** Foto kegiatan pengabdian

## SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini berupa penyampaian materi dan memberikan pemahaman dan pemberdayaan perempuan terutama ibu ibu PKK di lingkungan RW VI kelurahan Sampangan tentang Pemasaran. Strategi pemasaran sangatlah diperlukan terutama dalam menjual produk yang dihasilkan oleh ibu ibu PKK. Kemampuan komunikasi mejadi penting dalam memasarkan produknya, sehingga ibu ibu perlu dilatih dan praktek dalam berkomunikasi yang menarik. Dukungan teknologi sangat diperlukan untuk mendukung agar hasil bisa maksimal. Jejaring sangat diperlukan utamanya agar bisa semakin luas dalam memasarkan produk. Peran sosial media dibutuhkan sebagai alat untuk menginformasikan dan mempromosikan tentang produk yang sudah dihasilkan ibu ibu PKK. Mulai membentuk grup di whatshaps (WA), Line, instragram, twitter, telegram atau media yang lain. Dengan semakin aktif di media sosial dan jejaring yang semakin banyak akan menguntungkan seseorang dalam memasarkan produknya.

## SIMPULAN

Dengan berakhirnya kegiatan pengabdian ini diucapkan terima kasih kepada ketua PKK Rukun Warga (RW) VI Kelurahan Sampangan, Kecamatan Gajah mungkur, Semarang yang telah bersedia untuk bekerjasama pada kegiatan pengabdian, menyediakan waktu, dokumen PkM yang diperlukan, dan pemberian

ijin kepada anggotanya yaitu ibu ibu PKK RW VI sebagai peserta pelatihan. Kemudian kepada pimpinan Universitas Stikubank(Unisbank), DPPMP Unisbank dan Fakultas Vokasi Unisbank yang telah mendanai pelatihan, menyediakan ST, Ruang pelatihan, anggota tim yg bekerjasama.

## REFERENSI

- Mahdi, M. Ivan. 2021. Siapa Bilang Penduduk Perempuan Lebih Banyak?. DataIndonesia.id.
- Pahlevi, Reza. 2022. Indeks Ketimpangan Gender Indonesia, Terburuk di Bidang Politik. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/18/indeks-ketimpangan-gender-indonesia-terburuk-di-bidang-politik>.
- World Data Atlas. 2022. Indonesia- Global Gender gap Index, <https://knoema.com/atlas/Indonesia/topics/World-Rankings/World-Rankings/Global-gender-gap-index>.
- Kompas. 2022. Ketimpangan Gender Di Indonesia Masih Cukup Besar. <https://money.kompas.com/read/2022/04/21/183700126/sri-mulyani--ketimpangan-gender-di-indonesia-masih-cukup-besar?page=all>.
- Priyatna, Slamet Adi. 2023. Strategi Pemasaran UMKM dengan Menggunakan Teknologi Informasi. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Pratama, Ubaidillah. 2020. 5 Tips Digital marketing Untuk Usaha Kecil. <https://blog.modalku.co.id/>
- Purwatingtyas Purwatingtyas , Retnowati Retnowati , Sri Mulyani, Askar Yuniarto, Pelatihan Manajemen Keuangan Sebagai Peningkatan Daya Saing Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Sampangan, Ikraith Abdimas, Vol 6, No 1, halaman 38-46, Maret 2023.