



PERANAN PROMOSI MELALUI KONSEP *PERSONAL SELLING* TERHADAP PENGEMBANGAN PRODUK HERBAL

Fitria Megawati¹⁾, Ni Luh Kade Arman Anita Dewi²⁾, Ni Putu Dewi Agustini³⁾ I Putu Tangkas Suwantara⁴⁾, Debby Juliadi⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Fakultas Farmasi, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: fitriamega83@unmas.ac.id¹, armannita@unmas.ac.id², dewiagustini789@unmas.ac.id³
tangkas.suwantara@unmas.ac.id⁴ debbyjuliadi@unmas.ac.id⁵

ABSTRAK

Latar belakang dalam pengabdian ini adalah bagaimana meningkatkan produktivitas sumber daya manusia khususnya pada Warga Binaan di Lembaga Permasarakatan (Lapas) khususnya pada Warga Binaan Perempuan (WBP) khususnya di Lapas II Denpasar. Upaya nyata peningkatan kapasitas ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan tentang promosi melalui konsep *personel selling* terhadap pengembangan produk herbal pada suatu produk khususnya pada produk yang terbuat dari herbal sehingga bisa berdaya saing dan berguna bagi para warga binaan setelah selesai menjalani masa binaan. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan tentang promosi melalui konsep *personal selling* terhadap pengembangan produk herbal pada warga binaan Perempuan di Lapas Perempuan Kelas II Denpasar. Metode pada pengabdian ini adalah dengan melakukan pelatihan marketing mix dalam bidang pemasaran. Ini sangat penting dilakukan dan dapat diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan. Kegiatan pelatihan dengan *Small Group Discussion* (SGD) dan sesi diskusi atau tanya jawab untuk mengetahui efektifitas pengabdian ini. Hasil yang menjadi target dalam pengabdian ini adalah peningkatan kapasitas khususnya pada pengetahuan dan pemahaman akan informasi dalam hal promosi produk herbal yang menitikberatkan pada prinsip promosi dengan konsep *personal selling*. Simpulan dari pengabdian ini adalah promosi personal selling sangat berperan dalam pengembangan produk herbal.

Kata Kunci: personal selling, produk herbal, promosi

PENDAHULUAN

Warga binaan permasarakatan tersebut adalah narapidana perempuan yang menghuni LAPAS Perempuan Kelas IIA Denpasar. Data yang teregistrasi saat ini warga binaan merupakan narapidana dari kasus narkotika, korupsi, kriminal, dan perlindungan anak. Lapas Perempuan Kelas IIA Denpasar memiliki potensi yang tinggi untuk pemberdayaan sumber daya manusia menjadi sumber daya manusia yang unggul, kreatif sehingga terwujud usaha mandiri dan ekonomi kreatif. Pengabdian serupa juga pernah dilakukan oleh Sari Melati (Sari Melati et al., 2020) dimana pelatihan marketing menjadi bekal bagi warga binaan untuk meningkatkan hasil penjualan.. Penelitian (Wijandari and Sumilah, 2021)pun sudah membuktikan bahwa dengan mengetahui pemasaran memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk karena sekarang ini, masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat



meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline (Eri Werdani et al., 2020), (Sari Melati et al., 2020). Pada pengabdian ini peranan promosi melalui konsep personal selling terhadap pengembangan produk herbal sangat penting (Bauran Pemasaran et al., n.d.) :

a. *Produk*,

Produk –produk yang dipasarkan sebahagian besar adalah produk yang warga binaan buat dari hasil pengabdian berkelanjutan, khususnya produk dari tanaman herbal.

b. *Price*

Menentukan harga, adalah tahapan yang harus dilakukan setelah barang dan biaya produksi diketahui. Faktor – faktor yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga.

c. *Promosi*

Mempromosikan produk agar dikenal dan dibeli oleh konsumen serta membujuk para konsumen membeli barang tersebut. Promosi sangatlah erat kaitannya dengan penjualan sehingga dengan dilakukannya promosi maka akan berdampak pada tingkat penjualan produk di perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin efektif promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi pula tingkat penjualan produk di perusahaan. Cara promosi dapat dilakukan melalui berbagai macam salah satunya adalah melalui personal selling atau penjualan langsung oleh marketing terhadap calon konsumen potensial. Promosi melalui *personal selling* perlu dilakukan secara berkala karena itu perusahaan dituntut untuk dapat melaksanakan promosi dengan tepat agar dapat diterima oleh konsumen dan dapat meningkatkan penjualan produk seperti yang diharapkan oleh perusahaan

d. *Place*

Artinya menyebarkan produk ke berbagai tempat. Apabila pasaran bersifat lokal, yaitu meliputi daerah di sekitar tempat memproduksi, pemasaran akan dilakukan sendiri oleh produsen (Pratiwi, 2022). Pertimbangan biaya dan kerumitan kegiatan pemasaran merupakan faktor terpenting yang akan menentukan apakah sesuatu perusahaan akan memasarkan sendiri atau menyerahkannya kepada pihak lain. Apabila biaya pemasarannya relative murah dan mudah dijalankan, perusahaan cenderung untuk memasarkan sendiri barang yang dihasilkan (Harisudin, 2019; Karinda et al., 2018)

Persoalan Mitra

Mitra dalam pengabdian ini adalah warga binaan perempuan di Lapas Kelas II Denpasar yang termasuk dalam mitra yang tidak produktif secara ekonomi atau sosial. Dalam hal ini persoalan mitra antara lain

1. Warga binaan perempuan merupakan salah satu sumber daya manusia yang yang



merupakan hal penting dalam membangun bangsa, sehingga perlu mendapatkan ketrampilan pembekalan dan pelatihan sebagai bekal setelah menjalani masa binaan.

2. Warga binaan perempuan dapat kembali ke masyarakat dengan daya saing untuk dapat memperoleh penghasilan dengan memiliki strategi pemasaran.

METODE

Pada pengabdian kepada masyarakat ini yang menjadi target kegiatan adalah warga binaan perempuan di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas IIA Kota Denpasar yang masih tinggal menjalani masa hukuman. Hal ini dimaksudkan sebagai bentuk pembekalan kapasitas bagi mereka sebelum keluar dari LAPAS untuk berperan sebagai warga negara bebas dalam keluarga dan masyarakat. Sebagai langkah awal, tim pelaksana kegiatan melakukan kunjungan ke LAPAS sebanyak 2 (dua) kali untuk memahami kondisi dan kebutuhan penghuni, melakukan koordinasi dengan unsur yang relevan untuk mempersiapkan pelaksanaan kegiatan, serta melakukan pemilihan calon peserta. Warga binaan perempuan yang mengikuti pelatihan adalah warga binaan yang memenuhi syarat dan bersedia mengikuti pelatihan berhasil yang sudah diidentifikasi oleh pihak LAPAS. Kegiatan pertama dalam pengabdian ini adalah melakukan kerjasama dengan mitra, kemudian mempersiapkan bahan dan materi untuk pelaksanaan kegiatan. Persiapan bahan berupa contoh referensi atau literatur, video untuk edukasi, leaflet pengumuman, pertanyaan survey dan bahan lain yang diperlukan untuk mendukung kegiatan pengabdian. Persiapan materi dilakukan dengan cara studi *literature* dari beberapa jurnal pengabdian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Lenawati et al., 2017) metode penyuluhan individu dengan media informasi berupa leaflet akan mempengaruhi hasil dan pengetahuan dari mitra. Leaflet ini akan diberikan pada mitra pada saat dilakukan pelatihan. Selain itu, sebelum dan setelah dilakukan sosialisasi akan dilakukan penilaian berupa pretest dan posttest dimana termasuk dalam jenis pengukuran penelitian *pre experimental one group pretest and posttest* (Wahyu Jatmiko et al., n.d.), dan sesi diskusi atau tanya jawab untuk mengetahui efektifitas pengabdian ini. Untuk penyuluhan pengabdian ini dengan memberikan PPT dan video edukasi dan diberikan contoh alat peraga untuk membantu pemahaman dan pengetahuan mitra. Program selanjutnya dilakukan monitoring dan evaluasi bagaimana efektif dari penyuluhan tersebut berupa diskusi dan tanya jawab apakah informasi yang didapat sudah diperaktekan. Mitra juga diberikan pendampingan untuk mendapatkan informasi selanjutnya yang diperlukan berkaitan dengan bidang kesehatan khususnya pada bidang pemasaran



Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Persiapan Kerjasama Dengan Mitra

Tim pengusul menghubungi mitra dan melakukan pertemuan untuk membahas manfaat dan tujuan pengabdian ini, dan membuat kesepakatan kerjasama dengan mitra. Mitra mengisi surat pernyataan kesediaan kerjasama.

2. Penetapan waktu dan jadwal pengabdian

Kegiatan penyuluhan akan dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan media audiovisual

3. Persiapan Bahan/Materi Pengabdian.

Pada proses ini dilakukan persiapan bahan-bahan dan media sosialisasi seperti pertanyaan survey, leaflet dan video edukasi sebagai sumber informasi. Penyusunan materi penyuluhan dengan menggunakan power point.

4. Penyuluhan Tahap Pertama

Pada kegiatan ini dilakukan pembekalan pengetahuan tentang teori pemasaran dalam hal ini berkaitan dengan marketing mix. Sebelum dilakukan pelatihan diberikan pertanyaan untuk mengetahui seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman warga binaan perempuan tentang materi yang akan disampaikan. Pada akhir pelatihan akan diberikan kuesioner kembali dengan isi pertanyaan yang sama untuk mengukur tingkat pengetahuan dan pemahaman pada materi yang sudah diberikan.

5. Pelaksanaan

Pelaksanaan ceramah interaktif beserta tanya jawab selama 1-2 jam

6. Monitoring dan Evaluasi

Pada kegiatan ini dilakukan monitoring dan evaluasi terkait dengan materi yang sudah diberikan. Dapat berupa diskusi, tanya jawab ataupun pengalaman praktik yang sudah dilakukan, dan dokumentasinya. Dilakukan penilaian pada pretest dan posttest.

Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pengabdian ini ialah menjadi pendengar sekaligus pelaku dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Target utama dalam pengabdian ini ialah warga binaan perempuan di Lapas kelas II Denpasar, dimana diharapkan setelah dilakukan pengabdian ini para warga binaan semakin mengetahui dan paham akan konsep *personal selling* yang



mendukung pemasaran produk yang sudah dibuat sehingga dapat membekali warga binaan setelah menjalani masa binaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di lapas Perempuan kelas IIA Denpasar dengan tema "Peranan Promosi melalui Konsep Personal Selling terhadap Pengembangan Produk Herbal Di Lapas Perempuan Kelas II A Denpasar" yang dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa bersama warga binaan perempuan di lapas kelas IIA Denpasar. Warga binaan yang mengikuti pengabdian adalah sejumlah 15 orang dan pengabdian dilakukan pada hari Selasa, tanggal 30 Juli 2024. Pengabdian diawali dengan sambutan oleh Dekan Fakultas Farmasi dan sambutan Kepala Lapas Perempuan, dimana kegiatan ini sangat diapresiasi sebagai bentuk kepedulian dari Fakultas Farmasi kepada warga binaan di lapas Perempuan. Pengabdian ini berjalan lancar dan sangat interaktif.

Permasalahan terkait perlunya peningkatan kapasitas warga binaan dalam hal ketrampilan pembuatan produk herbal sebagai pembekalan dan kurangnya pengetahuan akan konsep promosi dimana salah satu contohnya adalah konsep *personal selling* pada warga binaan perempuan menjadi pertimbangan dasar dalam melakukan pengabdian tersebut. Dalam pengabdian dilakukan juga diskusi dan tanya jawab yang berkaitan dengan materi yang diberikan. Konsep personal selling juga diberikan dengan menggunakan teknik contoh secara langsung yaitu dengan menyampaikan jenis jenis *personal selling*, teknik *personal selling* dan contoh dari *personal selling* (Riwayat Abadi et al., 2024). Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini juga memberikan ilmu dan pemahaman tentang pemanfaatan informasi dan teknologi digital sebagai strategi promosi suatu usaha khususnya usaha yang berhubungan dengan pembuatan produk herbal, serta dengan adanya pelatihan yang dilakukan tersebut dapat memperkenalkan warga binaan akan konsep *personal selling* juga untuk memberikan wawasan akan banyaknya peluang untuk berwirausaha dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri setelah keluar dari lapas. Seiring perkembangan teknologi saat ini yang sangat dinamis dan pesat, digital marketing menjadi salah satu kegiatan promosi yang efektif sehingga perlu dimanfaatkan dengan baik. Warga binaan diharapkan mampu dan dapat memahami pentingnya mengetahui konsep promosi *personal selling* dan bagaimana pemanfaatan teknologi digital mendukung promosi untuk menciptakan peluang usaha sendiri dan mempromosikan usaha tersebut.



Promosi (iklan) termasuk dalam suatu komponen sistem marketing yang tujuannya untuk mengenalkan produk atau jasa yang dibuat sehingga dapat membantu tercapainya target sales entitas bisnis. Dalam kegiatan promosi (iklan) tentunya akan muncul sebuah biaya yang disebut biaya promosi. Cost atau biaya adalah sebuah pengeluaran yang diukur dalam satuan moneter untuk mencapai capaian bisnis (Widyawati and Iqbal Fasa, 2022). Promosi adalah salah satu jenis komunikasi yang bertujuan untuk memberikan deskripsi untuk membuat konsumen/pembeli yakin terhadap suatu produk yang dijual oleh entitas bisnis (Riwayat Abadi et al., 2024).

Pelatihan tersebut pun diharapkan agar para warga binaan dapat berkontribusi serta mengembangkan kreativitasnya yang nantinya akan menguntungkan dan dapat diterapkan dalam dunia bisnis dan juga dapat memunculkan motivasi untuk berbisnis, khususnya dalam hal pengembangan produk herbal dan dapat memanfaatkan ilmu pemasaran yaitu promosi *personal selling* untuk memasarkan produk tersebut. Untuk menyikapi hal tersebut membutuhkan orang-orang yang memiliki jiwa berwirausaha dan melek terhadap perkembangan teknologi serta bijak dalam penggunaan internet. Oleh karena itu, semakin banyaknya informasi yang diperoleh para warga binaan diharapkan mereka mampu memanfaatkan pengetahuan marketing dan pemanfaatan teknologi digital saat ini sebagai wadah kegiatan yang menghasilkan dan mau berkontribusi serta mengembangkan kreativitasnya, maka semakin terbuka pula lapangan pekerjaan baru, sehingga dapat meningkatkan perekonomian warga binaan. Kendala yang dihadapi adalah kesulitan bagi kami tim pengabdian untuk dapat memonitoring warga binaan yang sudah bebas untuk memastikan apakah mereka dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh saat dilakukan pengabdian dan mengetahui kendala yang warga binaan alami berkaitan dengan konsep *personal selling* dalam promosi yang sudah dipaparkan. Kendala tersebut setidaknya dapat kami atasi dengan memberikan kontak kami tim dosen kepada penanggung jawab di lapas tersebut jika nanti saat warga binaan sudah bebas dan akan melakukan kegiatan warga binaan sudah bebas dan akan melakukan kegiatan seperti yang dalam pengabdian kami sampaikan bisa menghubungi kontak kami.

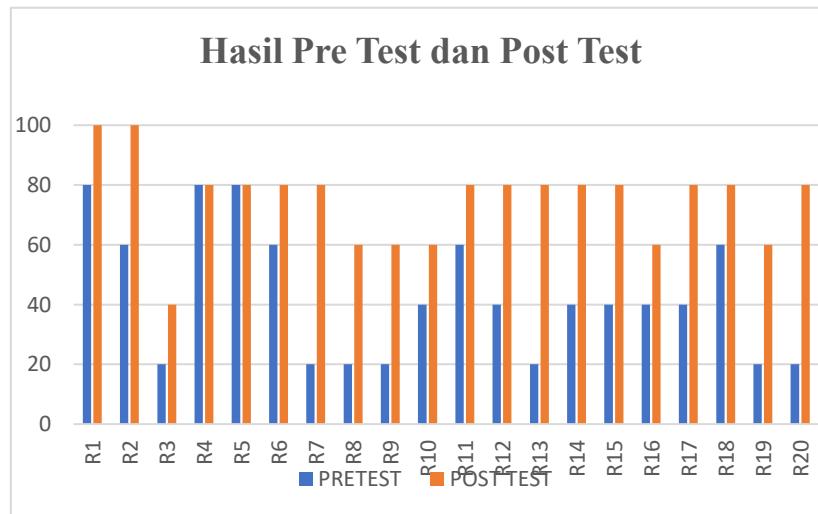




Gambar 1. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan

Peningkatan kapasitas yang ditunjukkan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan adanya pemberian pretest dan posttest juga adanya diskusi dengan warga binaan mengenai presentasi materi yang sudah diberikan, melalui pemberian pertanyaan tentang materi dan peserta dapat menjawab pertanyaan dan dilanjutkan diskusi jika ada pertanyaan yang berkaitan dengan materi pengabdian kepada masyarakat yang diberikan. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan dengan menggunakan diskusi setelah pemberian materi berdampak positif pada peningkatan pengetahuan peserta. Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengalami persentase peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang materi *Personal Selling* dilihat dari nilai pretest dan posttest para responden di diagram 1. Peningkatan nilai post test dapat menggambarkan peningkatan pemahaman responden dalam hal ini warga binaan terhadap materi *Personal Selling*.

Gambar 7.1 Gambar Hasil Pre Test dan Post Test



SIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di lapas Perempuan kelas IIA Denpasar sudah berjalan dengan baik.



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Fakultas Farmasi Universitas Mahasaraswati Denpasar untuk pendanaan hibah internal pengabdian kepada Masyarakat dan seluruh pihak yang membantu dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Bauran Pemasaran, S., Sefti Adhaghassani, F., Purwanti, S., n.d. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery.
- Eri Werdani, R., Imani Kurniawati, N., Bhimo Sukoco, J., Windriya, A., Iskandar, D., Pemasaran, M., Perkantoran, A., Perusahaan, A., Publik, K., Universitas Diponegoro Jl ProfSoedharto, S., 2020. Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media Training Of Marketing Homemade Product Through Social Media 1) 4.
- Harisudin, M., 2011. Competitive Profile Matrix Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk Atau Jasa 7, 80–84.
- Karinda, M.V.A., Mananeke, L., Roring, F., 2018. The Influence Of Marketing Strategy And Product Innovation On Marketing Performance Of Indihome Product Of Pt.Telkom In Tomohon, Pengaruh Strategi 1568 Jurnal EMBA.
- Lenawati, R., Kesehatan, T.M., Usu, M., 2017. Pengaruh Komunikasi, Informasi, Dan Edukasi (Kie) Melalui Media Leaflet Dan Video Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Remaja Tentang Paparan Pornografi Di Smp Negeri 1 Sidamanik Kec. Sidamanik Kab. Simalungun Tahun 2016. Jumantik (Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan) 3, 44–64. <https://doi.org/10.30829/JUMANTIK.V3I1.1216>
- Pratiwi, A., 2022. Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix Bagi Pengusaha Rafida Batik Peningkatan Penjualan Di Masa Pandemi Covid 19
- Riwayat Abadi, R., Ikhwan Maulana Haeruddin, M., Yushar Mustafa, M., Umar Data, M., Nurjannah, N., 2024. Kajian Literatur: Strategi Personal Selling Melalui Relationship Marketing Pasca Pandemi COVID-19.
- Sari Melati, I., Mudrikah, S., Kurnia Pitaloka, L., Pendidikan Ekonomi, J., Ekonomi, F., 2020. Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan Optimization of Digital Marketing Practices to Improve Product Sales of Inamtes in the Productive Prison, Jurnal Panrita Abdi.
- Wahyu Jatmiko, S., Romanda, F., Alim Abdulmajid Hidayatulloh, M., n.d. Pengaruh Penyuluhan Metode Ceramah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Penyakit Tuberkulosis 2, 1–7.
- Widyawati, S., Iqbal Fasa, M., 2022. Analisis Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Produk Perbankan Syariah. Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi 1, 1–14.
- Wijandari, A., Sumilah, N., 2021. Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani 1, 61–64.