

## LAPORAN PENGABDIAN

### SOSIALISASI MANAJEMEN MARKETING ONLINE MENGGUNAKAN BLOG PADA UMKM JASA PENJAHIT BAJU DI PASAR PADAYUNGAN KOTA TASIKMALAYA



Oleh :

Lia Yulia.,ST.,M.M.  
Irfan Faris Rudiana, S.E.,M.Ak

DIBIYAI OLEH LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA  
MASYARAKAT UNIVERSITAS GALUH TAHUN ANGGARAN 2018

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS GALUH  
DESEMBER, 2018

## LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN

### LAPORAN PENGABDIAN DENGAN PENDANAAN LPPM UNIGAL

---

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. Judul Pengabdian            | : SOSIALISASI MANAJEMEN MARKETING ONLINE MENGGUNAKAN BLOG PADA UMKM JASA PENJAHIT BAJU DI PASAR PADAYUNGAN KOTA TASIKMALAYA. |
| <hr/>                          |  |
| 2. Ketua Pelaksana             |  |
| a. Nama Lengkap dan Gelar      | : Lia Yulia.,ST.M.M.   |
| b. Jenis Kelamin               | : P  |
| c. Golongan/Pangkat/NIK        | : III b/Penata Muda Tk. I/03.3112770549  |
| d. Jabatan Fungsional          | : Asisten Ahli   |
| e. Sedang Melakukan Pengabdian | : Tidak  |
| f. Fakultas/Program Studi      | : Ekonomi/Manajemen  |
| g. Bidang Keahlian             | : Teknologi Informasi, Perencanaan & Pengembangan MSDM   |
| <hr/>                          |  |
| 3. Personalia                  |  |
| a. Jumlah Anggota Pelaksana    | : 1 orang  |
| b. Jumlah Pembantu Pelaksana   | : 2 orang  |
| <hr/>                          |  |
| 4. Jangka Waktu Kegiatan       | : 3 bulan  |
| <hr/>                          |  |
| 5. Bentuk Kegiatan             | : Penyuluhan, Sosialisai dan Pelatihan   |
| <hr/>                          |  |
| 6. Sifat Kegiatan              | : Manajemen Marketing Online   |
| <hr/>                          |  |
| 7. Biaya yang diperlukan       | : Rp 4.000.000,-   |
| <hr/>                          |  |

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

Ciamis, 9 Mei 2019  
Ketua Pelaksana

**Nurdiana Mulyantini, SE, MM.**  
NIK. 3112770079

**Lia Yulia.,ST.M.M.**  
NIK. 3112770549

Menyetujui,  
Ketua LPPM Unigal

**Ir. Sudrajat, M.P.**  
NIK. 3112770087

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan Puji Syukur ke hadirat Allah SWT, karena hanya atas Izin-Nya lah Laporan pengabdian ini dapat diselesaikan dengan judul **“SOSIALISASI MANAJEMEN MARKETING ONLINE MENGGUNAKAN BLOG PADA UMKM JASA PENJAHIT BAJU DI PASAR PADAYUNGAN KOTA TASIKMALAYA”** tepat pada waktunya.

Adapun tujuan penulisan Laporan ini adalah dalam rangka pelaksanaan tugas dosen berupa Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Penulis menyadari, Laporan pengabdian ini jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik, saran dan masukan sangat penulis harapkan untuk perbaikan selanjutnya. Disamping itu, meskipun sederhana, semoga Laporan penelitian ini bermanfaat bagi penelitian dan pengabdian selanjutnya. Besar harapan kami apabila Laporan pengabdian ini dapat dilaksanakan dan bermanfaat untuk kemajuan pengetahuan masyarakat.

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                     | <b>i</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                         | <b>ii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                             | <b>iii</b> |
| <b>RINGKASAN .....</b>                             | <b>iv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                      | <b>1</b>   |
| 1.1 Analisis Situasi .....                         | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                           | 2          |
| 1.3 Tujuan Pengabdian .....                        | 3          |
| 1.4 Manfaat Pengabdian .....                       | 3          |
| 1.5 Khalayak Sasaran.....                          | 3          |
| 1.6 Sistematika Pengabdian .....                   | 4          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>               | <b>5</b>   |
| 2.1 Pengertian UMKM .....                          | 5          |
| 2.2 Manajemen Pemasaran .....                      | 6          |
| 2.3 Pengertian Blog Menurut Para Ahli .....        | 7          |
| <b>BAB III MATERI DAN METODE PELAKSANAAN .....</b> | <b>11</b>  |
| 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....               | 11         |
| 3.2 Tempat Pengabdian .....                        | 11         |
| 3.3 Realisasi Pemecahan Masalah .....              | 11         |
| 3.4 Target Luaran.....                             | 12         |
| 3.5 Metode Yang Digunakan .....                    | 12         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>           | <b>19</b>  |
| 4.1 Sebelum Pengabdian.....                        | 19         |
| 4.2 Pengembangan Produk dan Jasa.....              | 20         |
| 4.3 Pelaksanaan Pengabdian.....                    | 21         |
| 4.4 Setelah Program Pengabdian .....               | 22         |
| <b>BAB 5 KESIMPULAN .....</b>                      | <b>23</b>  |
| 5.1 Simpulan.....                                  | 23         |
| 5.2 Saran .....                                    | 23         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                         | <b>24</b>  |

## **RINGKASAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat “Sosialisasi Manajemen Marketing Online Menggunakan Blog Pada Umkm Jasa Penjahit Baju Di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya” di tujukan untuk meningkatkan omzet dan memberi peluang bagi UMKM usaha jasa menjahit baju agar dapat berkembang dan bersaing dengan perusahaan jasa lain nya.

Permasalahan yang di hadapi pada jasa usaha menjahit baju ini adalah mitra tidak terlalu fokus pada pengembangan pengelolaan pemasaran, mitra lebih mengandalkan system pemasaran yang masih konvensional di tambah dengan lokasi usaha yang posisinya tidak terlalu strategis. Ini Menyebabkan bidang usaha nya sulit di kenal oleh masyarakat luas sehingga menjadi kendala dalam mengembangkan usahanya.

Pengabdian Masyarakat ini bertujuan utuk memberikan solusi mengenai permasalahan yang sedang di hadapi yaitu dengan menerapkan manajemen marketing menggunakan media internet (online).

Dengan adanya sosialisasi & pelatihan manajemen marketing online ini diharapkan dapat menambah wawasan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan internet sebagai media promosi online untuk memperkenalkan bidang usahanya pada masyarakat luas dalam meningkatkan omzet usahanya, sehingga diharapkan UMKM binaan Universitas Galuh ini dapat lebih maju dalam mengembangkan usahanya.

Hasil yang dicapai dari Pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku bisnis khususnya bidang jasa penjahit baju di pasar padayungan Kota Tasikmalaya ini memiliki pengetahuan dalam menggunakan media sosial dan internet sebagai sarana dalam mempromosikan bidang usahanya.

## BAB. 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Menjahit adalah pekerjaan menyambung kain, kulit binatang, bulu, pepagan dan bahan-bahan yang mampu dilewati oleh jarum dan benang jahit, sedangkan Penjahit adalah orang yang melakukan jahitan. Artinya orang yang sedang Menjahit. Didalam Wikipedia disebutkan juga ada dua jenis Penjahit yang *Pertama*, Penjahit Pria yang biasa disebut tailor *Kedua*, Penjahit Wanita yang di sebut Modiste .

(<http://shandianskonveksi.blogspot.com/2017/01/sejarah-menjahit-dan-tokoh-penemu-mesin.html>)

Banyak sekali manfaat yang dapat di peroleh dengan memiliki ke ahlian menjahit , khususnya bagi ibu rumah tangga. Dari segi ekonomis yaitu tidak perlu membeli *pakaian* jadi, cukup *menjahit* sendiri dirumah dengan bekal kemampuan yang di miliki,Keuntungan atau manfaat lain nya yaitu menjahit bisa dijadikan lahan bisnis rumahan yang menjanjikan. Dengan membuka layanan menjahit pakaian di rumah, bisa mendatangkan pendapatan dari rumah. Tentunya marketing, pelayanan dan hasil yang bagus serta tepat waktu menjadi point tersendiri dalam kemajuan usaha nya.

Salah satu ibu rumah tangga telah memulai usaha menjahit yang di beri nama Penjahit RM (Rumah Mode) telah beroperasi lebih dari 20 tahun yang lokasi tempat usahanya berada di pasar padayungan Jalan Perintis Kemerdekaan ,kawasan Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya, kondisi letak Pasar Padayungan ini berada di dalam Terminal Padayungan yang merupakan subterminal menggabungkan Kota Tasikmalaya-Kabupaten Tasikmalaya Selatan. Wilayah pasar Padayungan ini ada sejak dari tahun 1995, dengan jumlah kios ada 261 kios, jenis dagangan yang dijual di pasar Padayungan ini cukup beragam, yaitu sembako, pakaian, kosmetik, bahan-bahan setengah jadi dan lain sebagainya. Kondisi kios kios yang ada di dalam pasar, kurang rapi dilihat dari kondisi bangunan sudah mulai rusak.

Saat ini pasar padayungan memiliki permasalahan yaitu kondisi lalu lintas di sekitar pasar itu padat di jam-jam tertentu dan Kondisi pasar tradisional yang kerap sepi pengunjung. Menjadikan para pengusaha di area tersebut mengalami kesulitan dalam mengembangkan target pemasarannya salah satu nya adalah Pejahit RM, penjahit ini mengeluhkan kalau usahanya mengalami kesulitan, yaitu selama kurang lebih dua puluh tahun tidak mengalami kemajuan, dikarenakan terbatas nya konsumen pengguna jasa nya, di tambah lagi dengan lokasi usaha yang kurang strategis menjadikan konsumen sulit menemukan lokasi usahanya,

dan mahal nya biaya untuk pasang iklan di radio dan juga surat kabar menjadi salah satu alasan Penjahit RM hanya mengandalkan Banner yang di pasang di depan toko saja sebagai media Promosi, sedangkan system pemasaran dan jasa Penerimaan konsumen saat ini penjahit RM masih menggunakan cara – cara manual, di karenakan terbatasnya Pengetahuan di dalam menggunakan jaringan internet dan media social sebagai media promosi dalam menunjang kegiatan usahanya.

Marak nya perkembangan teknologi dan hadirnya berbagai media social saat ini dapat dimanfaatkan untuk mengatasi permasalahan di atas.,teknologi internet dapat di jadikan sarana dalam memperkenalkan bidang usaha kepada Masyarakat dengan kapasitas jangkawan yang lebih luas lagi.dengan kemajuan tekologi yang ada Sudah saatnya masyarakat beralih ke system digital dalam mengembangkan usahanya ,dengan memanfaatkan media social dan Blog sebagai toko online.

Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan.(Phi **hilip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016).**

**Wikipedia**, Pengertian Blog merupakan singkatan dari web log yaitu sebuah situs yang memuat berbagai macam informasi yang dipublikasikan di dalam jaringan World Wide Web, yakni sebuah sistem dokumen hypertext yang saling terkait satu sama lainnya yang dapat diakses dari jaringan internet.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis bermaksud untuk melakukan pengabdian dengan judul : **“Sosialisasi Manajemen Marketing Online Menggunakan Blog pada UMKM Jasa Penjahit Baju di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada RM Collection yang bertempat di pasar padayungan Kota Tasikmalaya adalah:

1. Di perlukan ada nya pelatihan manajenen marketing online menggunakan Blog untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam menggunakan teknologi internet untuk mengembangkan usaha pemasaran jasa menjahit
2. Di perlukan adanya pelatihan untuk memanfaatkan media social sebagai sarana dalam memperluas jangkauan pemasaran usaha jasa menjahit

3. Di perlukan adanya pelatihan membuat Blog dan media social dalam meningkatkan bidang usaha Jasa menjahit

### **1.3. Tujuan Pengabdian**

Tujuan dari penerapan dalam menghadapi dunia global pada pelaku UMKM adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pelatihan manajemen marketing online menggunakan Blog untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam menggunakan teknologi internet untuk mengembangkan usaha pemasaran jasa menjahit
2. Memberikan pelatihan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam memperluas jangkauan pemasaran usaha jasa menjahit
3. Memberikan pelatihan membuat Blog dan media social dalam meningkatkan bidang usaha Jasa menjahit

### **1.4. Manfaat Pengabdian**

Manfaat diadakannya penerapan dalam menghadapi dunia global pada pelaku UMKM adalah sebagai berikut :

Bagi aspek keilmuan, pengabdian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan ilmu Pengetahuan, khusus nya ilmu Teknologi dan Informasi ,beserta Ilmu Manajemennya.

Bagi para pelaku UMKM jasa menjahit Baju, pengabdian ini di harapkan dapat:

1. Pelaku UMKM dapat memahami dan mengerti akan pentingnya teknologi demi kemajuan usahanya,
2. Memberikan ide-ide atau kreatifitas dalam mengembangkan usaha serta memanfaatkan peluang yang ada,
3. Memberikan pengarahan mengenai strategi pemasaran sehingga para pelaku UMKM dapat bersaing secara sehat dengan para pelaku UMKM lainnya yang dapat memberikan daya tarik konsumen untuk menggunakan jasa usahanya.

### **1.5. Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Sosialisasi Manajemen Marketing Online menggunakan Blog pada UMKM Jasa Penjahit Baju di Pasar Padayungan kota Tasikmalaya adalah para pelaku usaha UMKM dan masyarakat desa yang memiliki mata pencaharian yang berkaitan dengan para pelaku UMKM di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya.



## 1.6.Sistematika Pengabdian

Sistematika Pengabdian di uraikan sebagai berikut :

| No         | Jenis Kegiatan  | Minggu Ke |    |    |      |   |     |     |     |
|------------|---|-----------|----|----|------|---|-----|-----|-----|
|            |   | II        | IV | VI | VIII | X | XII | XIV | XVI |
| <b>I</b>   | <b>PERSIAPAN</b>  |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 1.         | Persiapan likasi dan Perizinan                                  |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 2.         | Kunjungan ke aparat Desa  |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 3.         | Sosialisasi program ke masyarakat                               |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 4.         | Penyiapan bahan pelatihan                                       |           |    |    |      |   |     |     |     |
| <b>II</b>  | <b>PELAKSANAAN</b>  |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 1.         | Pelaksanaan Pelatihan pembuatan blog dan media sosial           |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 2.         | Pelatihan cara mempromosikan produk barang/jasa di media sosial |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 3.         | Monitoring dan evaluasi kegiatan                                |           |    |    |      |   |     |     |     |
| <b>III</b> | <b>PELAPORAN</b>  |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 1.         | Penyusunan Laporan  |           |    |    |      |   |     |     |     |
| 2.         | Pelaporan Hasil   |           |    |    |      |   |     |     |     |

## **BAB. 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pengertian UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mampu menjadi stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia yang mampu menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan dan menjual produk dari usahanya ke konsumen serta bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global yang umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar.

Apakah itu UMKM? UMKM atau disebut dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut UU No. 20 tahun 2008 pasal 1 UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan

atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

Menurut UU No 20 Tahun 2008 memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp..50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

## 2.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah system keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang di tujukan untuk merencanakan,menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, mendistribusikannya,dan bisa memuaskan konsumen (William J Station).

manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program- program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang utnuk menciptakan dan memelihara pertukarn yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. (Suparyanto;Rosad;2015:1).

Perusahaan memerlukan berbagai cara untuk dapat mengatur kegiatan pemasaran agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah di tentukan, dalam hal ini pengaturan yang di perlukan perusahaan adalah manajemen pemasaran. Menurut Kloter dan Keller (2016:27) yang mengatakan bahwa : *“marketing management as the art and science of choosing target markets and getting,keeping,and growing customers through creating,delivering,and communicating superior customer value.”* arti dari definisi tersebut ,manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan ,menghantarkan ,dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Online Marketing adalah salah satu komponen dalam e-commerce dengan kepentingan khusus oleh marketer ,yakni strategi proses pembuatan,pendistribusian,promosi,dan penempatan harga barang dan jasa kepada pangsapasar internet atau melalui peralatan digital lain.Menurut Boone dan Kurtz (2005) .

E –Marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce,yang merupakan kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet(Armsstrong;kloter 2004:74) .

Pemasaran online adalah pemasaran yang di lakukan melalui system online interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektronik(kloter;2001:256).

Manfaat pemasaran ON-LINE Kotler menyatakan layanan online menjadi populer bagi pelanggan karena:

1. Kemudahan Pelanggan dapat memesan produk 24 jam. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, melewati gang yang panjang untuk mencari barang. Mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan barang yang dicari sudah habis.

2. Informasi Pelanggan memperoleh informasi tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka. Sehingga dapat lebih selektif dalam hal harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan.
3. Rongrongan yang lebih sedikit Pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan.

#### **Manfaat Layanan Online bagi Pemasar :**

1. Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar Perusahaan dapat dengan cepat menambahkan produk pada penawaran serta mengubah harga
2. Biaya yang lebih rendah Mencegah biaya pengelolaan toko, biaya sewa, asuransi, dan prasarana. Membuat katalog digital dengan biaya yang lebih murah.
3. Pemupukan hubungan Pemasar online dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar banyak dari mereka.
4. Pengukuran besar pemirsa Mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi situs online mereka. Informasi ini dapat membantu pemasar meningkatkan penawaran dan iklan mereka.

#### **2.3 Pengertian Blog menurut para ahli :**

- Blog adalah website yang mengandung konten personal dalam bentuk artikel, video, foto, dan link ke website lain yang disediakan oleh penulis blog (Sumber: **Merriam Webster**)
- Definisi Blog menurut Wikipedia, Blog adalah sebuah situs yang item nya di poskan secara berkala dan di ditampilkan dalam urutan kronologis mundur.
- Menurut harvad university ,weblog adalah hierarki teks ,gambar,objek,media dan data yang tersusun secara kronologis dan dapat di lihat dalam browser HTML
- Menurut Matisse.net blog adalah sebuah jurnal yang tersedia di web
- Menurut marketingterms Dictionary, blog adalah sebuah publikasi kronologis yang menyebarkan mengenai pikiran seseorang dan dalam bentuk link web

Ciri – ciri blog secara umum :

- a. Memiliki nama dan alamat yang dapat di akses secara online
- b. Memiliki tujuan
- c. Memiliki isi atau postingan yang berupa artikel ,catatan,dan informasi lainnya.
- d. Postingan atau isi blog terarsip( tersimpan sesuai tanggal bulan dan tahun postingan)

- e. Isi blog umumnya selalu bertambah atau terupdate sesuai dengan tujuan blog.

Tujuan blog secara umum antara lain:

1. Menyampaikan informasi yang bermanfaat untuk diri sendiri maupun orang lain
2. Memberikan keuntungan bagi diri sendiri maupun orang lain
3. Menyalurkan hobi dan mengisi waktu luang dengan kegiatan yang positif
4. Berkarya atau aktualisasi diri
5. Saling bertukar pengetahuan dengan membaca, blogger menulis, pengunjung memberikan tanggapan atau komentar
6. Berbagi pengalaman
7. Berbagi software berguna, seperti foto, video/film, dokumen, dsb
8. Aspek Pemasaran

Pemasaran yang bergerak di bidang jasa di pengaruhi berbagai variable yang dapat di control seperti bauran pemasaran jasa , dan juga variable yang tidak dapat di control yang di kenal dengan lingkungan. Kedua variable ini berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pemasaran jasa. Variable yang berpengaruh terhadap perkembangan industry jasa adalah : konsumen, pesaing, teknologi – inovasi dan globalisasi/internasionalisasi, ekonomi ,pemerintah dan social budaya.

a. Konsumen

Konsumen adalah salah satu alasan bagi perusahaan atau institusi mempertahankan keberadaannya. Oleh karena itu pada saat kebutuhan ,keinginan dan harapan mereka berubah , pemberi jasa (service Provider) harus melakukan perubahan juga, saat ini RM Collection hanya memiliki beberapa langganan saja yang masih aktif menggunakan jasa jahit nya saja, sisanya hanya orang – orang yang kebetulan lewat atau mendapatkan rekomendasi dari teman atau kerabat, hal ini terjadi di karenakan keterbatasan area pemasaran .

b. Pesaing

Peluang bisnis jasa yang menjanjikan dampak finansial yang menguntungkan telah mendorong munculnya banyak pihak untuk masuk di bisnis ini yang memicu persaingan tajam. Semakin banyak nya butik – butik online yang menawarkan pakaian jadi dengan

model – model terbaru dengan harga terjangkau tentu saja menjadi ancaman bagi kelangsungan perusahaan jasa menjahit baju yang mana rata-rata biaya pembuatan baju relative mahal di tambah dengan harga kain yang tidaklah murah, untuk itulah RM Collection perlu melakukan perubahan agar dapat bersaing di pasaran.

c. Teknologi

Teknologi berbasis computer (computer based teknologi) mengalami kemajuan pesat mendorong secara dramatis komunikasi bisnis dan mempercepat pengambilan keputusan, selain itu produktifitas dapat di tingkatkan sebab dapat menghemat waktu. Perkembangan produk/jasa yang di dorong oleh teknologi dan engineering yang di kenal dengan information technology (IT) di sebut sebagai push theory of innovation. Perkembangan www. Sebagai wahana perdagangan telah merubah peta penawaran bisnis jasa. Dengan menggunakan teknologi computer perusahaan jasa dapat mengembangkan system pemasaran yang sangat penting untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan serta harapan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan.

d. Globalisasi dan internasional

Teknologi berperan penting mendorong berbagai industry untuk berkopetensi secara efektif di berbagai Negara. Perusahaan bisnis jasa harus dapat secara cepat mengadopsi perubahan teknologi dan berkopetensi secara internasional.

e. Ekonomi

Perusahaan jasa perlu mencermati lingkungan ekonomi yang sangat dinamis karena berdampak pada perubahan perilaku konsumen dan pesaing . dengan memahami lingkungan ekonomi secara baik ,perusahaan dapat mengidentifikasi perubahan,dapat meramalkan penjualan potensial dan mengetahui ancaman.

f. Pemerintah

Regulasi pemerintah sangat berpengaruh terhadap sector jasa. Berbagai ketentuan pemerintah seperti peraturan,penentuan produk,atribut,prosedur,inspeksi,geografi dan program standar harus di ikuti oleh pelaku bisnis. Situasi ini sangat mempengaruhi perusahaan jasa untuk berkopetensi.

g. Budaya dan social

Keadaan social sangat berpengaruh terhadap perkembangan industri jasa, perubahan social lain yang muncul berkaitan dengan perubahan preferensi konsumen terhadap jasa.

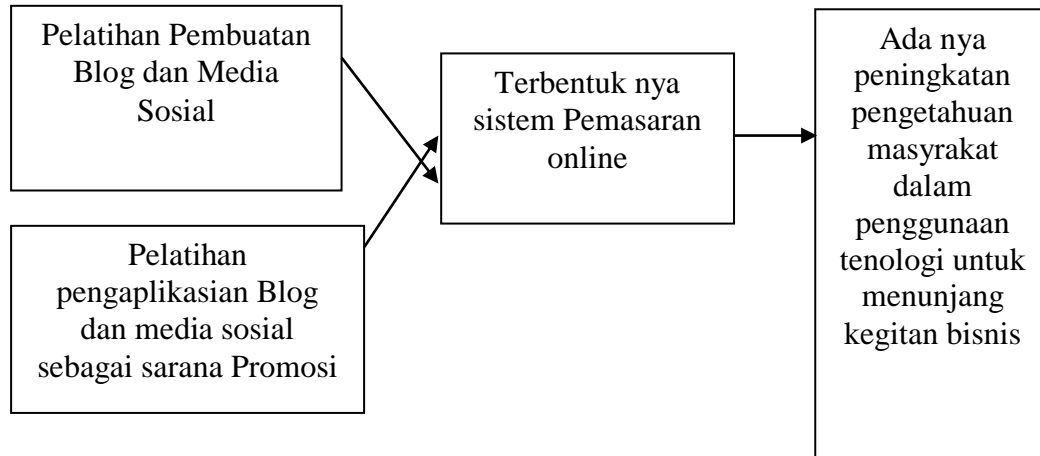
Jenis-jenis blog (<https://id.wikipedia.org/wiki/Blog>).

- a. Blog politik: Tentang berita, politik, aktivis, dan semua persoalan berbasis blog (Seperti kampanye).
- b. Blog pribadi: Disebut juga buku harian online yang berisikan tentang pengalaman keseharian seseorang, keluhan, puisi atau syair, gagasan, dan perbincangan teman.
- c. Blog bertopik: Blog yang membahas tentang sesuatu, dan fokus pada bahasan tertentu.
- d. Blog kesehatan: Lebih spesifik tentang kesehatan. Blog kesehatan kebanyakan berisi tentang keluhan pasien, berita kesehatan terbaru, keterangan-keterangan tentang kesehatan, dll.
- e. Blog sastra: Lebih dikenal sebagai *litblog* (*Literary blog*).
- f. Blog perjalanan: Fokus pada bahasan cerita perjalanan yang menceritakan keterangan-keterangan tentang perjalanan/traveling.
- g. Blog mode: Lebih dikenal dengan "fashion blog". Isinya seputar gaya, perkembangan mode, selera fesyen, liputan pameran mode, dan lain-lain.
- h. Blog riset: Persoalan tentang akademis seperti berita riset terbaru.
- i. Blog hukum: Persoalan tentang hukum atau urusan hukum; disebut juga dengan *blawgs* (Blog Laws).
- j. Blog media: Berfokus pada bahasan berbagai macam informasi
- k. Blog agama: Membahas tentang agama
- l. Blog pendidikan: Biasanya ditulis oleh pelajar atau guru.
- m. Blog kebersamaan: Topik lebih spesifik ditulis oleh kelompok tertentu.
- n. Blog petunjuk (*directory*): Berisi ratusan link halaman website.
- o. Blog bisnis: Digunakan oleh pegawai atau wirausahawan untuk kegiatan promosi bisnis mereka
- p. Blog pengejawantahan: Fokus tentang objek di luar manusia; seperti anjing
- q. Blog pengganggu (*spam*): Digunakan untuk promosi bisnis affiliate; juga dikenal sebagai *splogs* (Spam Blog)
- r. Blog virus (*virus*): Digunakan untuk merusak
- s. Blog gaya hidup (*lifestyle*): Berisi tema seputar gaya hidup dan hal-hal paling baru di dunia maya
- t. Blog *parenting*: Berisi cerita/ tema seputar menjadi orangtua dan pengalaman mengasuh anak

## BAB 3. MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

### 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka Pemecahan masalah sebagai berikut :



### 3.2 Tempat Pengabdian

Tempat pengabdian masyarakat dilaksanakan di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan uraian yang terdapat pada bab pendahuluan , maka dapat dijelaskan beberapa langkah yang dapat menjawab latar belakang dan rumusan masalah sehingga dapat mencapai tujuan dan manfaat dari adanya kegiatan Penerapan Dalam Menghadapi Dunia Global Pada Pelaku UMKM di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya.

### 3.3 Realisasi Pemecahan Masalah

Menyadari adanya permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, maka solusi permasalahannya yang dilakukan untuk kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Sosialisasi dan pelatihan UMKM. Pada tahapan ini para UMKM dilatih agar tanggap terhadap teknologi yang ada saat ini dengan cara mengumpulkan para UMKM untuk mengikuti sosialisai atau pelatihan.
2. Membangun “Penerapan Dalam Menghadapi Dunia Global Pada Pelaku UMKM di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya”. Penerapan ini disiapkan untuk melatih para UMKM agar lebih memahami dan menggunakan internet sebagai saran atau wadah untuk mengembangkan usaha yang dilakukan nya. Salah satu sosialisasi dalam strategi



pemasaran ini dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan kepada para UMKM dalam menggunakan Blog sebagai media Pemasaran online .

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahapan diantaranya :

1. Sosialisasi Program

Sosialisasi program dilaksanakan dengan mengadakan pertemuan awal kepada ketua desa Padayungan. Hal ini ditunjukan agar kegiatan pengabdian dapat diketahui oleh seluruh UMKM sehingga tujuan dan kegiatannya bisa berjalan dengan lancar.

2. Penyuluhan

Penyuluhan bertujuan untuk memberikan pengetahuan ke para UMKM tentang pentingnya mengenal teknologi dan memanfaatkannya dengan baik karena banyak manfaat yang diperoleh apabila para UMKM bisa menggunakan teknologi sehingga bisa mengembangkan usahanya lebih besar lagi.

3. Pelatihan

Proses pelatihan pembuatan blog menggunakan gadget di lakukan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dalam menggunakan media blog sebagai sarana pemasaran bidang jasa nya agar dapat menjangkau pasar lebih luas lagi dalam mendapatkan konsumen. Dengan begitu baik konsumen maupun pendapatan di harapkan dapat meningkat lebih cepat.

### **3.4 Target Luaran**

Target Luaran yang diinginkan melalui kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Para UMKM dapat lebih mengenal teknologi sehingga dapat mempermudah proses pemasaran serta menjadikan para UMKM yang lebih kreatif dan inovatif,
2. Memahami bagaiman menjadi seorang Entrepreneur sejati
3. Para pelaku UMKM lebih memahami cara membuat desain yang lebih menarik, membuat merek yang mudah dikenal dan dapat memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat dengan hasil yang dapat memuaskan konsumen.

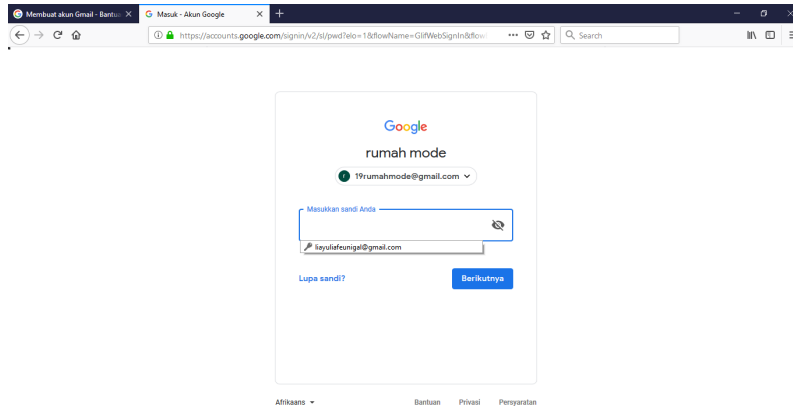
### **3.5 Metode Yang Digunakan**

Monitoring dalam pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan selama program ini berlangsung dan pelatihan dilakukan selama proses kegiatan yang menjadi prioritas dalam memecahkan masalah-masalah para UMKM di pasar Padauyungan. Proses

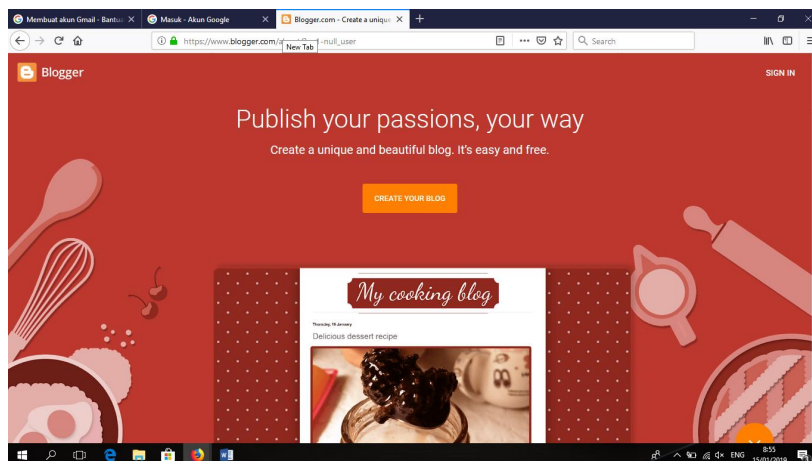
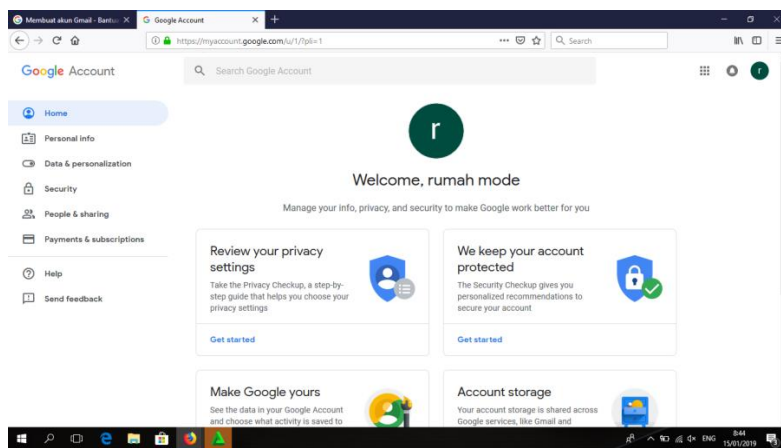
pelatihan di yang di lakukan meliputi, pembuatan email, pembuatan blog , mempromosikan blog ke berbagai media social. Sehingga bidang usaha jasa nya dapat dengan mudah di kenal masyarakat luas.

Tahapan proses pelatihan pembuatan blog:

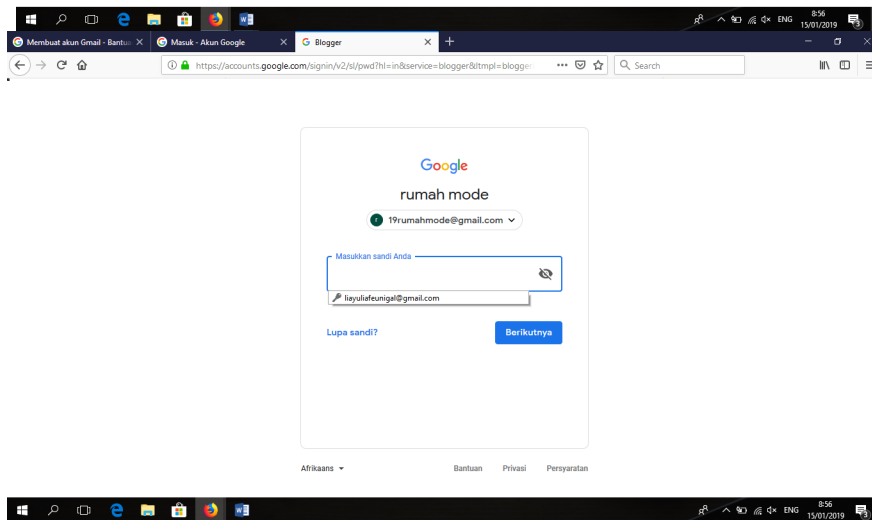
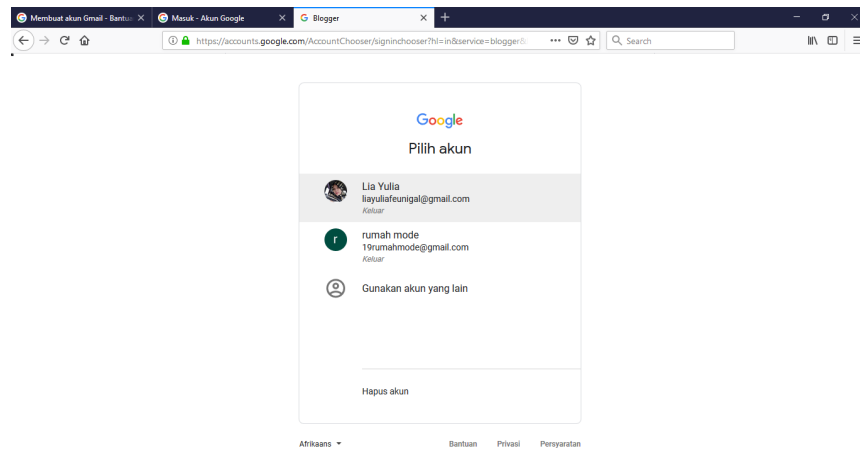
1. Tahap pertama pembuatan alamat e-mail



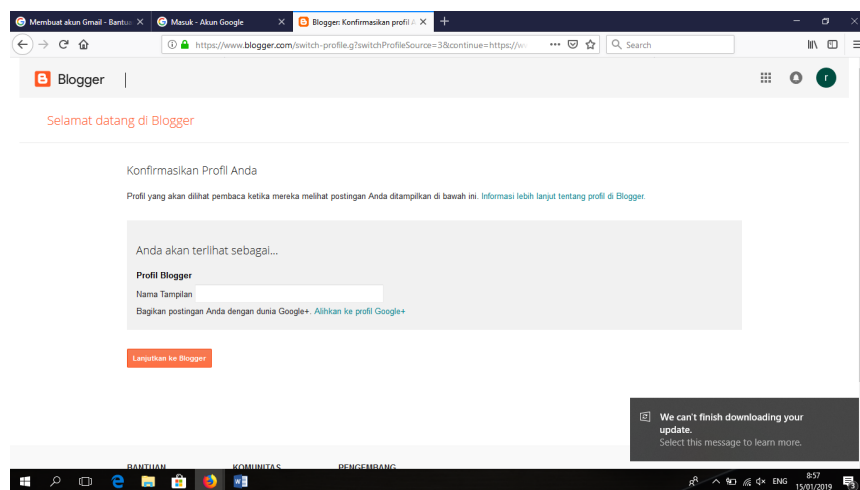
(GAMBAR : LOGIN LANGKAH AWAL MEMBUAT BLOG)

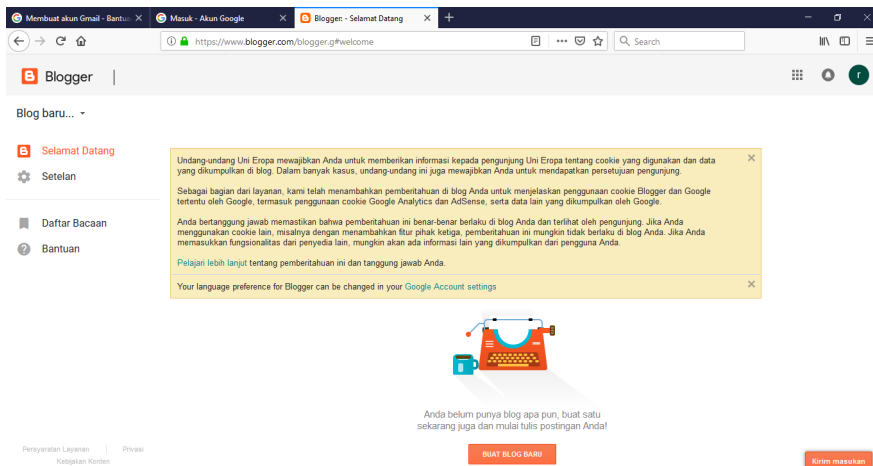


(GAMBAR : HALAMAN AWAL BLOG)

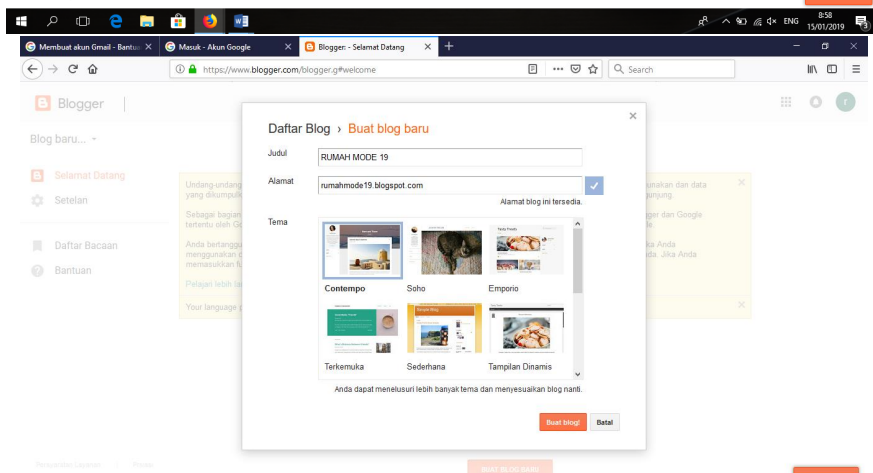


(GAMBAR : LOGIN DENGAN EMAIL)

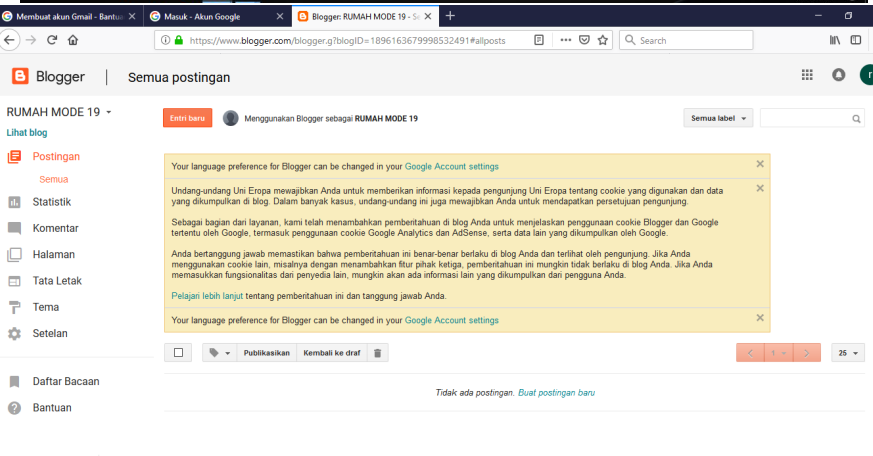




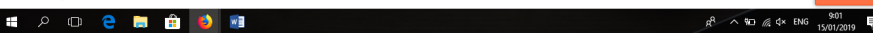
1.

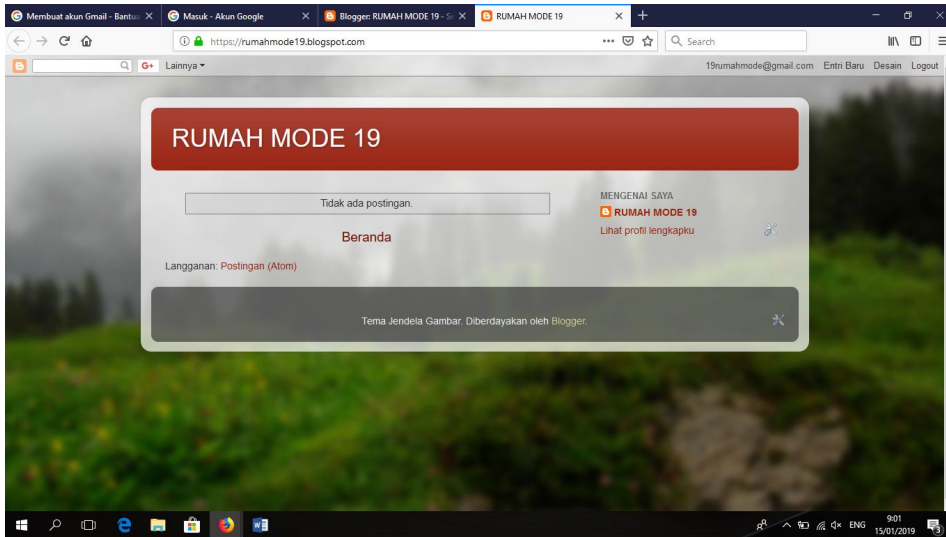


2.



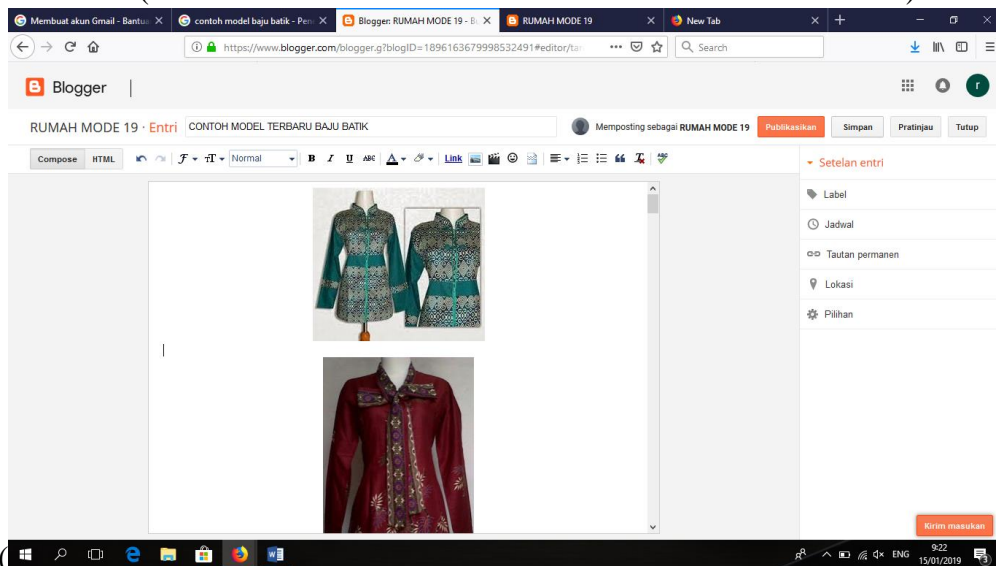
3.



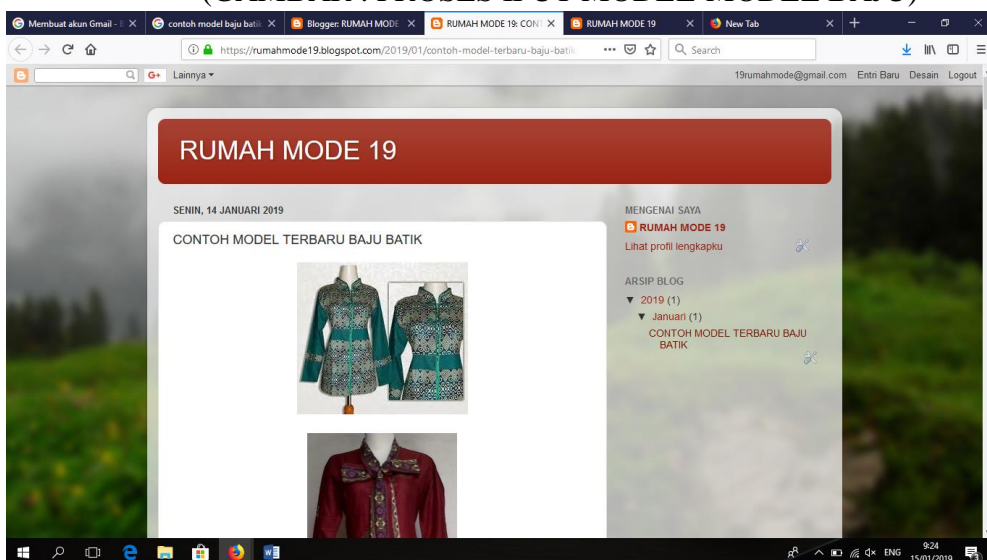


4.

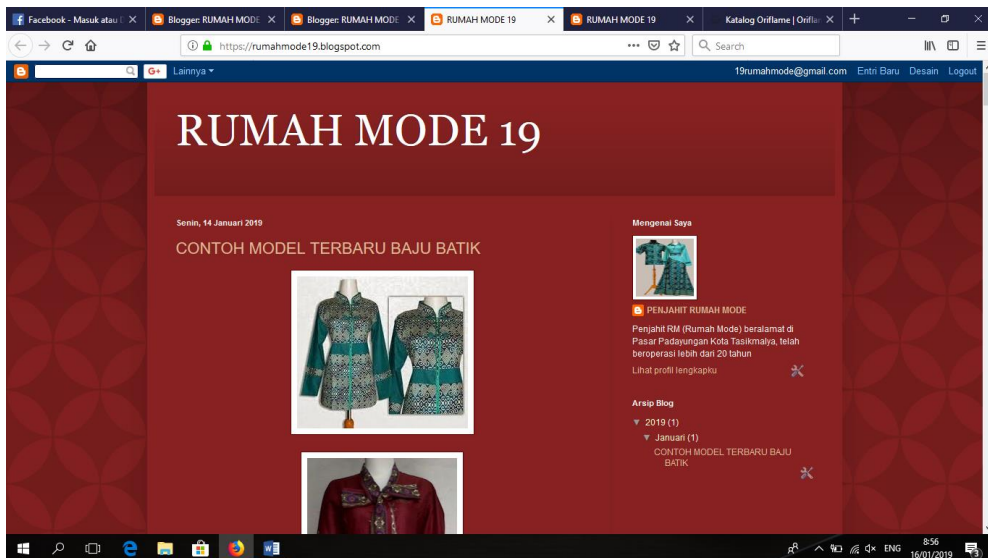
(GAMBAR : HALAMAN AWAL BLOG RUMAH MODE)



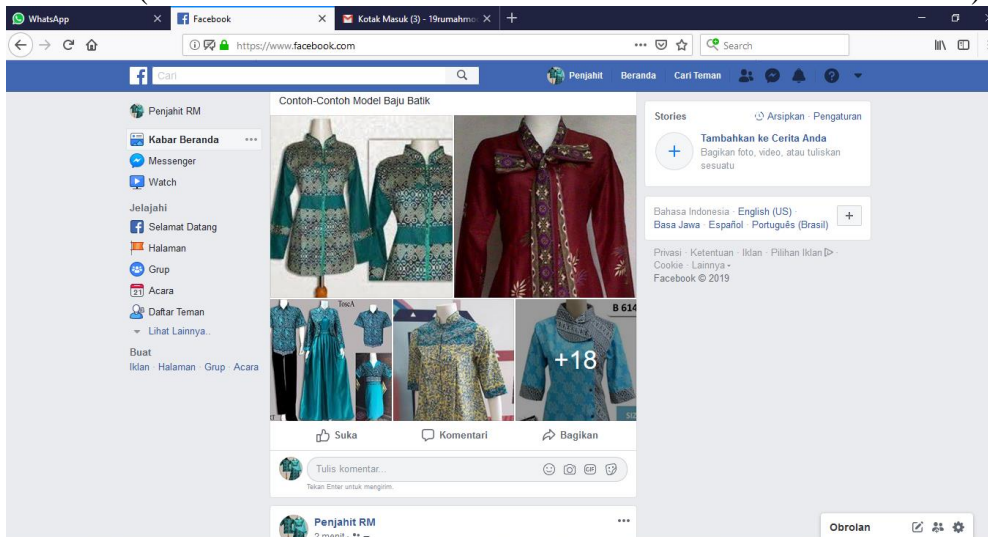
(GAMBAR : PROSES IPUT MODEL-MODEL BAJU)



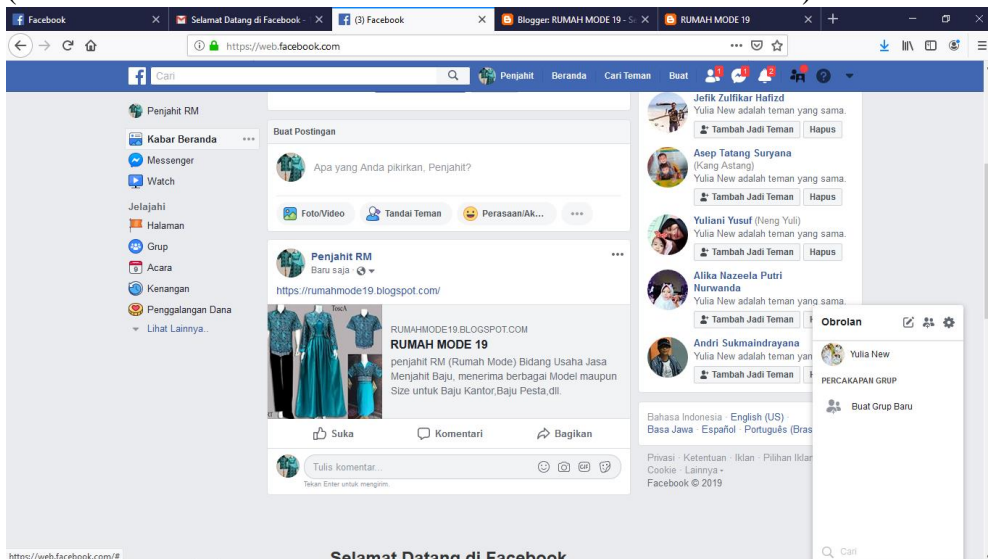
(GAMBAR : HASIL POSTINGAN MODEL BAJU)



(GAMBAR : HALAMAN AWAL BLOG YANG SUDAH JADI)



(GAMBAR : PEMBUATAN MEDIA SOSIAL FACE BOOK)



(GAMBAR : PROSES MEMPERKENALKAN BLOG DI SALAH SATU MEDIA SOSIAL)



(Peserta Sosialisasi Manajemen Marketing Online Menggunakan Blog pada UMKM jasa Penjahit Baju di Pasar Padayungan Kota Tasikmalaya)

## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Sebelum Pengabdian

Setiap orang pasti memiliki potensi untuk dikembangkan, namun ada permasalahannya yaitu kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengolah serta menggunakan teknologi untuk mengembangkan potensi yang dimiliki dirinya. Penjahit RM sebenarnya sudah beroperasi sangat lama di pasar padayungan kota tasikmalaya, namun sampai saat ini usaha Jasa Jahit RM Collection tidak mengalami peningkatan, dalam pengelolaan usaha jasanya Penjahit RM belum menggunakan fasilitas teknologi apapun dalam memasarkan usahanya, jika melihat pekerjaan yang dihasilkan penjahit RM produk hasil jahitannya cukup halus dan rapih, ini dapat menjadi modal utama dalam mengembangkan usahanya untuk lebih besar lagi di Kota Tasikmalaya.

Dalam suatu usaha pasti banyak permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM seperti Permasalahan sumber Daya Manusia, operasional, pemasaran, peraturan, keuangan dan Mentalitas Pengusaha UMKM.

Jenis – Jenis Permasalahan :

#### 1. Permasalahan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan titik sentral yang sangat penting untuk maju dan berkembang, sebagian besar usaha mikro dan usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha turun temurun namun keterbatasan sumber daya manusia usaha mikro dan usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan ketrampilan sangat berpengaruh rendahnya produktivitas usaha dan tenaga kerja misalnya ketidakmampuan dalam hal manajemen usaha, seperti pembukuan atau pencatatan sehingga akan menjadi suatu masalah dan harus mengadakan pelatihan kecil yang bisa memakan biaya lebih.

#### 2. Permasalahan operasional

Masalah operasional pada usaha kecil hanya ditangani oleh sendiri sehingga teknik yang digunakan hanya sederhana sedangkan usaha menengah memiliki sistem organisasi yang lebih besar sehingga keputusan tidak bisa ditentukan oleh satu pihak dan harus sering melakukan evaluasi agar dapat mencegah terjadinya masalah yang timbul didalam pengelolaan suatu usaha.

#### 3. Permasalahan pemasaran

Permasalahan pemasaran yaitu kurangnya wawasan bagi para pelaku UMKM dalam menguasai teknologi, masih kurang berinovasi dalam memasarkan produk yang dijual



meskipun kebutuhan tersebut membutuhkan biaya yang relatif besar namun jika tidak dipedulikan akan menjadi masalah terbesar dalam usahanya.

#### 4. Permasalahan peraturan

Banyak para UMKM yang belum memiliki badan hukum yang jelas, sehingga para UMKM juga kurang memiliki pengetahuan tentang aspek legalitas dan perizinan termasuk persyaratan serta prosedur yang ditempuh dalam proses pengurusan membangun suatu usaha.

#### 5. Permasalahan Keuangan

Permasalahan keuangan bagi para UMKM yaitu kurangnya modal atau pendanaan akibatnya para UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usahanya atau dapat mengembangkan produk-produk yang mampu bersaing dengan pengusaha lainnya.

#### 6. Permasalahan Mentalitas pengusaha UMKM

Permasalahan ini yang membuat semangat pengusaha itu sendiri bisa berkembang berani terus berinovasi, ulet tanpa menyerah serta berani mengambil resiko akan menjadi keberhasilan namun bila sebaliknya seorang pengusaha tidak berani mengambil resiko dan mudah menyerah justru akan menjadi masalah utama dalam proses berwirausaha.

### **4.2 Pengembangan Produk dan Jasa**

Untuk mengembangkan produk dan jasa bisa menggunakan atribut produk, pemberian merek, pengemasan, penetapan tabel dan jasa pendukung produk

#### 1. Atribut produk

Dalam pengembangan suatu produk atribut produk sangat penting misalkan dengan menggunakan kualitas produk yang bagus, Fitur-fitur produk yang menarik serta rancangan produk yang bagus.

#### 2. Pemberian Merek

Dalam pemberian merek pengusaha harus memilih merek yang sesuai dengan produk yang akan dijual serta dapat menarik konsumen, mudah diingat, mudah diucapkan dan ringkas, sebab pemberian nama atau label bagian dari doa, harapan, cita-cita, bagian nama sendiri maupun nama keluarga karena fungsi pemberian merek yaitu mengidentifikasi produk atau merek, mencerminkan produk serta mempromosikan produk melalui gambar ataupun tulisan.

#### 3. Pengemasan

Pengemasan suatu produk sangat penting karena merupakan wadah atau pelindung suatu barang agar barang atau produk dapat mempertahankan mutu, memperpanjang

masa penyimpanan, atau pemasaran yang jika kemasannya kurang menarik konsumen tidak akan tertarik pada barang atau produk yang dijual meskipun produknya bagus dan berkualitas. Jadi pengusaha harus memikirkan kemasan seperti apa agar konsumen tertarik misalnya gambar pada kemasan yang simpel namun elegan seperti warna tulisan yang bagus serta mudah dibaca, jelas, tidak terlalu kecil atau terlalu besar sehingga menambah daya tarik bagi konsumen.

#### 4. Jasa Pendukung Produk

Perusahaan harus merancang produk dan jasa pendukungnya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara menguntungkan misalnya adanya jasa pengiriman barang sehingga memudahkan konsumen serta dapat meningkatkan usahanya demi mendapatkan keuntungan atau laba yang diinginkan.

### 4.3 Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian di mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, monitoring dan pelaporan selama beberapa bulan dan tahap demi tahap di laksanakan sesuai rencana.

Tahap pertama : adalah persiapan dengan melakukan survey ke lokasi pasar padayungan dan melakukan wawancara dengan para pengusaha jasa menjahit baju, hasil wawancara di dapatkan data awal hamper semua penjahit baju belum menggunakan teknologi sebagai media untuk mendukung kegiatan usahanya.

Tahap kedua : selanjutnya adalah kunjungan ke aparat desa Padayungan kota tasikmalaya untuk permohonan izin kepada Kepala Desa untuk program Sosialisasi Manajemen Marketing Online menggunakan Blog kepada para pengusaha jasa di bidang jahit. hasil dari kunjungan di sambut baik oleh pihak Desa Setempat dan mendukung Penuh kegiatan ini.

Tahap ke tiga : Dari sosialisasi tersebut di sepakati waktu pelatihan yaitu bulan Pebruari 2019, yang bertempat di rumah warga sekitar.

Tahap ke empat : nya adalah menyiapkan materi untuk pelatihan, mulai dari langkah-langkah membuat, e-mail, membuat blog dan membuat media social seperti ,facebook ,twitter, instagram, sebagai media untuk mempromosikan blog.

- Tahap ke Lima : tahap pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, para peserta di bekali pengetahuan untuk membuat e-mail, blog dan media social dalam mempromosikan bidang usaha jasa nya.
- Tahap akhir : masing-masing peserta telah memiliki alamat blog sebagai toko online untuk selanjutnya di isi dengan produk – produk dari usaha jasa nya, mulai dari model baju, harga, jadwal pengerjaan dan lain sebagai nya.

#### **4.4 Setelah Program Pengabdian**

1. Hasil dari sosialisasi dan pelatihan nanajemen marketing online menggunakan blog adalah terbukanya pengetahuan para peserta dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring social untuk mendukung kepentingan usahanya. para peserta mulai aktif memperkenalkan bidang usaha jasanya dan dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pelanggan pengguna jasa nya.
2. Para pelaku UMKM dapat memahami dan lebih memanfaatkan teknologi agar mempermudah akses marketing nya.
3. Memberikan wawasan untuk menjadi seorang Entrepreneur yang sejati karena seorang entrepreneur bukan sekedar berdagang atau berjualan produk atau jasa saja , tetapi mampu menambah nilai suatu barang/jasa dari yang tidak berharga menjadi berharga atau bernilai.
4. Para UMKM dapat memahami penggunaan internet dan fasilitas blog untuk di gunakan sebagai media marketing online agar dapat dengan mudah mendapatkan konsumen dan dapat bersaing dengan pengusaha jasa lainnya.
5. Menumbuhkan motivasi kepada para pengusahan dan calon pengusaha untuk bisa mengembangkan kegiatan.
  - a. Merencanakan produk/jasa yang akan di jual.
  - b. Bagaimana cara mempromosikan produk/jasa yang di hasilkan nya
  - c. Menghitung berapa keuntungan dari hasil produk/jasa yang di hasilkan nya

## BAB. 5. KESIMPULAN

### 5.1 Simpulan

Simpulan yang didapat dari Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang diusulkan akan dilaksanakan untuk UMKM di pasar padayungan yang ada kota tasikmalaya, dengan mengadakan pelatihan atau Sosialisasi kepada para UMKM pasar Padayungan sebagai wadah atau sarana promosi agar dapat mengembangkan usaha jasa nya lewat jaringan sosial media. Program ini nanti menggandeng pihak Desa sebagai pendamping para UMKM dalam mendokumentasikan kegiatan sosialisasi UMKM. Pendamping bertugas dalam memonitoring serta mengevaluasi kegiatan sosialisasi sehingga para UMKM dapat memperluas usahanya melalui jaringan internet.

Tujuan dari program ini adalah memberikan sosialisasi kepada para UMKM agar para UMKM lebih tanggap terhadap teknologi sehingga para UMKM dapat mengembangkan Usahanya lebih besar lagi sehingga lebih memudahkan konsumen dari luar daerah untuk mengaksesnya. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Melakukan pendekatan dan sosialisasi kepada para UMKM
2. Memanfaatkan teknologi sebagai media penjualan untuk para UMKM
3. Memberi informasi tentang strategi pemasaran
4. Menjelaskan menjadi seorang entrepreneur yang baik

Pengabdian ini membangun sistem atau pendekatan dengan para UMKM yang ada di pasar Padayungan dengan mengadakan sosialisai. Pengadaan sosialisasi ini diharapkan agar Para UMKM lebih memahami dan bisa menggunakan jaringan internet demi kemajuan usahanya serta menjadi entrepreneur baik.

### 5.2 Saran

Saran yang diajukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan aparat setempat khususnya pihak desa membentuk kelompok atau badan usaha agar didalam kelompok tersebut bisa saling bertukar fikiran bagaimana agar dapat mengembangkan usahanya serta memunculkan ide-ide kreatif .
2. Pihak desa harus sering diadakannya pelatihan-pelatihan bagi para entrepreneur yang baru memulai usahanya sehingga menumbuhkan semangat dan keyakinan dalam memulai suatu usahanya.

## DAFTAR PUSTAKA

Al Fatta, Hanif, 2009, Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk keunggulan Bersaing Perusahaan dan Organisasi Modern.

Armstrong & Kotler. 2004. Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi ke 12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Boone, Louis E., and Kurtz, David L., 2005., Contemporary Marketing, Ohio: Thomson South Western

M. H. Santosa, "Pemanfaatan Blog (jurnal online) dalam pembelajaran menulis "Universitas Pendidikan Ganesha, Bali 2015.

Setiawati, Ira, "peran media sosial sebagai upaya pemasaran Bisnis Online (perspektif Kualitatif). STMIK HIMSYA, 2017

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

William J Station. 1999. Prinsip Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.

Undang - undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang terkait dengan pengembangan daya saing UMKM Pasal 1 ayat (9) dan ayat (10)

Peraturan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 pasal 1 tentang usaha mikro, kecil dan menengah

**<https://www.rmol.co/read/2015/07/10/209872/Inilah-Pokok-pokok-Aturan-UMKM-dalam-Konstitusi-dan-UU-20/2008->**

**<http://harjo820.blogspot.com/2015/03/makalah-pengelolaan-umkm.html>**

<http://shandianskonveksi.blogspot.com/2017/01/sejarah-menjahit-dan-tokoh-penemu-mesin.html>

(Sumber: **Merriam Webster**)

Jenis-jenis blog (<https://id.wikipedia.org/wiki/Blog>).

### Rekapitulasi Anggaran Pengabdian

**a. Pemasukan : dari LPPM Universitas Galuh sebesar RP.4,000,000,-**

**b. Pengeluaran :**

| No | Jenis Pengeluaran   | Presentase | Biaya yang di usulkan  |
|----|---|------------|--|
| 1. | Gaji dan upah<br>a. Honor ketua pengabdian<br>a. Honor anggota 1 orang<br>b. Honor Pembantu Pelaksana 2 orang<br>jumlah   | 20 %       | 400.000<br>200,000<br><u>200,000</u><br>800,000  |
| 2. | Bahan habis pakai dan peralatan:<br>a. Kertas 2 rim<br>b. CD Blank 1 pak<br>c. CD label 1 pak<br>d. Casing CD 1 pak<br>e. Tinta printer 2 buah<br>f. Pulpen 2 dus<br>g. Note book 1 pak<br>h. Map plastik 1 pak<br>i. Pulsa modem 2 x<br>j. Cetak banner 2 BH<br>k. Modem<br>l. Staples<br>Jumlah | 50 %       | 150,000<br>200,000<br>100.000<br>150,000<br>250,000<br>100,000<br>150,000<br>150,000<br>200,000<br>200,000<br>300.000<br>50,000<br>2,000,000 |
| 3. | Perjalanan untuk sosialisasi pelatihan ke Pasar   | 15 %       |  |

|               |   |              |  |
|---------------|---|--------------|--|
|               | Padayungan:<br>a. Survey Lokasi 3 orang<br>b. Sewa tempat (kursi dan alat-alat)<br>c. Transport sosialisasi dan pelatihan 5 orang<br>d. Monitoring dan evaluasi 4 orang<br>Jumlah |              | 90,000<br>200,000<br>150,000<br><u>160,000</u><br>600,000  |
| 4.            | Lain – lain (publikasi, laporan dan lainnya):<br>a. Publikasi dan Dokumentasi<br>b. Pembuatan Laporan<br>c. Penggandaan Laporan rangkap 5<br>Jumlah                               | 15 %         | 100,000<br>150,000<br>150,000<br><u>200,000</u><br>600,000 |
| <b>Jumlah</b> |   | <b>100 %</b> | <b>4,000,000</b>   |

## RIWAYAT HIDUP

### Biodata Pengusul

#### A. Identitas Diri

|     |                               |   |
|-----|-------------------------------|---|
| 1.  | Nama Lengkap                  | Lia Yulia.,S.T.,M.M.  |
| 2.  | Jenis Kelamin                 | Perempuan   |
| 3.  | Jabatan Fungsional            | -   |
| 4.  | NIK                           | 033112770549  |
| 5.  | NIDN                          | 0429028001  |
| 6.  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Tasikmalay, 29 pebruari 1980  |
| 7.  | E-mail                        | <a href="mailto:liayuliafeunigal@gmail.com">liayuliafeunigal@gmail.com</a>  |
| 8.  | Nomor Telepon/HP              | 08122409505   |
| 9.  | Alamat Kantor                 | Perumahan Tamansari Indah jln. Bungur 2 no.28, Blok B.28  |
| 10. | Nomor Telepon/Faks            | 0265- 335760  |
| 11. | Lulusan yang telah dihasilkan |   |
| 12. | Mata Kuliah yang Diampu       | 1. Teknologi Informasi<br>2. Computer Bisnis I<br>3. Computer Bisnis II<br>4. Perencanaan Manajemen Sumber Daya Manusia |

#### B. Riwayat Pendidikan

|                       | <b>S-1</b>  | <b>S-2</b>  |
|-----------------------|---|---|
| Nama Perguruan Tinggi | STMIK_DCI   | Universitas Galuh   |
| Bidang Ilmu           | TEKNIK<br>INFORMATIKA   | Manajemen Sumber<br>Daya Manusia  |
| Tahun Masuk-Lulus     | 2000 – 2005   | 2010 - 2013   |
| Judul Skripsi/Tesis   | Sistem Pakar Dengan Kasus Terapan Diagnosa Jenis Dan Gangguan Kulit | Studi tentang pengaruh budaya kerja dan iklim organisasi terhadap kinerja pegawai (studi persepsional pegawai dinas pendidikan kabupaten Tasikmalaya) |
| Nama Pembimbing       | Sanyata Purwadinata,MT  | Prof. Dr. H. ENAS<br>Prof Dr. H.Suryana   |

Ciamis, Mei 2019

Lia Yulia, S.T.,M.M



## RIWAYAT HIDUP

### ANGGOTA PENELITI

#### A. Identitas Diri

|     |                               |   |
|-----|-------------------------------|---|
| 1.  | Nama Lengkap                  | Irfan Faris Rudiana,S.E.,M.Ak             |
| 2.  | Jenis Kelamin                 | L   |
| 3.  | Jabatan Fungsional            | Tenaga Pengajar                           |
| 4.  | NIK                           | 3112770698                                |
| 5.  | NIDN                          | 0429099002                                |
| 6.  | Tempat dan Tanggal Lahir      | Tasikmalaya, 29 September 1990            |
| 7.  | E-mail                        | -   |
| 8.  | Nomor Telepon/HP              | 085353222557                              |
| 9.  | Alamat Kantor                 | Jln. RE.Martadinata No. 150, Ciamis 46251 |
| 10. | Nomor Telepon/Faks            | (0265)772060                              |
| 11. | Lulusan yang telah dihasilkan | -   |
| 12. | Mata Kuliah yang Diampu       | Akuntansi Biaya 1                         |

#### B. Riwayat Pendidikan

|                       | S-1   | S-2   |
|-----------------------|---|---|
| Nama Perguruan Tinggi | Universitas Siliwangi   | Universitas Jendral Soedirman   |
| Bidang Ilmu           | Akuntansi   | Magister Sains Akuntansi  |
| Tahun Masuk-Lulus     | 2010- 2014  | 2015 – 2018   |
| Judul Skripsi/Tesis   | Pengaruh modal Kerja dan Biaya Pengerjaan kembali Produk Cacat (Rework Cost) terhadap profitabilitas Perusahaan | Pengaruh Resiko Kesehatan Bank Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah dengan Dimoderasi Pengungkap CSR pada Perbankan Syariah Di Indonesia dan Malaysia. |
| Nama Pembimbing       | Maman Suherman, S.E.,M.Ak   | Prof. Dr.Bambang Agus Pramuka,P.Hd  |

Ciamis, Mei 2019

Irfan Faris Rudiana,S.E.,M.Ak

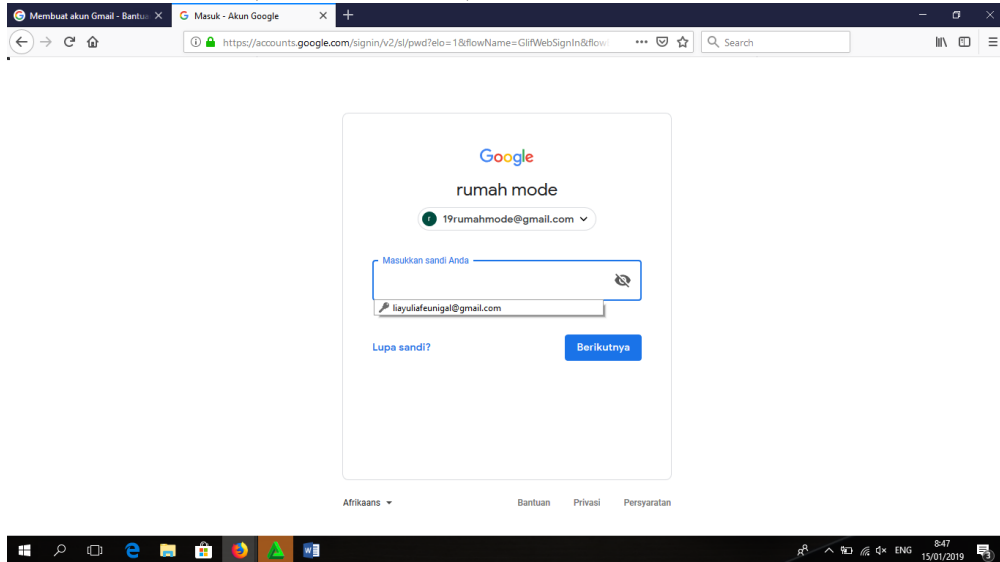
## LAMPIRAN

### MATERI PELATIHAN

1. Materi sosialisasi manajemen marketing menggunakan bloh pada umkm jasa menjahit baju di pasar padayungan kota tasikmalaya.

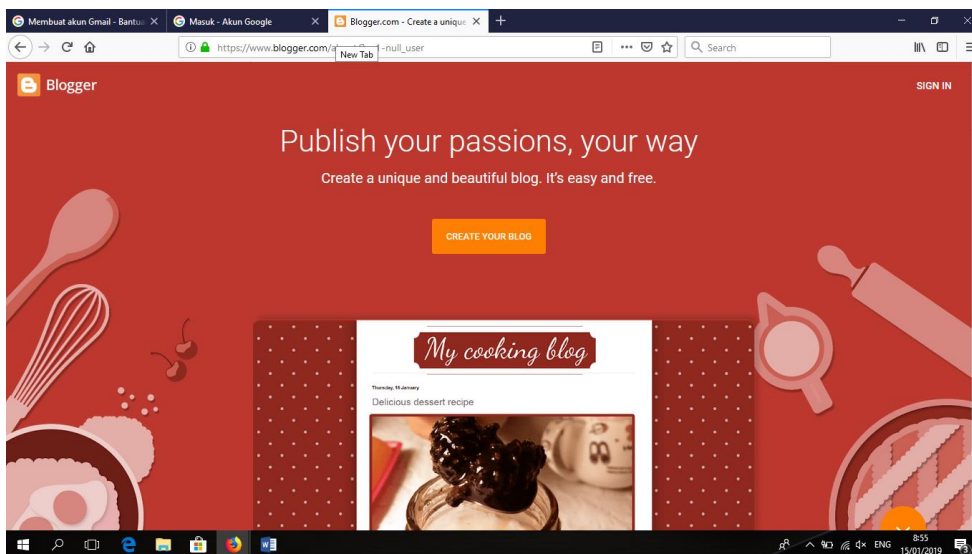
#### TAHAPAN MEMBUAT BLOG RUMAH MODE :

1. Aktifkan Browser (Mozila Fire Fox)



( Gambar : Proses Login dengan E-mail yang telah di buat)

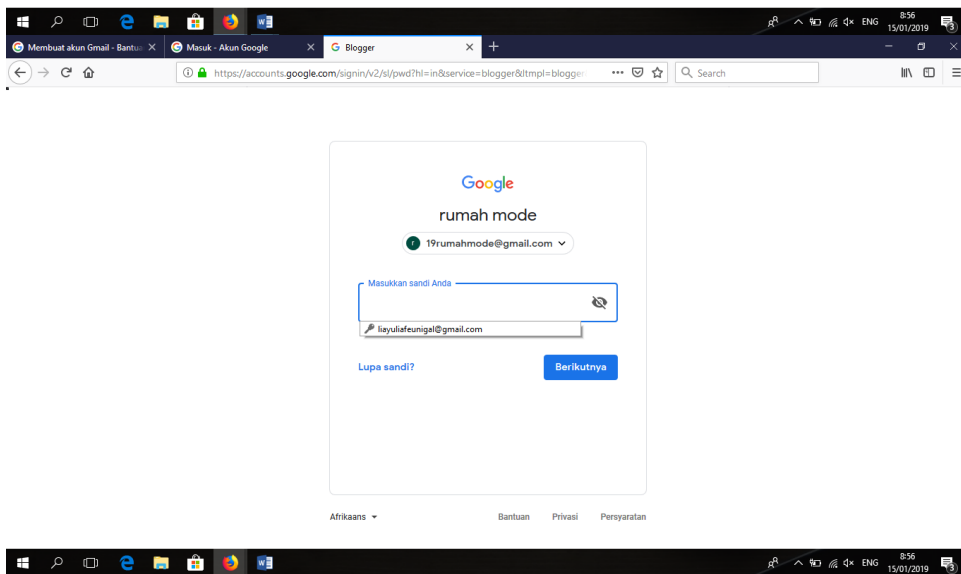
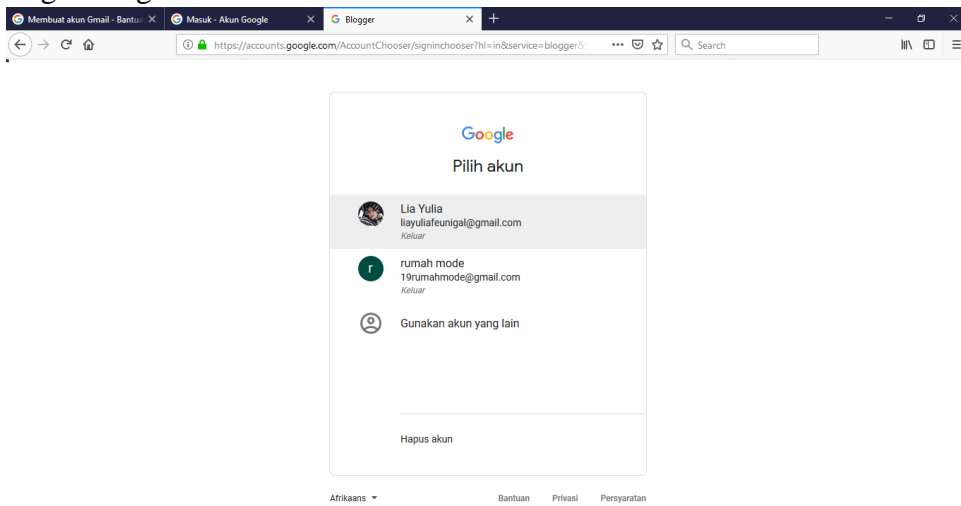
2. Masuk ke <http://www.blogger.com>



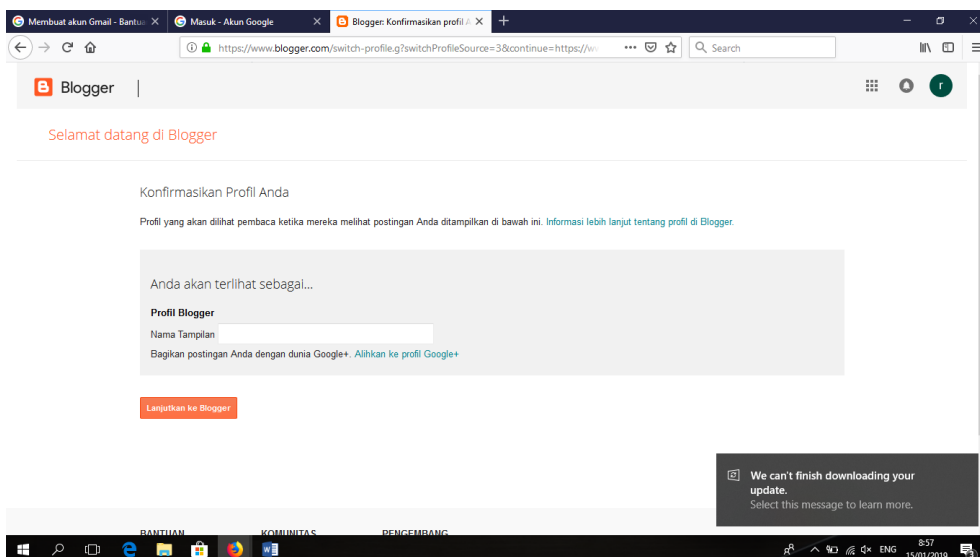
(Gambar : halaman awal Blogspot)

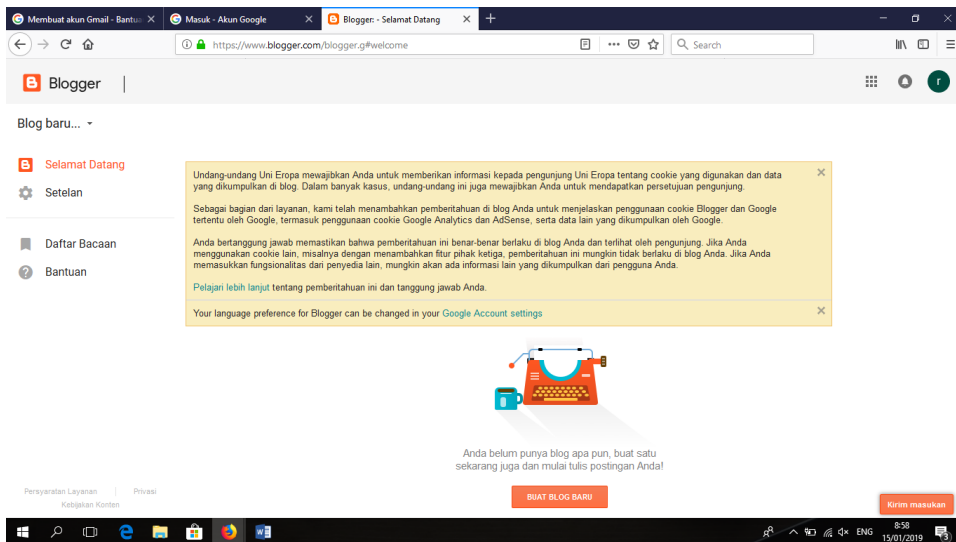
3. Klik create your blog

4. Login dengan email

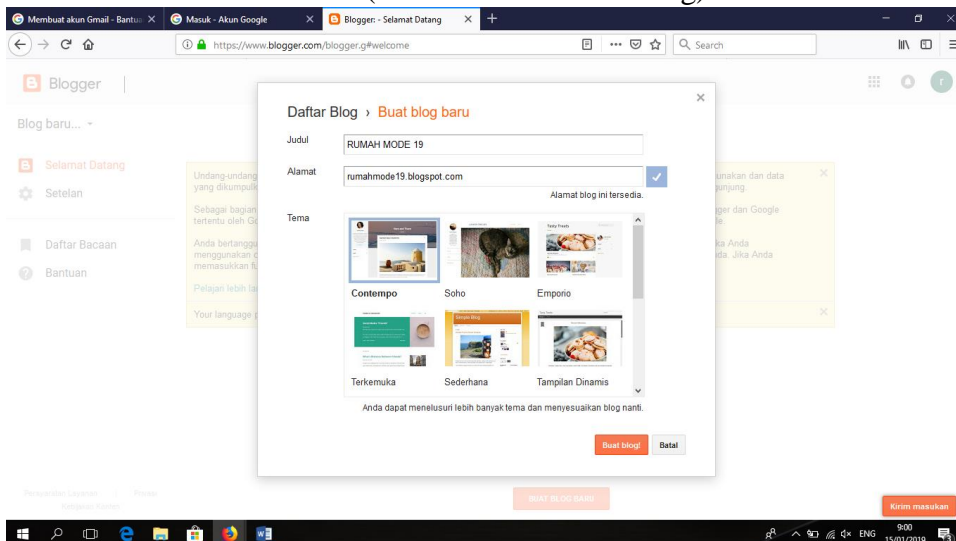


5. Isi nama tampilan \



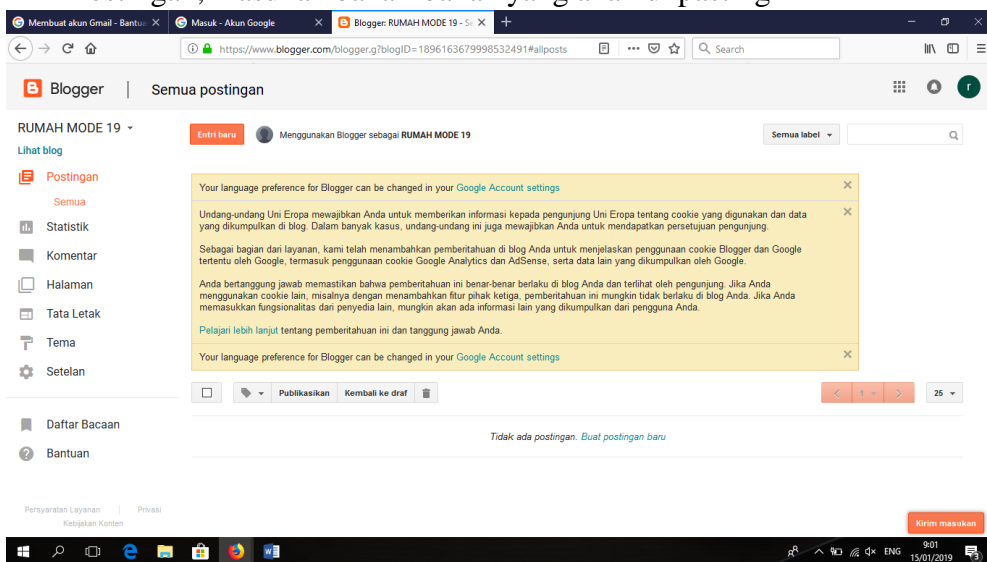


(Gambar : Dashboard Blog)

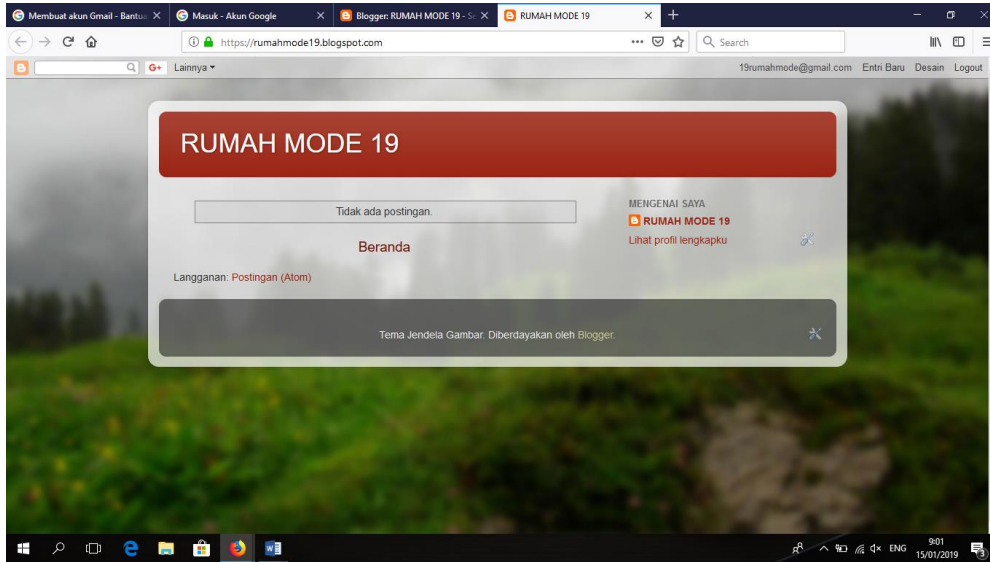


(gambar : Dsain Halaman awal Blog)

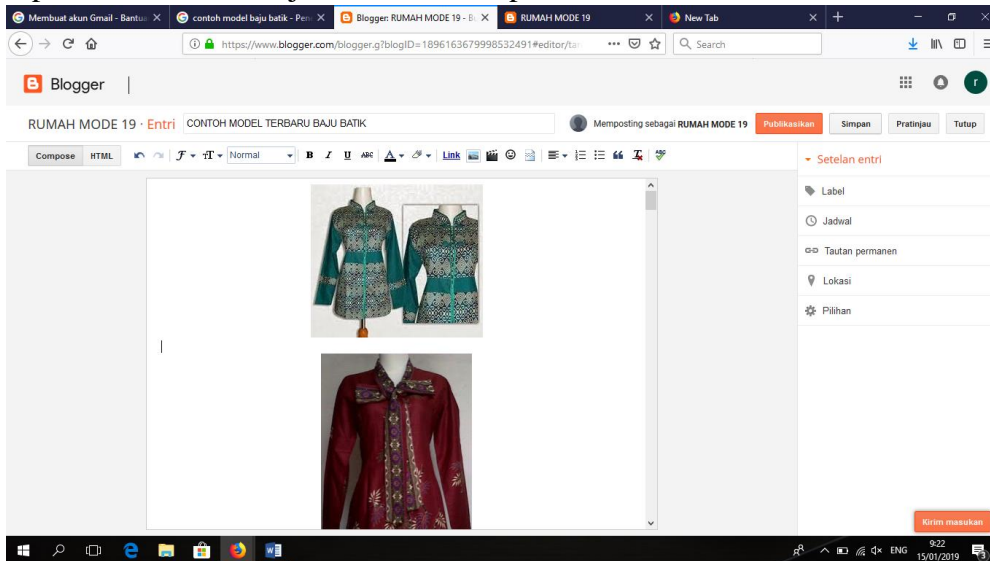
6. Klik Postingan, masukan bahan-bahan yang akan di pasting



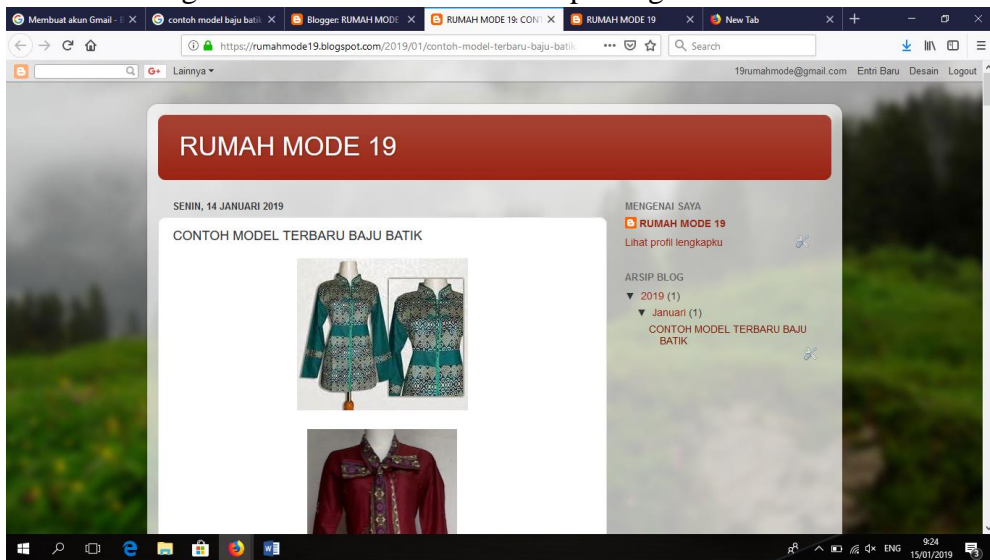
7. Klik lihat blog untuk melihat hasil postingan



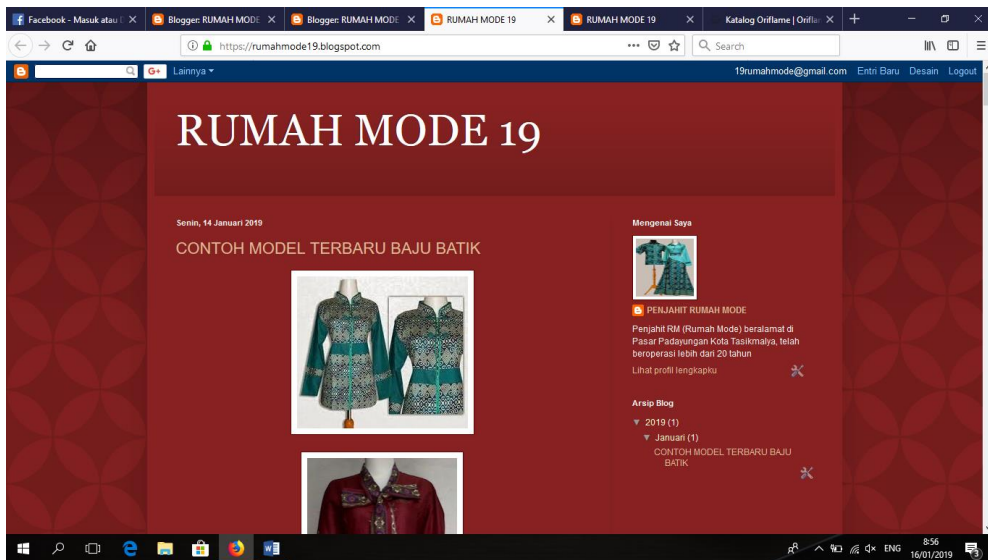
8. Input model-model baju batik untuk di publish



9. Klik lihat Blog untuk kembali melihat hasil postingan



10. Mengubah template → klik dashboar → klik template → pilih sesuai keinginan



(gambar : tampilan Blog hasil pelatihan)

## 11. Login dengan salah satu media sosial yang telah di buat (facebook)

