

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
KOMPETITIF KLASTER**



**WORKSHOP STRATEGI PEMASARAN BAGI ENTERPRENEUR  
PEDAGANG PASAR NUSUKAN DI SOLO**

Oleh:

**Dr. Dra. Betty Gama, M.Si. - NIDN. 0628086201 (Ketua)**  
**Dr. Drs. Yoto Widodo, M.Si. - NIDN. 0606016303 (Anggota)**  
**Henny Sri K, S.Sos.,M.I.Kom. - NIDN. 0605118002 (Anggota)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
SUKOHARJO**

**AGUSTUS, 2022**



**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KOMPETITIF KLASTER  
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA**

**Judul Penelitian** : WORKSHOP STRATEGI PEMASARAN BAGI ENTERPRENEUR PEDAGANG PASAR NUSUKAN DI SOLO

**Kode / Nama Rumpun Ilmu Luaran** : 622 / Ilmu Komunikasi  
: Prosiding Nasional

**Ketua Peneliti**

a. Nama Lengkap : BETTY GAMA  
b. NIDN : 0628086201  
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
d. Program Studi : Ilmu Komunikasi  
e. Nomor Hape : 081229346700  
f. Email : bettygama\_62@gmail.com

**Mitra**

Nama Mitra : Pedagang Pasar Nusukan Solo  
Lokasi Mitra : Solo  
Kegiatan/Usaha : Perdagangan kelontong, sepatu dan tas

**Anggota Peneliti 1**

a. Nama : YOTO WIDODO  
b. NIDN : 0606016303

**Anggota Peneliti 2**

a. Nama : HENNY SRI KUSUMAWATI  
b. NIDN : 0605118004

**Biaya Penelitian**

- Dana Internal PT : 5.00  
- Dana Institusi Lain : 0.00

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Henry Sri Kusumawati S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0605118002



Mengetahui  
Dosen  
Fakultas Sosial dan Politik

Dr. Dja Yoto Widodo, M.Si.  
NIDN. 0606016303

Sukoharjo, 13 Aug 2022  
Ketua Peneliti

BETTY GAMA  
NIDN. 0628086201

Menyetujui  
Ketua LPPM  
Universitas Veteran Bangun Nusantara



Dr. Diantoro Hidayat, S.Pd, M.Pd  
NIDN. 0612087801

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Gambar	iv
Surat Pernyataan Bebas Plagiat	v
Ringkasan	vi
Bab 1. Pendahuluan	6
Bab 2. Target dan Luaran	14
Bab 3. Metode Pelaksanaan	16
Bab 4. Hasil dan Pembahasa	23
Bab 5. Kesimpulan	35
Daftar Pustaka	36
Lampiran-Lampiran	

## **DAFTAR GAMBAR**

No.	Keterangan	Hal
1	Etalase Kios Pedagang Pasar Nusukan	10
2	Toko Tas Hendri	26
3	Toko Jam Barito	27
4	Toko Tas Deddy	28
5	Toko Tas dan Sepatu Rita	29
6	Toko Mainan dan Asesoris Difa	30
7	Toko Tas & Sepatu Idris	31
8	Toko Sinar	32
9	Dinda Fashion	33

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.  
Tempat/Tgl. Lahir : Surakarta, 28 Agustus 1962  
NIDN : 0628086201  
Fakultas/Prodi : FISIP/Illmu Komunikasi  
Perguruan Tinggi : Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Karya ilmiah berupa Laporan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul:

**Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterpreneur  
Pedagang Pasar Nusukan Di Solo**

Benar karya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiat.

2. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ilmiah tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Sukoharjo, 10 Juni 2022  
g membuat pernyataan



Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.

## RINGKASAN

Betty Gama, Yoto Widodo, Henny Sri Ksumawati. Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterpreneur Pedagang Pasar Nusukan Di Solo. FISIP Univet Bantara Sukoharjo. 2022.

Pasar Nusukan merupakan pasar tradisional yang terletak di sebelah utara Kota Solo. Di pasar, transaksi antara penjual dan pembeli terjadi dengan jalan tawar menawar. Bentuk transaksi seperti ini tidak terdapat di pasar modern seperti di mall dan supermarket. Pedagang pasar dibagi menjadi tiga bagian yaitu pedagang kios, los dan lapak. Pada kegiatan pelaksanaan pengabdian ini yang dimaksudkan pedagang adalah pedagang kios yang terletak di deretan paling depan bangunan Pasar Nusukan dan dikhususkan pada pedagang kelontong, tas dan sepatu. Pedagang kios ini menempati posisi strategis karena merupakan tempat lalu lalang orang-orang yang hendak keluar masuk pasar. Situasi yang menguntungkan ini kurang dimanfaatkan oleh pedagang kios untuk menawarkan produk barang-barangnya sehingga banyak orang-orang yang hanya sekedar lewat saja tanpa memperhatikan atau bahkan melirik isi kios. Permasalahan mitra yang dihadapi yaitu kurangnya motivasi dalam kewirausahaan dan penataan kios yang kurang rapi sehingga tidak menarik perhatian konsumen. Solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan memberikan workshop pembuatan aplikasi *Imooji* sebagai sarana digital marketing pedagang Pasar Nusukan. Selain itu juga memberikan materi motivasi kewirausahaan, pengarahan research market, digital catalog, perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Adapun luaran dari pengabdian ini yaitu proseding seminar nasional dan publikasi online.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pasar Nusukan Solo, motivasi

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Analisis Situasi**

Pasar Nusukan Solo merupakan pasar tradisional yang terletak di sebelah utara Kota Solo di jalan Kapten Piere Tendean, Kelurahan Nusukan, Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta berdiri pada tahun 1985. Pasar tradisional menurut Nasution dalam Wardoyo (2011:5) adalah tempat berjualan yang tradisional (turun temurun), tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang-barang yang diperjual belikan tergantung kepada permintaan pembeli (konsumen), harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar menawar, pedagang selaku produsen menawarkan harga sedikit di atas harga standar (Wardoyo, 2011:5). Pasar tradisional merupakan cermin dari keberadaan kehidupan sosial di suatu wilayah tertentu. Pasar merupakan pusat kebudayaan, dimana segala macam ekspresi perilaku dan nilai yang melekat dalam masyarakat terekspressi didalamnya. Pasar tradisional memiliki peran penting dalam upaya membangun wawasan kebangsaan untuk ikut membangun suatu bentuk kebudayaan masa depan yang tak lepas dari akar tradisinya. Apabila di pasar tradisional terjadi proses tawar menawar maka di pasar modern proses tawar menawar tidak ditemukan. Pada pasar modern tidak terdapat proses tawar menawar karena pembeli akan membeli barang sesuai dengan harga yang tertera pada barang tersebut.

Pasar adalah suatu tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut Damsar (2002:83), pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Di dalam pasar banyak terdapat fenomena ekonomi. Fenomena itu tercermin dengan adanya aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang dan pembeli serta para tenaga kerja didalamnya.

Keberadaan pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terlepas dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Beberapa pendapat mengungkapkan bahwa dengan semakin berkembangnya pasar modern, mengakibatkan pasar tradisional menjadi semakin terpinggirkan keberadaannya (Djau, 2009). Setiyanto (dalam Djau, 2009) mengemukakan bahwa pasar tradisional memiliki potensi sebagai ikon daerah. Akan tetapi, dengan semakin berkembangnya pasar modern, pasar tradisional menjadi semakin terpinggirkan keberadaannya. Meskipun begitu pasar tradisional memiliki keunggulan dan kelemahan. Pasar tradisional memiliki keunggulan alamiah yang tidak dimiliki oleh pasar modern. Diantaranya, lokasi yang strategis, area penjualan luas, keanekaragaman barang lengkap, harga rendah, dan sistem tawar-menawar (hal ini tidak dimiliki oleh pasar modern). Sedangkan kelemahan pasar tradisional yaitu desain dan tampilan pasar, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan masih sangat lemah (Andriani dan Ali, 2013)

Pedagang pasar tradisional pada umumnya dibagi menjadi tiga bagian yaitu pedagang kios, los dan lapak. Pedagang kios adalah lahan dasar berbentuk bangunan tetap, beratap dan dipisahkan dengan dinding pemisah mulai dari lantai sampai dengan langit-langit serta dilengkapi dengan pintu. Pedagang los adalah lahan dasar berbentuk bangunan tetap, beratap tanpa dinding yang penggunaannya terbagi dalam petak-petak. Sedangkan pedagang lapak adalah tempat dasar yang ditempatkan di luar kios dan luar los. Menurut Wiboonpongse dan Sriboonchitta (2006), pedagang tradisional mempunyai karakteristik yang kurang baik dalam strategi perencanaan, khususnya tidak terpenuhinya jaminan sebagai penyebab rendahnya akses permodalan, tidak memiliki relasi atau kemitraan dengan pemasok, tidak terdapat skala ekonomi, pengelolaan pengadaan barang yang buruk, dan lemahnya kemampuan dalam menyesuaikan selera konsumen.

Dalam kegiatan pengabdian ini yang dimaksudkan dengan pedagang pasar adalah pedagang yang berjualan di kios depan Pasar Nusukan Solo dan pada umumnya berjualan kelontong, tas dan sepatu. Pedagang kios tersebut pada



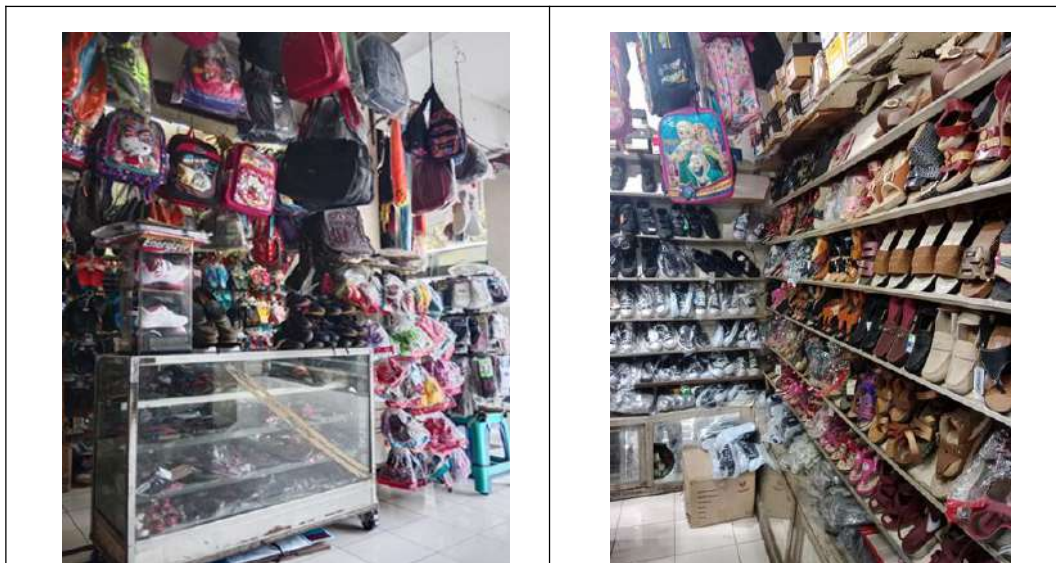
umumnya berasal dari luar Kota Solo dan mereka datang ke Kota Solo sebagai perantau yang mengadu nasib di Kota Bengawan. Sebagai perantau yang berasal dari Sumatera Barat khususnya Negeri Sulit Air, mereka tergabung dalam suatu perkumpulan dengan nama Sulit Air Sepakat (SAS). Anggota perkumpulan ini berasal dari Sulit Air atau keturunan Sulit Air atau orang yang memiliki hubungan kekeluargaan dengan Sulit Air. Pada umumnya para pedagang yang berasal dari Sulit Air atau yang menduduki sebagai pedagang kios sudah lama berjualan di Pasar Nusukan dengan cara konvensional. Barang dagangan ditata di etalase dan sebagian digantung di atas atap kios. Walaupun banyak orang yang lalu lalang di depan kios tetapi pedagang kios tidak memanfaatkan situasi ini dengan baik atau tidak memanfaatkan orang-orang yang lalu lalang tersebut dengan menawarkan produk barang dagangannya. Mereka hanya diam saja. Pedagang kios baru menyapa calon pembeli ketika ada orang yang melirik toko atau menanyakan sesuatu kepada penjual.

Pada hari-hari biasa pedagang kios mengeluh karena sepi pembeli. Apalagi pada saat pandemi Covid-19 mengakibatkan pendapatan semakin berkurang. Salah satu faktor sepi pembeli adalah karena dampak munculnya pasar modern seperti mall dan super market yang lebih memberikan kenyamanan dan keindahan bangunan sehingga pengunjung senang berlama-lama berada di tempat tersebut. Sementara di pasar tradisional kondisi kumuh dan becek. Menjelang tahun ajaran baru anak-anak sekolah merupakan hari yang ditunggu-tunggu karena penuh berkah dan barokah. Hal ini disebabkan karena pada saat seperti itu banyak pembeli yang membeli kebutuhan untuk anak-anak sekolah seperti sepatu, tas, baju dan sebagainya.

Wirasaha (enterpreneur) pedagang kios merupakan satu-satunya mata pencaharian hidup yang dilakukan untuk memenuhi kehidupan keluarga. Sebagai pendatang baru yang berasal dari Sumatera Barat mereka memulai hidup dengan berdagang dan tinggal disekitar Pasar Nusukan. Budaya orang Minang yang dikenal suka merantau menjadikan orang-orang Minang yang berada di perantauan menjalin rasa persatuan dan kesatuan. Hal ini penting dilakukan karena dengan

adanya kebersamaan dapat dijadikan sebagai strategi bertahan hidup, artinya apabila ada orang Minang yang dalam kondisi lemah dan memerlukan bantuan maka orang-orang sesama etnis Minang akan membantu (Gama,dkk., 2017).

Permasalahan pertama yang dihadapi oleh pedagang kios Pasar Nusukan Solo yaitu kurangnya motivasi dalam mengembangkan wirausaha yang dilakukan oleh pedagang. Padahal pedagang menempati posisi paling depan pasar dan menghadap ke barat yang merupakan pintu masuk-keluar menuju pasar. Situasi ini kurang dimanfaatkan oleh pedagang untuk mempromosikan barang-barang dagangannya. Apabila dilihat dari situasi ini pedagang tampaknya kurang memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan usaha yang dilakukan. Pedagang hanya pasrah menunggu datangnya pembeli tanpa menawarkan produknya kepada orang-orang yang lewat, misalnya mengajak orang-orang yang lewat mampir mengunjungi kios.



Gambar 1: Etalase Kios Pedagang Pasar Nusukan

Permasalahan kedua yaitu pedagang belum memiliki strategi yang baik dalam melakukan wirausahaan dan barang-barang dagangan belum tersusun dengan baik dan terkesan semrawut. Etase toko yang kurang tersusun dengan baik tentu saja kurang sedap (enak) dipandang. Oleh karena itu perlu dilakukan inovasi

barang-barang jualan agar dapat dikenal lebih luas di masyarakat. Inovasi yang dimaksud adalah dengan mendata barang-barang secara digital catalog (katalog digital). Katalog digital merupakan media promosi untuk suatu produk yang berbasis multi media. Di era revolusi industri 5.0 penguasaan teknologi sangat penting tidak terkecuali bagi pedagang Pasar Nusukan. Maka dengan menggunakan aplikasi *IMOOJI* pedagang dapat melakukan promosi dengan mudah dan biaya murah.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan diatas, dapat diringkas permasalahan yang dihadapi oleh pedagang kios Pasar Nusukan adalah sebagai berikut:

- a. Kurangnya motivasi dalam mengembangkan enterpreneur (wirausaha) terhadap barang-barang produksi di kios Pasar Nusukan. Pedagang kios merupakan pedagang yang kiosnya berada paling depan bangunan pasar dan sering dijadikan tempat keluar masuk orang-orang yang hendak belanja. Situasi ini kurang dimanfaatkan oleh pedagang untuk mempromosikan barang-barang dagangannya.
- b. Di bidang pemasaran pedagang kios belum memiliki digital katalog sebagai ujung tombak dalam pemasaran dan pedagang kios belum memiliki strategi yang baik dalam melakukan wirausaha. Barang-barang dagangan juga belum tersusun dengan baik dan terkesan semrawut.

## **C. Solusi Yang Ditawarkan**

Permasalahan pertama yang dihadapi oleh pedagang kios Pasar Nusukan Solo yaitu kurangnya motivasi dalam mengembangkan wirausaha yang dilakukan oleh pedagang. Padahal pedangan menempati posisi paling depan pasar dan menghadap ke barat yang merupakan pintu masuk-keluar menuju pasar. Situasi ini kurang dimanfaatkan oleh pedagang untuk mempromosikan barang-barang dagangannya. Apabila dilihat dari situasi ini pedagang tampaknya kurang

memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan usaha yang dilakukan. Pedagang hanya pasrah menunggu datangnya pembeli tanpa menawarkan produknya kepada orang-orang yang lewat, misalnya mengajak orang-orang yang lewat mampir mengunjungi kios.

Permasalahan kedua yaitu pedagang belum memiliki strategi yang baik dalam melakukan wirausahaan dan barang-barang dagangan belum tersusun dengan baik dan terkesan semrawut. Etase toko yang kurang tersusun dengan baik tentu saja kurang sedap (enak) dipandang. Oleh karena itu perlu dilakukan inovasi barang-barang jualan agar dapat dikenal lebih luas di masyarakat. Inovasi yang dimaksud adalah dengan mendata barang-barang secara *digital catalog* (katalog digital). Katalog digital merupakan media promosi untuk suatu produk yang berbasis multi media. Di era revolusi industri 5.0 penguasaan teknologi sangat penting tidak terkecuali bagi pedagang Pasar Nusukan. Maka dengan menggunakan aplikasi *IMOOJI* pedagang dapat melakukan promosi dengan mudah dan biaya murah. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra maka solusi yang ditawarkan kepada pedagang kios Pasar Nusukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Permasalahan Mitra**

No	Jenis Permasalahan	Solusi (Program yang ditawarkan)	Luaran
1	Kurangnya semangat entrepreneurship pada pedagang kios Pasar Nusukan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan penjelasan tentang pentingnya memiliki motivasi kewirausahaan</li> <li>2. Memberikan penjelasan tentang pentingnya <i>research market</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat perubahan pelayanan konsumen melalui <i>pesonal selling</i></li> <li>2. Pedagang memahami pentingnya melakukan <i>research market</i></li> </ol>
2	Penataan barang-	1. Memberikan	Terjadi perubahan

	barang di kios yang belum tersusun rapi	<p>pemahaman pentingnya membuat katalog digital</p> <p>2. Implementasi strategi pemasaran melalui sosial media</p>	<p>pada pedagang kios Pasar Nusukan terhadap pelatihan yang diberikan</p>
--	---	--	---

#### **D. Tujuan Kegiatan**

Program kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa workshop strategi pemasaran ini bertujuan untuk membantu pedagang kios Pasar Nusukan dalam membuat *digital catalog* agar data-data yang berupa jenis-jenis barang yang dijual dapat didokumentasikan dengan baik dan dapat di share melalui media sosial seperti WA, instagram dan facebook.

#### **E. Manfaat Kegiatan**

##### 1. Manfaat Bagi Pedagang (Mitra)

- Kegiatan workshop diharapkan semakin dapat menumbuhkan semangat dan jiwa kewirausahaan serta membangkitkan motivasi untuk selalu berusaha dan berjuang disituasi sulit seperti Pandemi Covid-19
- Pedagang dapat melakukan promosi melalui digital katalog di media sosial (WA, instagram, facebook) dengan biaya murah dan jangkauan penyebaran luas.
- Kegiatan ini diharapkan dapat membangkitkan dorongan melakukan *research market* terhadap kebutuhan konsumen sehingga pedagang dapat menyiapkan kebutuhan konsumen.

##### 2. Manfaat Bagi Perguruan Tinggi Univet Bantara)

- Memperluas hubungan kemitraan antara perguruan tinggi dengan pihak pedagang Pasar Nusukan di Solo.

- Mendukung kurikulum fakultas utamanya mata kuliah Kewirausahaan sehingga akan mampu menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

## BAB 2

### TARGET DAN LUARAN

#### A. Target Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

Mitra kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah pedagang kios Pasar Nusukan yang menempati posisi paling depan pasar dengan jumlah sebanyak 8 pedagang. Pedagang tersebut pada umumnya melakukan usaha dengan berjualan tas, sepatu, pakaian, mainan anak, jam, dan kelontong. Berdasarkan observasi yang dilakukan ternyata pedagang tersebut merupakan perantauan dari Sumatera Barat yang mengadu nasib di Kota Solo. Berdagang di pasar merupakan mata pencaharian utama yang sudah dilakukan selama puluhan tahun.

Apabila dicermati keadaan kios pedagang ternyata belum tertata dengan rapi bahkan terkesan semrawut. Kondisi ini tentu saja kurang menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu diperlukan strategi agar etalase tampak indah dan cantik dipandang mata. Pendataan barang keluar-masuk dilakukan secara manual atau dicatat dalam buku catatan. Pedagang belum memanfaatkan teknologi komunikasi yang sudah berkembang dengan cepat misalnya dengan menggunakan aplikasi *Imooji* berupa digital katalog. Aplikasi *Imooji* ini yang diberikan kepada mitra workshop. Digital katalog bentuknya mirip dengan brosur dapat digunakan sebagai media promosi dan informasi produk barang yang dijual. Dapat di share melalui media sosial seperti WA, instagram, dan facebook.

**Tabel 2: Luaran yang Ditargetkan selama Program Pengabdian**

No	Program	Spesifikasi/Keterangan	Luaran
1.	Branding product	Memberikan pemahaman mengenai pentingnya melakukan Research Market dan bagaimana suatu produk dikemas agar menarik perhatian	Meningkatkan pengetahuan dan dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen
2.	Digital Catalog	Inventarisasi barang-barang yang dijual dengan memanfaatkan aplikasi digital	Mitra dapat mempelajari dan menguasai cara penggunaan digital

		dan Penataan kios agar terlihat rapi dan bersih	catalog
3.	Motivasi Wirausahaan	Pentingnya memiliki motivasi untuk meumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi pedagang	Pedagang memiliki kemauan keras dan kreatifitas
4.	Perilaku konsumen	Memahami motivasi dan perilaku seorang konsumen	Pedagang mengerti dan memahami perilaku konsumen
5.	Strategi Marketing	Rencana pedagang untuk mengenalkan barang-barangnya agar mencapai target penjualan.	Penggunaan sosial media untuk bentuk publikasi

### **B. Target Khusus Kegiatan IbM**

Target khusus yang diharapkan pada mitra pedagang kios Pasar Nusukan di Solo sebagai berikut:

1. Bertambahnya keterampilan kerja dan berkembangnya sifat kreatifitas dan inovatif pedagang Pasar Nusukan dalam menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan di era digital.
2. Menumbuhkan minat dan motivasi untuk update status digital catalog sehingga produk yang ditampilkan tampak baru dan terkini.
3. Memberikan pelatihan penggunaan aplikasi Imooji

### **C. Luaran**

1. Publikasi pada jurnal Pengabdian nasional ber ISSN pada Jurnal Ilmiah Pengabdhi-Universitas Trunojoyo Madura.
2. Pedagang Pasar Legi Menggunakan aplikasi Imooji sebagai sarana pemasaran produk digital
3. Publikasi di media online



## **BAB 3**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **A. Kerangka Pemecahan Masalah**

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas melakukan pengabdian dengan memberikan pengetahuan dan mengajarkan secara langsung kepada mitra agar pedagang kios Pasar Nusukan memiliki kemampuan dalam melakukan promosi produk barang dengan menggunakan digital katalog. Informasi digital katalog dapat disebarluaskan melalui WA, instagram dan facebook. Hal ini perlu dilakukan mengingat saat ini memasuki era digital

#### **B. Realisasi Pemecahan Masalah**

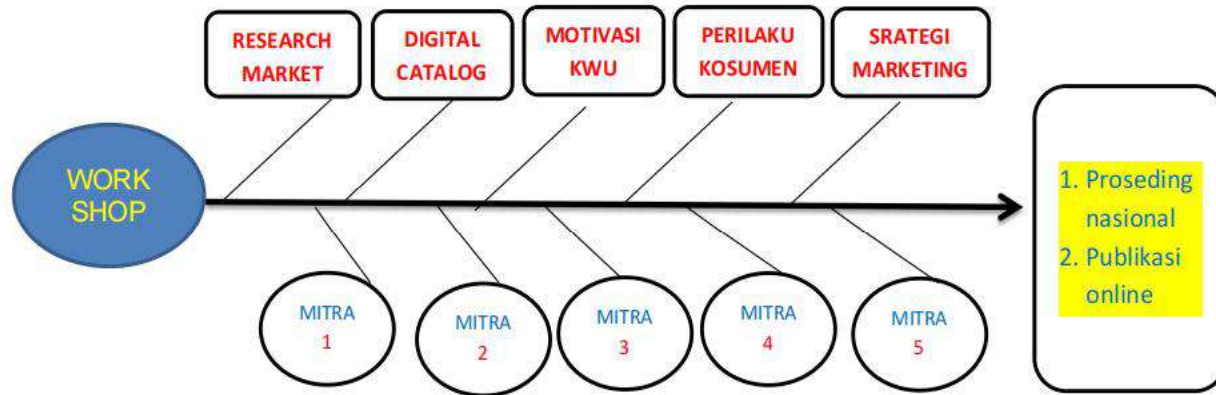
Kegiatan pengabdian di Pasar Nusukan dilakukan dengan persiapan melakukan koordinasi dengan pedagang kios pasar yang berjualan tas, sepatu, pakaian, jam dan kelontong. Semua kios terletak di depan pasar yang membentang dari utara - selatan. Pada pertemuan awal ini disepakati bahwa Tim Pengabdian akan kembali lagi ke pasar untuk melakukan pendataan kios lebih dalam yang menyangkut masalah nama pemilik kios, HP, produk barang yang dijual, dan sebagainya. Tim Pengabdian juga melakukan pengambilan gambar/foto yang akan dijadikan promosi pada digital katalog. Kegiatan ini dilakukan sebanyak tiga kali pertemuan dengan pedagang kios.

Selanjutnya Tim Pengabdian menyusun materi yang dipaparkan pada saat pengabdian berlangsung. Adapun pembagian penyampaian materi sebagai berikut: materi mengenai Motivasi Wirausahaan disampaikan oleh Dr. Betty Gama, M.Si., dilanjutkan dengan penyampaian materi Perilaku Konsumen oleh Dr. Yoto Widodo, M.Si. dan kemudian materi Strategi Marketing oleh Henny Sri Kusumawati, S.Sos, M.I.Kom. Sedangkan materi utama kegiatan workshop disampaikan oleh Pendamping UMKM Nasional yaitu Yoppy Syahrial, SE, MM dengan tema Digital Katalog dan Sofyan Yuli, S.Sos. Yang merupakan *owner* Majalah Larise dengan tema *Branding Product*

### **C. Metode Pelaksanaan**

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi maka perlu melakukan pendampingan dan perencanaan strategi pemasaran bagi enterpreneur pedagang kios Pasar Nusukan Solo. Metode pelaksanaan workshop, dimulai dengan melakukan persiapan berupa, pertama temu gagasan antara Tim Pelaksana Pengabdian dan pihak mitra pedagang kios Pasar Nusukan Solo mengenai pelaksanaan workshop pengabdian pada bulan Juli 2022. Kedua, pemantapan dan penentuan kegiatan yang menyangkut tanggal kegiatan, jadwal kegiatan, peserta dan sebagainya. Ketiga, workshop dilaksanakan dengan mengundang narasumber Pendamping UMKM Nasional.

Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterpreneur Pedagang Pasar Nusukan Di Solo



#### **D. Khalayak Sasaran**

Khalayak sasaran pengabdian adalah pedagang kios Pasar Nusukan. Mitra pedagang ini menempati posisi di depan pasar menghadap ke arah barat. Jumlah pedagang ada 8 orang dengan barang dagangan yang dijual berupa tas, sepatu, jam, mainan anak dan kelontong.

**Tabel 3. Peserta Workshop Strategi Pemasaran**

No.	Nama
1.	Nanik
2.	Ganto Suaro
3.	Puteri
4.	Anwar Riwaldi
5.	Idfayeni
6.	Hidayati
7.	Emi Hamidah
8.	Rita

#### **E. Materi Kegiatan Pengabdian**

Realisasi pemecahan masalah berupa workshop strategi pemasaran tentang pembuatan digital catalog yang berisi foto/gambar barang yang dijual oleh pedagang Pasar Nusukan. Hasil pembuatan digital katalog ini kemudian di share melalui WA dan instagram,

Berdasarkan hasil rapat Tim Pelaksana Pengabdian yang terdiri dari Dr. Betty Gama, M.Si., Dr. Yoto Widodo, M.Si. dan Henny Sri Kusumawati, S.Sos.,M.I.Kom. maka Tim Pelaksana dalam melaksanakan kegiatan bekerja sama dengan Pendamping UMKM Nasional yaitu Yoppy Syahrial, SE.,MM. Dan Sofyan Yuli, S.Sos. selaku owner Majalah Larise. Kerja sama dengan pihak luar dimaksudkan agar peserta diklat mendapat pengalaman belajar dari orang yang berkompeten dibidangnya dan disamping itu guna menambah kepercayaan peserta

terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Kegiatan workshop dilaksanakan pada hari Jumat (tanggal 29 Juli 2022) bertempat di Pose In Hotel`Solo. Adapun jadwal kegiatan workshop berikut sebagai berikut:

**Tabel 4. Susunan Acara Kegiatan Workshop**

<b>Pukul</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Pelaksana</b>
13.00-13.15	Daftar Ulang Peserta	Tim Pengabdian
13.15-13.30	Pembukaan	MC
13.35-14.00	Motivasi Wirausahaan	Dr. Betty Gama, M.Si.
14.05-14.30	Perilaku konsumen	Dr. Yoto Widodo, M.Si.
14.35-15.00	Strategi Marketing	Henny SK, S.Sos.,M.I.Kom
15.00-15.15	ISTIRAHAT	Peserta
15.20-15.55	Branding Product	Sofyan Yuli, S.Sos
16.00-16.45	Digital Catalog	Sofyan Yuli, S.Sos
16.50-17.00	PENUTUPAN	Tim Pengabdian

#### **F. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat**

Kegiatan workshop strategi kewirausahaan pedagang kios Pasar Nusukan Solo dibuka oleh Dekan FISIP Univet Bantara Sukoharjo, Dr. Yoto Widodo, M.Si. Dalam sambutannya Dekan menyatakan pentingnya pedagang memperhatikan perkembangan teknologi. Salah diantaranya dengan memanfaatkan aplikasi *Imooji* yang dapat dijadikan media promosi dalam bentuk digital katalog. Setelah selesai upacara pembukaan kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat. Kegiatan dilakukan dengan metode pembelajaran interaktif sehingga peserta dapat melakukan praktek langsung berdasarkan pengarahan dari narasumber. Adapun materi kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

## 1. Motivasi Wirausaha

Materi motivasi wirausaha disampaikan oleh Dr. Betty Gama, M.Si. Materi ini menjelaskan bahwa didalam berwirausaha diperlukan dorongan, semangat kerja, minat dan motivasi yang tinggi pada seseorang untuk mau mencapai kesuksesan usaha tersebut. Apabila seorang entrepreneur menjalankan usahanya dengan optimis dan penuh keyakinan diri maka akan mencapai keberhasilannya dalam berwirausaha. Motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.

## 2. Perilaku Konsumen

Materi Perilaku konsumen disampaikan oleh Dr. Yoto Widodo, M.Si. Perilaku konsumen atau consumer behavior adalah studi tentang individu dan organisasi, serta bagaimana mereka memilih dan menggunakan produk. Perilaku konsumen biasanya dipengaruhi oleh 3 tiga faktor yaitu faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor sosial. Secara garis besar, memahami perilaku konsumen dalam bisnis dapat membantu perusahaan untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat sehingga menghasilkan proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen, penjual dapat melakukan evaluasi bisnis serta merancang strategi pemasaran kepada konsumen yang tersegmentasi.

## 4. Strategi Marketing

Strategi pemasaran atau strategi marketing, adalah rencana suatu perusahaan untuk bisa memperkenalkan brand seluas mungkin guna mencapai target pelanggan dan penjualan. Demikian bahasan dalam strategi marketing yang disampaikan oleh Henny Sri Kusumawati, S.Sos.,M.I.Kom. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan strategi pemasaran melalui media sosial.

Membuat konten menjadi viral merupakan salah satu strategi penjualan dan strategi pemasaran bisnis online. Sementara itu pelaku bisnis online menginginkan agar kontennya menjadi viral. Viral sendiri dalam dunia pemasaran atau marketing didefinisikan sebagai strategi dan proses penyebaran pesan elektronik untuk mengomunikasikan informasi dari suatu produk kepada masyarakat secara luas.

#### 4. Branding Product

Materi Branding Bagi Produk dan Usaha disampaikan oleh Sofyan Yuli Antonius, S.Sos. Menjelaskan pentingnya promosi untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan usaha kepada konsumen. Melalui promosi suatu produk akan mudah dikenal masyarakat. Membangun brand diibaratkan seperti menjalin komunikasi dari hati ke hati.

#### 5. Digital Catalog

Digital catalog membahas tentang bagaimana kita memanfaatkan aplikasi *Imooji* untuk memasarkan produk barang-barang yang dijual. Materi disampaikan oleh Yoppy Syahrial, SE.MM seorang staf pengajar Fakultas Ekonomi Univet Bantara Sukoharjo dan sekaligus Pendamping UMKM Nasional. Penggunaan digital katalog yang berbentuk brosur digital dapat dishare melalui WA, instagram dan facebook.

#### 6.. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana tingkat pemahaman pedagang Pasar Nusukan dalam menggunakan aplikasi *Imooji* dan memanfaatkan digital katalog sebagai media promosi melalui media sosial.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Kegiatan Pengabdian

##### 1. Menumbuhkan Minat dan Motivasi Untuk Berusaha

Kegiatan Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterpreneur Pedagang Pasar Nusukan Di Solo dilaksanakan pada hari Jumat, 29 Juli 2022 bertempat di Pose In Hotel Solo, Jalan W. Mongisidi Solo. Workshop diikuti oleh 8 peserta pedagang kios Pasar Nusukan Solo. Pedagang kios yang dijadikan mitra kegiatan ini adalah pedagang yang berjualan tas, sepatu, sandal, kelontong dan jam. Adapun peserta kegiatan sebagai berikut:

Tabel 5. Peserta Workshop

No.	Nama Toko	Nama Peserta
1	Toko Tas Hendry	Idfayeni
2	Toko Jam Barita	Ganto Suaro
3	Toko Tas Dedy	Yamuar
4	Toko Tas dan Sepatu Rita	Rita
5	Toko Mainan & Assesories Difa	Hamidah
6	Toko Tas Sepatu Idris	Idris
7	Toko Sinar	Anwar Riwaldi
8	Dida Fashion	Ratna Yunis

Melalui berbagai materi kewirausahaan yang disampaikan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat, diharapkan mitra dapat memahami dan mengerti sehingga mempunyai kemauan untuk menggunakan Digital Katalog sebagai media promosi dan informasi penjualan produk barang-barang. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan workshop pada tanggal 29 Juli 2022 terlihat mitra sangat antusias dalam



mendengarkan paparan materi yang disampaikan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat. Sikap yang ditunjukkan juga sama ketika Tim Pengabdian Pada Masyarakat datang mengambil beberapa sampel foto di Pasar Nusukan untuk keperluan Digital Katalog.

Selain menyampaikan materi berkaitan dengan kewirausahaan yang disampaikan oleh Tim Pengabdian, workshop ini juga memberikan pelatihan bagaimana menggunakan aplikasi *Imooji* dalam bentuk digital katalog. Untuk membuat digital katalog dilakukan dengan cara:

- Melakukan pemotretan atau pengambilan foto barang dagangan yang dipasang di kios/etalase. Foto tersebut dijadikan model yang dipamerkan atau ditampilkan dalam aplikasi *Imooji*
- Melakukan editing foto. Editing perlu dilakukan untuk memberikan efek-efek tertentu sehingga foto tampak lebih tajam dan cantik.
- Selesai melakukan editing foto, langkah berikutnya adalah memasukkan foto yang telah di edit ke aplikasi *Imooji*. Memilih *templete* yang dikehendaki dan selanjutnya mengikuti prosedur yang ada pada pada aplikasi tersebut.

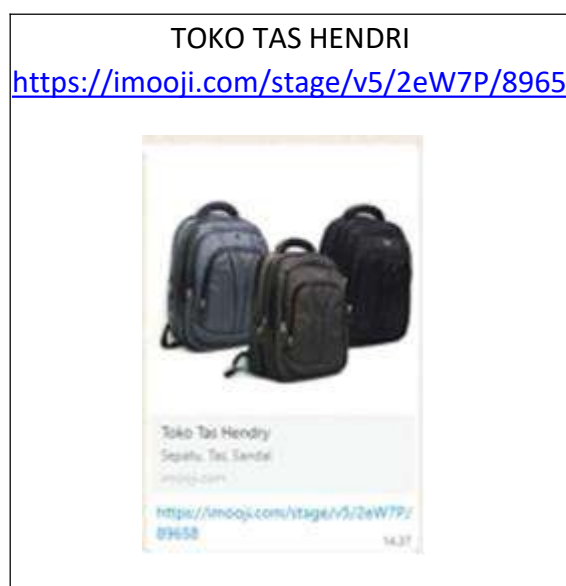
Teknologi informasi yang berkembang semakin cepat menjadikan seseorang harus melek teknologi. Salah satu diantaranya adalah memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang terdapat pada pengguna internet sebagai media promosi dan informasi, misalnya aplikasi *Imooji*. Mitra pedagang kios Pasar Nusukan semuanya belum mengenal aplikasi *Imooji*. Ketika Tim Pengabdian memberikan penjelasan singkat bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut, mitra pedagang kios Pasar Nusukan memberikan reaksi positif karena penggunaannya sangat mudah dan tinggal di share melalui WA, instagram dan facebook. Hal ini menjadikan motivasi dan dorongan semanga bagi mitra untuk mempelajari lebih lanjut.

## 2. Aplikasi Imooji Sebagai Media Promosi

Kegiatan workshop ini menghasilkan 8 bentuk aplikasi *Imooji* berupa tayangan digital katalog yang memberikan informasi tentang usaha dagang yang dijual di kios mitra. Adapun penjelasan 8 bentuk aplikasi Imoji sebagai berikut:

### a. Toko Sepatu Hendri

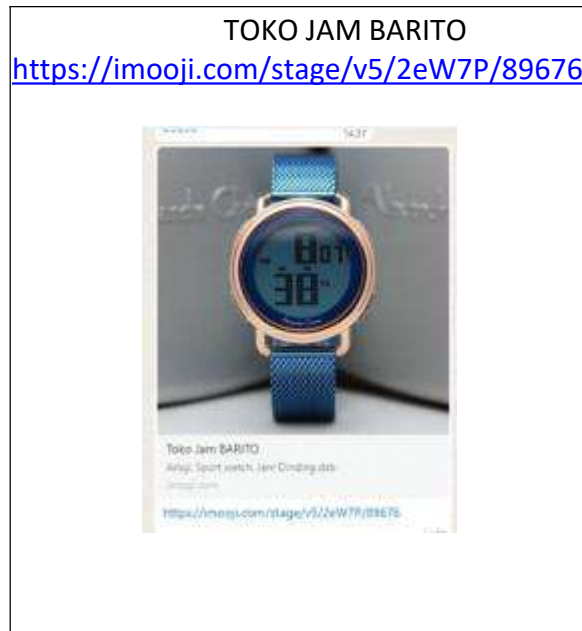
Toko Sepatu Hendri menjual berbagai macam jenis tas, sepatu, sandal, kaos kaki, dan ikat pinggang. Kios milik Ibu Idhayeni ini terletak di bangunan depan Pasar Nusukan dan penuh dengan barang dagangan. Ibu Idhayeni sudah melakukan usaha dagang selama 17 tahun dan tidak memiliki karyawan atau pegawai, toko dikelola sendiri dari pagi hingga sore hari karena suaminya sudah wafat setahun yang lalu. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/8965>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 2: Toko Tas Hendri

## b. Toko Jam Barita

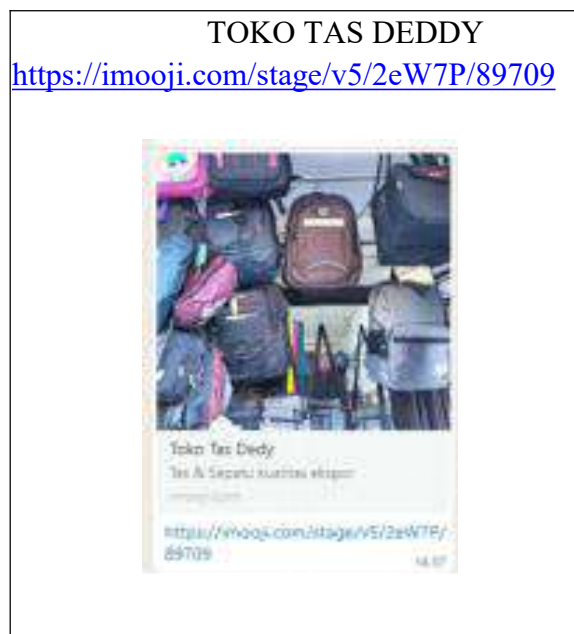
Toko Jam Barito menempati posisi utara pintu masuk utama Pasar Nusukan. Berbagai macam jam tangan terletak di etalase tampak tersusun rapi dan di dinding kios berbagai merk jam dinding juga tampak rapi. Toko jam milik Bapak Ganto Suaro, SE merupakan satu-satunya toko jam yang terdapat di pasar Nusukan. Spesialisasi dari toko jam ini lebih mengarah kepada masalah service jam. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89676>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 3: Toko Jam Barito

### c. Toko Tas Dedy

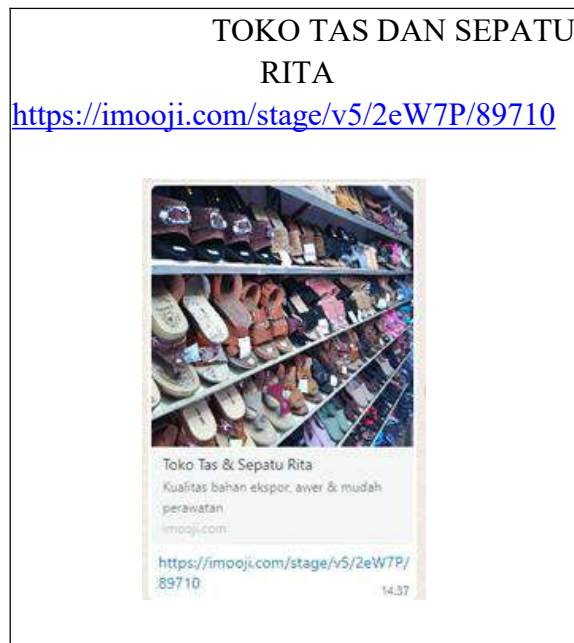
Toko Tas Dedy berada tepat di pintu masuk utama Pasar Nusukan. Toko milik Bapak Yamuar ini berdiri disisi kanan-kiri pintu masuk dan kiosnya terkesan besar bila dibandingkan dengan yang lainnya. Berjualan tas, sepatu, sandal baik ukuran anak-anak, dan dewasa. Ikat pinggang, kaos kaki dan sebagainya. Bapak Yamuar dan isteri merupakan perantauan dari Sumatera Barat dan telah lama menetap dan berdagang di Pasar Nusukan sudah 25 tahun. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89709>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 4: Toko Tas Dedy

#### d. Toko Tas dan Sepatu Rita

Toko Tas dan Sepatu Rita menjual beraneka macam tas, sepatu dan sandal. Toko milik Ibu Rita Sundari berdiri 3 tahun yang lalu dan toko tersebut dikelola sendiri. Setiap pagi Ibu Rita membuka toko sendiri dan menjelang magrib toko ditutup sendiri. Ibu Rita hidup bersama seorang anaknya yang masih di bangku SD. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89710>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 5: Toko Tas dan Sepatu Rita

e. Toko Mainan & Assesories Difa

Toko ini berbeda dengan toko lainnya karena barang dagangan yang dijual sangat berbeda. Toko milik Ibu Hidayati ini menjual berbagai macam mainan anak dan asesories seperti mobil-mobilan, pistol-pistolan, bros, bando, penjepit rambut, pita dan sebagainya. Ibu Hidayati meneruskan usaha milik orang tuanya. Usaha dagang mainan dan asesories dikelola Ibu Hidayati sejak 17 tahun yang lalu. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89785>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 6: Toko Mainan dan Asesories Difa

#### f. Toko Tas & Sepatu Idris

Toko Tas & Sepatu Idris menjual berbagai macam kebutuhan tas dan sepatu ukuran dewasa dan anak. Di dalam kios juga terpajang beberapa mainan anak dengan harga yang terjangkau. Bapak Idris sudah lama membuka usaha dagang tas dan sepatu di Pasar Nusukan. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89786>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 7: Toko Tas & Sepatu Idris

#### g. Toko Sinar

Toko Sinar menjual barang-barang kelontong seperti ember, sendok, garpu, panci, wajan, gelas kaca, gelas, plastik, dan sebagainya. Toko Sinar milik Bapak

Harmanto berdiri 25 tahun yang lalu. Kios yang terletak disamping pasar ini sangat penuh dengan barang dagangan sehingga ruang untuk lewat penjualpun sangat sempit. Toko ini banyak dikunjungi pembeli karena barang dagangannya sangat banyak. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89787>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



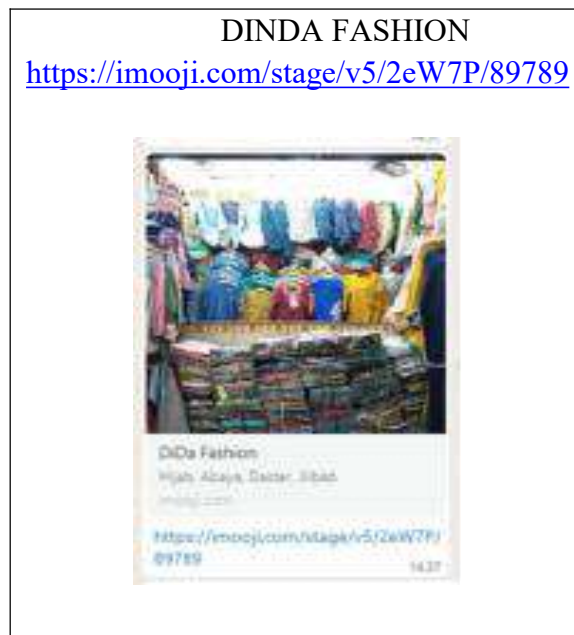
Gambar 8:

#### h. Dinda Fashion

Kios Dinda Fashion terletak didalam pasar dan termasuk barisan depan dalam pasar. Kios Dinda Fashion merupakan milik Ibu Ratna Yunis yang sudah berjualan di pasar selama 4 tahun. Usaha dagang berupa baju, kaos, daster, damis, dan sebagainya terpajang sangat banyak dengan berbagai macam bentuk dan



ragamnya. Ibu Ratna menyambut baik ketika Tim Pengabdian Masyarakat datang dan bertemu dikiosnya. Sangat antusias dengan kegiatan yang ditawarkan. Berdasarkan hasil pemotretan yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Pada Masyarakat dan setelah dilakukan olah data dengan menggunakan aplikasi *Imooji* maka dihasilkan tayangan Digital Katalog seperti dibawah ini. Untuk mendapatkan info lebih lanjut maka dilakukan dengan klik link: <https://imooji.com/stage/v5/2eW7P/89789>. Selanjutnya apabila ingin mendapatkan informasi lebih lanjut lagi seperti untuk mengetahui harga barang, lokasi kios atau pasar dapat melakukan klik gambar telepon WA yang terdapat pada tayangan tersebut.



Gambar 9: Dinda Fashion

## B. Pembahasan

Mitra pedagang Pasar Nusukan di Solo belum mengenal aplikasi *Imooji* dan bahkan belum memanfaatkan aplikasi tersebut. Aplikasi *Imooji* merupakan aplikasi dari pemerintah yang diperuntukkan untuk pelaku usaha ekonomi kreatif dan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Aplikasi *Imooji* dapat digunakan melalui Whats App (WA), Facebook (fb) dan Instagram (IG). Dirancang sangat mudah agar banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Manfaat

*Imooji* antara lain sebagai katalog produk (*e-catalog/e-brochure*), *company profile*, undangan *event*, *e-Newsletter* dan *greetings*)

Media sosial belum banyak dimanfaatkan mitra sebagai sarana promosi usaha dagang/berjualan. Beberapa dari mitra pernah menggunakan IG untuk promosi tetapi tidak efektif karena tidak meningkatkan penjualan. Aplikasi *Imooji* berisi produk katalog/digital katalog memuat foto-foto produk usaha mitra. Tampil elegant, indah, menarik, lengkap dengan musik & animasi dan dapat direshare dengan mudah serta efisien karena cuma perlu bagikan satu link saja. Kemudahan inilah yang menarik perhatian mitra sehingga mitrapun dengan senang hati menerima aplikasi dalam bentuk digital katalog yang dibuatkan oleh Tim Pengabdian. Mitra pedagang Pasar Nusukan sebagai seorang enterpreneur diharapkan dapat meningkatkan motivasi berusaha dan bekerja sehingga meningkatkan produksi penjualan.

Tim Pengabdian Pada Masyarakat tidak memberikan pelatihan mengenai editing foto dan bagaimana unggah data menggunakan aplikasi *Imooji*. Hal ini disebabkan karena mitra pedagang Pasar Nusukan tidak begitu mengenal internet dan media sosial sebagai sarana promosi dan informasi dengan baik, selain itu disebabkan mitra sibuk berdagang di pasar dari pagi hingga sore. Masalah editing foto juga kurang dipahami dalam pengertian tidak dapat dikerjakan sendiri. Meskipun mitra memiliki handphone (HP) dengan kualitas bagus tetapi beberapa diantaranya (4 orang) tidak memegang HP. Mereka menggunakan HP hanya untuk melakukan komunikasi lisan atau berbicara secara langsung saja, sedangkan HP dipegang oleh isteri atau anak.

Setelah melalui penjelasan panjang lebar mengenai penggunaan aplikasi *Imooji* diharapkan mitra dapat membuat digital katalog sendiri bahkan lebih bervariasi dengan foto-foto yang lebih menarik. Melalui digital katalog data-data produk dagang dapat didokumentasikan dan dishare dengan mudah

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Mitra belum memanfaatkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan aplikasi *Imooji* sebagai salah satu strategi pemasaran barang dagangan. Sebagian besar penggunaan media sosial sebagai sarana promosi masih rendah yang disebabkan karena belum mengerti cara penggunaannya.
2. Kegiatan workshop kewirausahaan dapat menambah pengetahuan mitra tentang adanya aplikasi *Imooji* dengan program digital katalog yang dapat digunakan sebagai sarana promosi dan informasi barang-barang dagangan yang terdapat di kios. Aplikasi ini dapat dishare menggunakan Whats App, Instagram dan Facebook dengan mudah.

#### **B. Saran**

1. Meskipun pasar tradisional sudah mulai sepi pengunjung tetapi hal tersebut jangan melemahkan semangat pedagang sebagai seorang entrepreneur. Oleh karena itu jiwa dan semangat wirausaha harus tetap tinggi. Menjadi wirausaha inovatif dengan memiliki ide-ide kreatif dan semangat pantang menyerah menaklukkan kompetitor atau para pesaing tanpa menjatuhkan lawan.
2. Selalu mencari peluang usaha dengan membuat digital katalog menggunakan aplikasi *Imooji* dan mencoba berbagai macam versi sehingga bentuknya bervariasi. Menambah jejaring sosial dan selalu melakukan share agar dikenal masyarakat secara luas. Cepat memberikan respon apabila mendapatkan chat dari calon konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Maritfa Nika dan Mohammad Mukti Ali. 2013. Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta. Jurnal Teknik PWK Volume 2 Nomor 2 2013. Online :<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/pwk>
- Betty Gama, Yoto Widodo, Hariyanto. 2017. Pengembangan Model Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima Perantau Etnis Minang dan Penduduk Asli di Pasar Nusukan Solo. Laporan Akhir Penelitian Produk Terapan Dikti.
- Damsar, (2002), Sosiologi Ekonomi, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada.
- Suryana. 2006. Kewirausahaan. Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wardoyo, Ardyan Jefri. 2011. Respon Masyarakat Terhadap Keberadaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kelurahan Kauman Kecamatan Nganjuk Kabupaten Nganjuk. Portal Tugas Akhir. Bangkalan: Universitas Trunojoyo. Tidak diterbitkan. <http://pta..ac.i/Program Studi Sosiologi, Universitas Trunojoyo>. 8 Oktober 2014.
- Wiboonpongse, A., S. Sriboonchitta and Y. Chaovanapoonphol. 2006. Reviews of Knowledge of Informal Labor in Contract Farming and Hired Labor. Health Promotion Plan for Informal Farm Labor Sector. Thai Health Promotion Foundation.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Lampiran 1. Susunan Organisasi Tim Abmas Dan Pembagian Tugas.

Lampiran 2. Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul.

Lampiran 3. Surat Tugas

Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Pengabdian

Lampiran 5. Surat Pernyataan Kesanggupan Pelaksanaan PPM

Lampiran 6. PPT Tim Pengabdian

Lampiran 7. Foto Kegiatan

Lampiran 8. Gambaran Ipteks Yang Akan Ditransfer Kepada Mitra.

Lampiran 9. Daftar Hadir Mitra

Lampiran 10. Peta Lokasi Wilayah Mitra

Lampiran 11. Daftar Hadir

Lampiran 12. Publikasi Majalah Larise

**Lampiran 1. Susunan Organisasi Tim Abmas Dan Pembagian Tugas**

Nama / NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
Dr. Betty Gama, M.Si. NIDN. 0628086201	Univet Bantara Sukoharjo	Ilmu Komunikasi	10 jam/ Minggu	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pembuatan proposal</li><li>- Analisis data</li><li>- Menyusun laporan hasil pengabdian</li></ul>
Drs. Yoto Widodo, M.Si. NIDN. 0606016303	Univet Bantara Sukoharjo	Sosiologi dan Pariwisata	8 jam/ Minggu	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sosialisasi mitra</li><li>- Melaksanakan kegiatan</li><li>- Membuat rancangan kegiatan</li></ul>
Henny SK, S.Sos.,M.I.Kom NID. 0605118002	Univet Bantara Sukoharjo	Ilmu Komunikasi	8 jam/ Minggu	<ul style="list-style-type: none"><li>- Mencatat pengeluaran dana kegiatan</li><li>- Membantu analisis pengabdian</li><li>- Membuat rancangan kegiatan</li></ul>
Mulyo Agung (mahasiswa)	Univet Bantara Sukoharjo	Ilmu Komunikasi	5 jam/ Minggu	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dokumentasi kegiatan</li><li>- Membantu analisis pengabdian</li></ul>

## Lampiran 2. Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

### A. Biodata Ketua

1	Nama Lengkap	Dr. Dra. Betty Gama, M.Si
2	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
3	Jabatan Struktural	Wakil Dekan
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	19620828198907 2 124
5	NIDN	0628086201
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Surakarta, 28 Agustus 1962
7	Alamat Rumah	Jl. Batam 18 Solo
8	Nomor Telepon/Faks/ HP	0271-637364/-/08122651694
9	Alamat Kantor	Jl. Letjen S Humardani No. 1 Sukoharjo
10	Nomor Telepon/Faks	0271-593156/0271-591065
11	Alamat e-mail	bettygama_62@ymail.com
12	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1= 97 orang; S-2= - Orang; S-3= - Orang
13	Mata Kuliah yg Diampu	Pengantar Ilmu Komunikasi
		Dasar-Dasar Jurnalistik
		Dasar-Dasar Public Relation

### B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	UNS Surakarta	UNS Surakarta	UNS Surakarta
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi	Kajian Budaya
Tahun Masuk-Lulus	1981 - 1987	2001 - 2004	2015-
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Video Tape Recorder dan Minat Menonton Film	Media Massa dan Information Holding	Konstruksi Pemberitaan <i>Solopos</i> Tentang

	Bioskop		<i>Blusukan</i> Pilkada Kota Surakarta
Nama Pembimbing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Drs. Nuryanto</li> <li>- Drs. Totok Sarsito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sasa Djuarsa Sendjaya, Ph.D.</li> <li>- Drs. Haryanto, M.Lib.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prof. Dr. Bani Sudardi, M.Hum.</li> <li>- Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS.</li> <li>- Prof. Wakid Abdullah, M.Hum</li> </ul>

**C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir** (Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2016	Berita Pernyataan Jokowi Marah Terkait Sidang MKD dan Pencatutan Namanya oleh Setya Novanto di Youtube	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--
2	2017	Makna Simbolik Komunikasi Antar Budaya Pada Perayaan Grebeg Sudiro di Solo	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--
3	2017	Pengembangan Model Strategi Bertahan Hidup Pedagang Kaki Lima Perantau Etnis Minang dan Penduduk Asli di Pasar Nusukan Solo	Penelitian Produk Terapan Dikti	Rp 46.250.000,-
4	2018	Pertarungan Wacana Representasi Iklan Politik Media Luar Ruang Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--
5	2019	Media Sosial dan Patisipasi	Kompetitif Bidang	Rp 4.000.000,--



		Politik Pemilih Pemula Pemilihan Presiden	Ilmu Univet	
6	2020	Jurnalisme Bencana Pemberitaan Pandemi Covid- 19 dan Dampak Terhadap Publik	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--
7	2021	Strategi Survival Pedagang Pasar Legi Solo Pasca Kebakaran	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2015	IbM Dinas Pariwisata Surakarta dan Museum Radya Pustaka Surakarta	Hibah Pengabdian Dikti	Rp 45.500.000,-
2.	2015	IbM Pengelola Univet Pos	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 2.500.000,--
3	2016	IbM Pelatihan Kepenyiaran Radio SMAN I Manyran Wonogiri	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 5.000.000,--
4.	2019	IbM Jurnalistik Majalah Sekolah	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--
5.	2020	Pelatihan Mengelola BUMDES	Kompetitif Bidang Ilmu Univet	Rp 4.000.000,--
5	2021	Pelatihan Merintis Pendirian <i>e-Buletin</i> Sekolah Smk Sukowati Gemolong	Pengabdian Fakultas	Rp 9.000.000,-

#### E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel	Volume/Nomor/ Tahun	Nama Jurnal
1	Daya Linuwih, Political Actor Candidate Of The Solo Pilkada	Volume: 2 Issues: 5 [September, 2017] pp.100-107] eISSN: 0128-1763. URL: <a href="http://www.ijlgc.com/">http://www.ijlgc.com/</a>	International Journal of Law, Government and Communication

		PDF/IJLGC-2017-05-09-11.pdf	
2	Minangkabau Ethnic Survival Strategy In Surakarta City	Volume: 3 Issues: 8 [June, 2018] pp.1-9] eISSN: 0128-1763. URL: <a href="http://www.ijlgc.com/PDF/IJLGC-2018-08-03-01.pdf">http://www.ijlgc.com/PDF/IJLGC-2018-08-03-01.pdf</a>	International Journal of Law, Government and Communication
3	Makna Simbolik Komunikasi Antarbudaya pada Perayaan Grebeg Sudiro di Kota Solo	Jurnal Pewarta Indonesia ISSN 2656-6893 Vol: 1 Nomor 1 (2019), pp. 23-33 <a href="http://www.pewarta.org/index.php/JPI/article/view/3">http://www.pewarta.org/index.php/JPI/article/view/3</a>	Persatuan Wartawan Indonesia. DOI: 10.25008/jpi.v1i1.3
4	Pertarungan Wacana Representasi Pada Spanduk Kampanye Pemilihan	ISSN: 1979-2522 (print), ISSN:2549-0168 (online) Vol 12, No 1 (2019) <a href="http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1540/1321">http://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1540/1321</a>	Jurnal Profetik
5	Social Science and Humanities Journal. Publish 10 Juli 2019	Construction of Blusukan Meaning in the Campaign of Regional Heads	Vol.3 Issue 7 ISSN. 2456-2653 <a href="https://sshj.in/index.php/sshj/article/view/421">https://sshj.in/index.php/sshj/article/view/421</a>
6	News Coverage Construction Of blusukan Performed By The Candidates Of Local Leader Election In Surakarta City	Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology	. Vol. 18 No. 1 (2021). Page 4201-4213. <a href="https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6376/6222">https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6376/6222</a>
7	Pelatihan Jurnalistik Di Sma Negeri Gondangrejo Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah	Jurnal Wartra LPPM. Sinta 3	Vol. 24, No. 1, Januari 2021
8	News Coverage Construction Of Blusukan Performed By The Candidates Of Local Leader Election In Surakarta City	Pal Arch. Scopus Q-3	Vol 18 (1) (2021)

Construction of Self-Identity: “Blusukan” as the Strategy of Campaigning for Surakarta City Mayor Election	JURNAL POLITIKA UNDIP https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/34548	Vol.12, No. 2, 2021. doi: 10.14710/politika.12.1.202.222-235
--	---	--

#### F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan / Seminar Ilmiah Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	1 <sup>st</sup> Social Science and Economics International Conference. Page 224-228. <b>Proceedings</b> ISBN: 978-979-3788-22-8	The Development Of Model On English Ads Text Construction For Export Products in Sukoharjo Regency	20-21 Pebruari 2015 University of Bina Darma Palembang
2	Seminar Nasional Publikasi Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat 2017. Univ.Muhammadiyah Semarang	Radio Broadcasting Training Smansaman At SMA Negeri 1 Manyaran Wonogiri (HAL. (518-524)	ISBN 978-602-61093-1-6 http://jurnal.unimus.ac.id/index.php/psnl2012010/article/view/2342/2316
3	ICOMACS 2018 UIN Bandung <a href="https://www.atlantispress.com/proceedings/icomacs-18/25900592">https://www.atlantispress.com/proceedings/icomacs-18/25900592</a>	Survival Strategy of Street Traders (PKL) in Nusukan Market Surakarta	Volume: 260 ISSN: 2352-5398 ISBN: 978-94-6252-553-5
4	2nd Workshop on Language, Literature, and Society for Education (2nd WOLLSED 2018)	Blusukan Cultural as a Political Power in The Regional Head Election of Surakarta	ISSN ; 2593-7650 ISBN ; 978-1-63190-176-8 <a href="https://eudl.eu/proceedings/Wol2SED/2018">https://eudl.eu/proceedings/Wol2SED/2018</a>
5	Proceedings of the 1st Asian Conference on Humanities, Industry, and Technology for	Blusukan and Personal Branding of Regional Head Election Candidates in Solo City	ISBN. 978-1-63190-196-6 ISSN. 2593-7650 Publish. 30 September 2019

	Society, ACHITS 2019, 30-31 July 2019, Surabaya, Indonesia Publisher. EAI		<a href="https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.30-7-2019.2287567">https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.30-7-2019.2287567</a>
6	International Halich Congress On Multidisciplinary Scientific Research	Social Media And Political Participation Of Beginner Voters In The 2019 General Election In Indonesia	August 15-16, 2021, Istanbul, TURKEY

### G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	Strategi Komunikasi Etnis Minang Untuk Bertahan Hidup Di Pasar Nusukan Surakarta	2017	85-98	Komunikasi Dalam Keberagaman Buku Litera Yogyakarta BOOK CHAPTER
2	Konstruksi Sosial Cultural Event Sebagai City Branding Kota Solo	2017	307-322	Dinamika Komunikasi Galuh Patria Publishing Bandung BOOK CHAPTER
3	Blusukan Dan Kampanye Pilkada Kota Solo	2019	135-140	Komunikasi Politik Di Indonesia Buku Litera Yogyakarta BOOK CHAPTER
4	Keterbukaan Informasi Pada Masa Pandemi Covid-19	2020	94-101	Media, Komunikasi dan Informasi Di Masa Pandemi Covid-19 Mbridge Press BOOK CHAPTER

### H. Pengalaman Perolehan HKI Dalam 5 – 10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	Daya Linuwih, Political Actor Candidate Of The Solo Pilkada	2017	Karya Tulis Asrtikel	EC00201930761, 23 Februari 2019
2	Analisis Teori Johari Window	2021	Karya	EC00202141773, 26

	Mengenai Self Facebooker Mahasiswa		Ilmiah	Agustus 2021
3	Konstruksi Sosial Cultural Event Sebagai City Branding Kota Solo	2021	Karya Ilmiah	EC00202143693, 2 September 2021

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam 5 Tahun Terakhir**

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respons Masyarakat

**J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengabdian kepada masyarakat kompetitif klaster.

Sukoharjo, 30 Juli 2022

Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.  
NIP. 19620828198907 2 124

**Biodata Anggota I**

## A. Idenitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	: Dr.Drs.Yoto Widodo, M.Si
2	Jenis Kelamin	: L
3.	Jabatan Fungsional	: Lektor
4.	NIPy/NIK/Identitas Lainnya	: 196301062001091152
5	NIDN	: 0606016303
6.	Tempat dan Tanggal Lahir	: Sragen 6 Januari 1963
7.	E-mail	yotowdd@yahoo.com
8.	Nomor Telepon/HP	(0271) 710677/08121503046
9.	Alamat Kantor	: Universitas Veteran Bangun Nusantara Jl. Letjen.S. Humardani No.1 Sukoharjo
10.	Nomor Telepon/ Fax	: (0271) 593156/ (0271) 591065
11.	Lulusan yang Telah Dihasilkan	
12.	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Sosiologi 2. Sosiologi Komunikasi 3. Etika dan Filsafat Komunikasi 4. Geografi Pariwisata 5. Ilmu Sosial dan Budaya Dasar 6. Komunikasi Sosial dan Pembangunan

## B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univ. Gadjah Mada	Univ. Gadjah Mada	Univ. Gadjah Mada
Bidang Ilmu	Filsafat	Sosiologi	Kajian Pariwisata
Tahun Masuk-Lulus	1981-1987	1993-1996	2007-2015
Judul Skripsi/Thesis/Desertasi	Hakekat Kepemimpinan Menurut Etika Jawa	Stratifikasi Sosial dan Strategi Survival Para Pekerja Sektor Informal: Studi Kasus Kehidupan Para Pemulung Di Kota Surakarta	Studi Kinerja Pengelolaan Pariwisata Alam Taman Wisata Waduk Kedung Ombo (WKO) Di Propinsi Jawa Tengah

Nama Pembimbing/Promotor	Prof. Drs. R.Sunoto	Prof. Dr. Lukman Sutrisno	Prof. Dr. Ir. Chafid Fandeli, MS
--------------------------	------------------------	---------------------------------	--

**C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)**

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp.)
1	2012	Pengembangan Model Deskripsi Kepemimpinan Lokal sebagai Agen Perubahan dalam Membentuk Pengembangan Masyarakat pada Kelompok Posdaya Mekarsari desa Polokarto Kabupaten Sukoharjo	Hibah Bersaing Tahun 1 DRPM	30.000.000,00
2	2013	Pengembangan Model Deskripsi Kepemimpinan Lokal sebagai Agen Perubahan dalam Membentuk Pengembangan Masyarakat pada Kelompok Posdaya Mekarsari desa Polokarto Kabupaten Sukoharjo	Hibah Bersaing Tahun 2 DRPM	40.000.000,00
3	2016	Pemetaan Dan Pendampingan Masyarakat Miskin Dalam Pemanfaatan Sabuk Hijau ( <i>Green Belt</i> ) Waduk Kedung Ombo	PUPT DRPM Tahun 1	80.000.000,00

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DRPM maupun dari sumber lainnya.

**D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp.)
1.	2014	Pelatihan Public Speaking Bagi Anggota Pramuka SMA N Sumberlawang Kabupaten Sragen	Univet	4.000.000,00

\* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema pengabdian kepada masyarakat DRPM maupun dari sumber lainnya.

#### E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1.	Dampak Pariwisata Waduk Kedung Ombo (WKO) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Lokal	Widyatama	ISBN: 978-602-99172-5-3/2013
2.	Kinerja Pengelolaan Pariwisata Alam Waduk Kedung Ombo (WKO) Provinsi Jawa Tengah	Jurnal Kepariwisata Indonesia	ISSN 1907-9419/2013
3.	Dampak Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial dan Budaya Masyarakat Lokal	Jurnal Kawistara UGM	ISSN 2088-5415 E-ISSN 2355-5777/2014
4.	Marketing Communication Strategy Using Instagram to Increase the Selling Achievement	Proceeding Series: Advances in Engineering Research Vol. 175	ISSN 2352-5401

#### F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1.	Seminar Bulanan Hasil Penelitian Mahasiswa S3 UGM	Studi Kinerja Pengelolaan Pariwisata Alam Taman Wisata Waduk Kedung Ombo (WKO) Di Propinsi Jawa Tengah	2013, Pascasarjana UGM
2.	Orasi Ilmiah	Peran Pariwisata Dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat	2016, Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Sahid Surakarta
3.	Seminar Nasional	Public Relations dan Pariwisata	2016, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo
4.	Seminar dan Bedah Buku	Fenomena Gerakan Jihad	2018, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo
5.	Seminar dan Bedah Buku	Fenomena Gerakan Jihad	2018, IAIN Surakarta



### G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1.	Komunikasi Dalam Keragaman ISBN 978-602-6751-82-9 Hal. 85-98	2017	vi+302	Buku Litera Yogyakarta
2.	Dinamika Komunikasi Konsep dan Konteks di Berbagai Bidang Kehidupan ISBN. 978-602-97613-3-7	2017	348 hal	Aspikom Press Bekerjasama dengan Galuh Patria Publishing

### H. Perolehan HKI dalam 10 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID	
	-	-	-	-	

### I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 Tahun Terakhir)

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
	-	-	-	-

### J. Penghargaan Dalam 10 Tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
	-	-	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengabdian kepada masyarakat kompetitif klaster.

Surakarta, 30 Juli 2022

Anggota

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yoto Widodo', written over the word 'Anggota'.

Dr. Drs. Yoto Widodo, M.Si  
NIDN. 0606016303

## Biodata Anggota 2

### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Henny Sri Kusumawati, S.Sos.,M.I.Kom.
2	Jabatan Fungsional	Sekretaris Program Studi
3	Jabatan Struktural	Asisten Ahli
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	-
5	NIDN	0605118002
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Solo, 13 Oktober 1983/Perempuan
7	Alamat Rumah	Jl Petir 39 Ngasinan Jebres Solo
8	Nomor Telepon/Faks/ HP	Tlp. 0271-666814
9	Alamat Kantor	Jl. Letjen S Humardani No. 1 Sukoharjo
10	Nomor Telepon/Faks	Tlp. 0271- 591387, 0271-593156
11	Alamat e-mail	Aisyah.virda@yahoo.com
12	Lulusan yang Telah Dihilangkan	
13	Mata Kuliah yg Diampu	1. Jurnalistik Media Radio
		2. Praktikum Jur. Media Radio
		3. Managemen Media Massa

### B. Riwayat Pendidikan

Keterangan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Univet Bantara	UNS (studi lanjut)	
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi	
Tahun Masuk-Lulus	2002-2007	2010-2017	
Judul Skripsi/Thesis/ Disertasi			
Nama Pembimbing	Dra. Betty Gama, M.Si. Drs. Yoto Wiodo, M.Si.	Dr. Sutopo, JK Drs. Sudharto, M.Si.	

### C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir (Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2011	Persepsi Remaja Terhadap Ajang Pencarian Bakat Indonesia Idol 2010. Ketua	APBU Univet	Rp 1.400.000,-
2	2012	Perilaku Sosial Menyimpang di Kalangan Remaja. Anggota	Kompetitif APBU Univet	Rp 5.000.000,-

#### D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Rp)
1	2008	Pelatihan Kepenyiaran Radio Sebagai Usaha Peningkatan Profesional Mahasiswa Mengelola Radio Broadcasting Campus. Anggota	DIPA Kopertis VI Semarang	Rp 2.500.000,--
2	2009	Magang Kewirausahaan Sebagai Usaha Menyiapkan Calon Wirausaha yang Mandiri dan Profesional Pada Perusahaan Media Cetak Majalah Didik CV Gema Nusantara Solo Dalam Upaya Mendukung Pembangunan Sumberdaya Manusia Yang Berkualitas dan Berdaya Saing. Anggota	MKU DIPA DP2M	Rp 14.000.000,--

#### E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel	Volume/Nomor/ Tahun	Nama Jurnal

**F. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral Pada Pertemuan / Seminar Ilmiah Dalam 5 Tahun Terakhir**

No.	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

**G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

**H. Pengalaman Perolehan HKI Dalam 5 – 10 Tahun Terakhir**

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

**I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam 5 Tahun Terakhir**

No	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respons Masyarakat

**J. Penghargaan yang Pernah Diraih dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)**

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengabdian kepada masyarakat kompetitif klaster.

Sukoharjo, 30 Juli 2022  
Anggota



Henny Sri K. S.Sos  
NIDN. 605118002

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.  
Tempat/Tgl. Lahir : Surakarta, 28 Agustus 1962  
NIDN : 0628086201  
Fakultas/Prodi : FISIP/Ilmu Komunikasi  
Perguruan Tinggi : Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Karya ilmiah berupa Laporan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul:

**Workshop Strategi Pemasaran Bagi Entrepreneur  
Pedagang Pasar Nusukan Di Solo**

Benar karya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiat.

2. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ilmiah tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.

**SURAT PERNYATAAN KESANGGUPAN  
PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
DAN PERTANGGUNGJAWABAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

1. Nama : Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.
2. NIDN : 0628086201
3. Jabatan : Ketua Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat
4. Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Fakultas : Fisip
6. Judul : Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterpreneur  
Pedagang Pasar Nusukan Di Solo
7. Besarnya Dana : Rp. 5.000.000,-

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Pelaksanaan dan pertanggungjawaban Laporan Akhir dan LPj Keuangan menjadi tanggungjawab saya sebagai Ketua Pelaksana Abdimas.
2. Apabila di akhir program Abdimas tidak menyerahkan Laporan Akhir dan Laporan Pertanggungjawaban (LPj) Keuangan sesuai dengan *deadline*, maka saya bersedia untuk mengembalikan dana yang telah diterima ke lembaga melalui LPPM.
3. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Sukoharjo, 30 Juli 2022

Hormat Saya



Dr. Dra. Betty Gama, M.Si.



Lampiran 6. PPT Tim Pengabdian



## MOTIVASI BERWIRAUSAHA

adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.

Motivasi merupakan salah satu faktor keberhasilan wirausaha dalam menyelesaikan tugasnya. Semakin besar motivasi maka semakin besar kesuksesan yang dicapai. Faktor-faktor pendorong disebut juga faktor penyebab kepuasan. Adanya kepuasan akan menambah semangat untuk melaksanakan aktivitas (Herzberg dalam Rusdiana 2014:71).

## CIRI-CIRI WIRAUSAHA YANG BERHASIL

- |  |   |
|--|---|
| 1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas | 5. Kerja keras  |
| 2. Inisiatif dan selalu proaktif       | 6. Bertanggungjawab   |
| 3. Berorientasi pada prestasi          | 7. Komitmen pada berbagai pihak                                 |
| 4. Berani mengambil risiko             | 8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dg berbagai pihak |

## MOTIVASI BISNIS



Motivasi bisnis adalah suatu hal yang harus ditanamkan pada diri setiap pengusaha. Banyak orang yang ingin berkarir sebagai entrepreneur, bercita-cita ingin menjadi pebisnis hebat dan sukses yang disertai dengan tujuan baik lainnya.

### Menggali dan Menumbuhkan Motivasi Bisnis



Memiliki keyakinan yang besar

Belajar sukses dari cerita inspiratif

Jangan menunda-nunda

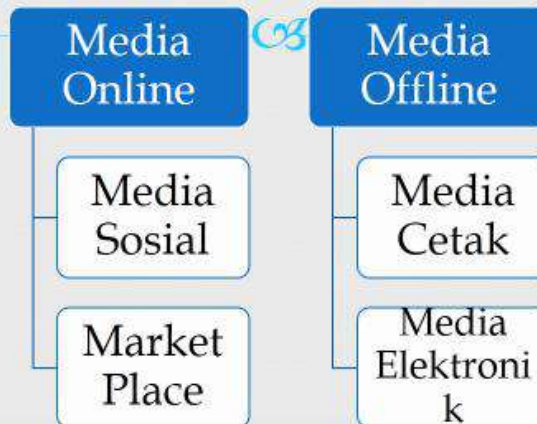
Fokus dan konsisten

## Pengertian Media Promosi



- media promosi adalah cara yang dilakukan oleh pembisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli.
- promosi bisa diartikan sebagai suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yang berarti segala aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan pemasaran dan membuat pembeli loyal terhadap produk yang dibelinya.

## MEDIA PROMOSI



## Fungsi Media Promosi Untuk pemasaran Produk



TERIMA KASIH

Lampiran 6. PPT Tim Pengabdian

**SOLUSI**

Create Something Magical

**BAGAIMANA IMODJI DAPAT MEMBANTU ANDA?**

**KELEMINAN BROSUR CETAK**

- Tidak efisien
- Tidak ramah lingkungan
- Tidak ekonomis
- Tidak higienis
- Tidak ramah LULUANG

**KELEMINAN IMODJI**

- Bisa digunakan
- Bisa diolah dengan mudah
- Bisa diolah
- Bisa diolah ulang

**TANTANGAN BERJILAH LENYUT WA**

- Tidak efisien
- Tidak ramah lingkungan
- Tidak ekonomis
- Tidak higienis
- Tidak ramah LULUANG

**KELEMINAN IMODJI**

- Bisa digunakan
- Bisa diolah dengan mudah

**APAKAH SALAH KEBERADAAN IMODJI??**

**Kardus New Product**

**Kardus New Brand**

**Kardus New Color**

**Kardus New Size**

**Kardus New Design**

### Keuntungan brand based user?

- Koneksi Produk ke-Customer/End User
- Company Profile
- Database user (Dpa; Email; Whatsapp)
- Branding
- Breakage 0%

### Pemenuhannya siapa saja?

- Pemasangan
- Brand
- Email dan/atau no. HP/No. Profesi
- Target
- Lokasi Penjualan
- Penetapan
- BUDGET, dll

### MACAM CALL-TO-ACTION (CTA) MOBILE



### SIAPA/MAHA SARA BERGABUNG MOBILE?



### Cara Berbrand yang baik di brand on

- 1. Substansi yang disampaikan
- 2. Cara penyampaian
- 3. Waktu penyampaian
- 4. Lokasi penyampaian
- 5. Frekuensi penyampaian
- 6. Cara penyampaian
- 7. Cara penyampaian
- 8. Cara penyampaian



### Cara Berbrand yang baik di brand off

- 1. Substansi yang disampaikan
- 2. Cara penyampaian
- 3. Waktu penyampaian
- 4. Lokasi penyampaian
- 5. Frekuensi penyampaian
- 6. Cara penyampaian
- 7. Cara penyampaian
- 8. Cara penyampaian



### Cara Berbrand yang baik di brand on

- 1. Substansi yang disampaikan
- 2. Cara penyampaian
- 3. Waktu penyampaian
- 4. Lokasi penyampaian
- 5. Frekuensi penyampaian
- 6. Cara penyampaian
- 7. Cara penyampaian
- 8. Cara penyampaian



### MEMORANDUM STRUKTUR WPCMAK - WPC



- 1. Substansi yang disampaikan
- 2. Cara penyampaian
- 3. Waktu penyampaian
- 4. Lokasi penyampaian
- 5. Frekuensi penyampaian
- 6. Cara penyampaian
- 7. Cara penyampaian
- 8. Cara penyampaian

### Kelebihan WPCMAK



### SUCCESS STORY



### Business Model

1. Ideasi ke Brand dan Tim Inovasi  
2. Berhasil

3. Berhasil

4. Berhasil

### Kelebihan membrand di brand on/COBRAND

- 1. Ideasi produk/jasa yang tepat
- 2. Tim/Keahlian yang memadai
- 3. P. Produk; P. Price; P. Place; P. Promotion
- 4. Link Call To Action di A. Media on, Link on, W. di, Video on/Text, Marketing on, Cost on/Revenue on/Brand on/Link on/Link on

## BRANDING BAGI Produk dan Usaha

Oleh: Sofyan Yuli Antonius, S.Sos  
(Praktisi Media dan Komunikasi)

### Fenomena

UMKM belum ditunjang "penampilan" dan promosi menarik

Produk UMKM kualitas bagus tidak punya kemasan menarik sehingga kurang bersaing dengan produk sejenis.

### Promosi

**Promosi** menyampaikan informasi mengenai produk dan usaha kepada konsumen. Merk dan produk UMKM akan lebih dikenal oleh konsumen melalui promosi menyesuaikan anggaran usaha.

### Logo

Suatu bentuk ikon grafis yang mendiskripsikan produk, usaha, jasa, instansi, dan lain-lain. Bahkan diri kita secara personal dalam wujud yang sederhana, berupa tulisan maupun ikon (gambar sederhana). Logo sebagai wajah dari usaha atau bisnis. Sedangkan sifat dan karakter kita adalah Brand.

### Branding

Branding dengan "**pencitraan**" sesuai semangat produk akan menghasilkan konsumen brand loyal. Artinya seorang konsumen akan **setia** terhadap satu merk tertentu dan akan kurang sreg (kurang percaya diri, kurang puas, dll) jika menggunakan merk lain.

### Membangun Brand

Membangun brand diibaratkan seperti menjalin komunikasi dari hati ke hati

**Penyebab pembeli atau customer lari**

1. Menginformasikan harga produk.
  2. Produk peduli sosial seperti: memberikan bantuan anak kurang mampu, membangun sekolah dll.
  3. Menggunakan brand ambassador atau talent (artis sedang naik daun).
  4. Pelayanan terbaik kepada customer/ konsumen.
- Sebuah survei perilaku customer akan meninggalkan produk atau usaha disebabkan:
- 1% meninggal dunia, 3% pindah kota, 9% faktor persaingan, 14% merasa tidak dihargai dan diabaikan, 68% sikap SDM (Sumber Daya Manusia) yang tidak baik, 5% lain-lain.

Menurut Suharno (Praktisi UMKM):

1. Tidak semangat dalam melayani pembeli.
2. Bersikap ketus saat melayani pembeli.
3. Mendiarkan pembeli saat pembeli bertanya.
4. Mencuekin pembeli saat melayani.
5. Tidak memperhatikan kebersihan.

**Penyebab pembeli atau customer lari**

6. Memberikan jawaban yang tidak jujur.
7. Melayani pembeli sambil lalu.
8. Tidak memahami fitur produk dengan baik.
9. Lama dalam melayani pembeli.
10. Produk yang dijual tidak lengkap.

11. Produk yang dijual sudah kadaluwarsa.
12. Harga produk lebih mahal dari pesaing.
13. Gonta-ganti nomor handphone.
14. Ping-pong pembeli saat minta informasi.
15. Mendiarkan panggilan telepon masuk.

16. Tidak profesional dalam menerima telepon.
17. Tidak meng-update data dan informasi di web, facebook, twitter.
18. Tidak segera membalas email yang masuk.
19. Pelit memberikan pujian pada pembeli.
20. Tidak proaktif dalam melayani pembeli.

**Terima Kasih**



Lampiran 7: Foto Kegiatan



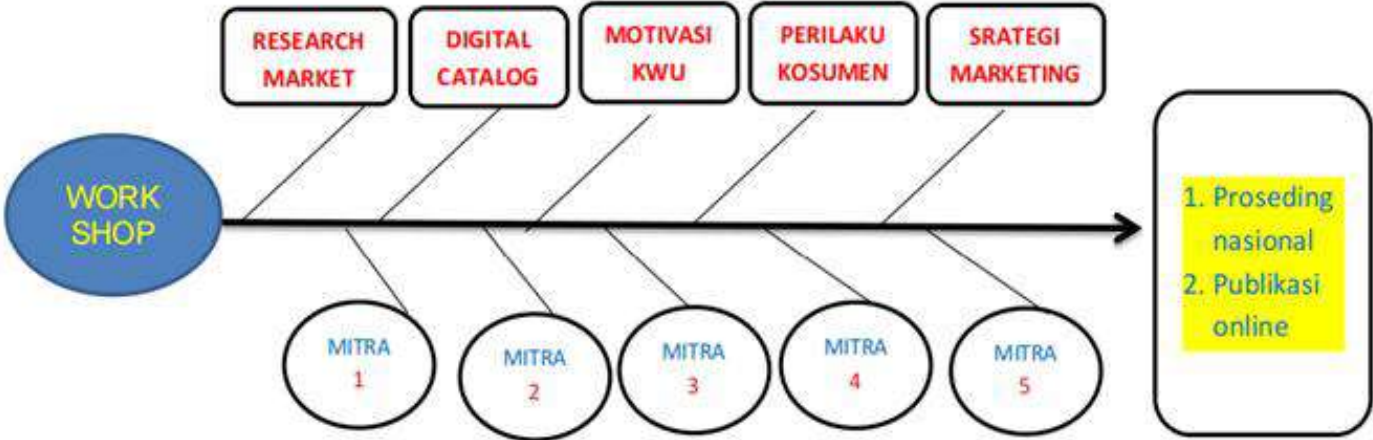


FOTO TAMPILAN UTAMA LAYAR IMOOJI MITRA

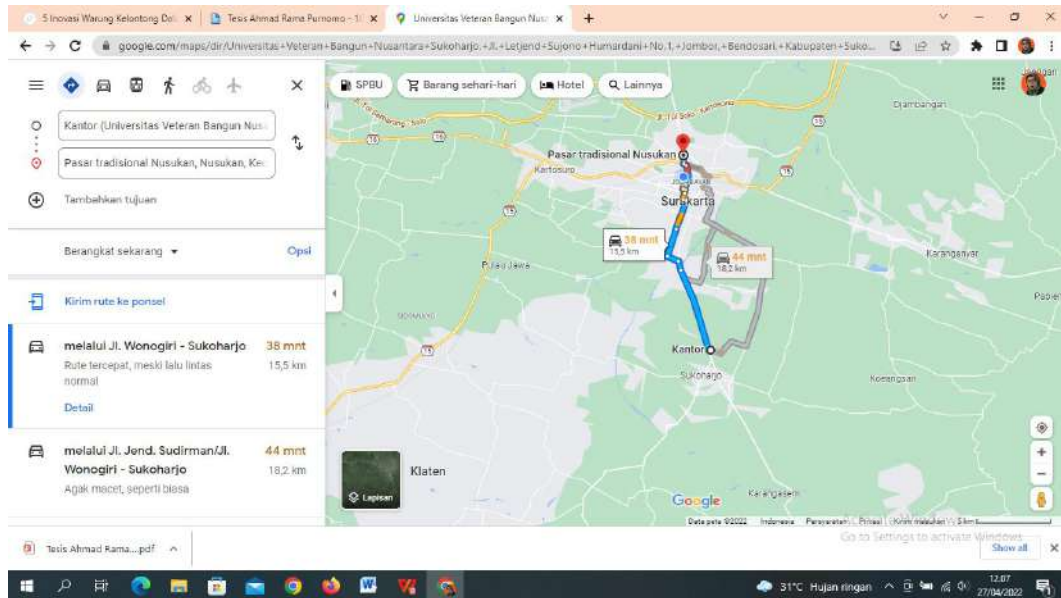
	
	
	
	

Lampiran 8. Gambaran Ipteks Yang Akan Ditransfer Kepada Mitra

Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterpreneur Pedagang Pasar Nusukan Di Solo





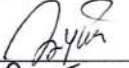
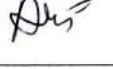






## Lampiran 9. Peta Lokasi Wilayah Mitra



Lampiran 10. Daftar Peserta

WORKSHOP STRATEGI PEMASARAN BAGI ENTERPRENEUR  
PEDAGANG PASAR NUSUKAN DI SOLO  
Surakarta, 29 Juli 2022

DAFTAR HADIR

No.	Nama	No. HP	Tanda Tangan
1	GANTO JAWA	082138885296	
2.	EMY.H	081335346 464	
3.	HIDAYATI	089601420545	
4.	Anwar R.	08887777459	
5.	Raina Yuni	081391409640	
6	IDFA YULI	0812258164 45	
7	Nanik Sri Mulyo	085729181615	
8.	HERMANTO	081280582978	
9.	Putri	085742965498	
10	Idris	085742965498	

Solo, 29 Juli 2022

---

## Tim Dosen Pengabdian Masyarakat FISIP Univet Bantara Gelar Workshop Strategi Pemasaran Bagi Entrepreneur Pedagang Pasar Nusukan

[majalahlarise.com/2022/07/tim-dosen-pengabdian-masyarakat-fisip.html](https://majalahlarise.com/2022/07/tim-dosen-pengabdian-masyarakat-fisip.html)

CB Magazine » Pendidikan » Tim Dosen Pengabdian Masyarakat FISIP Univet Bantara Gelar Workshop Strategi Pemasaran Bagi Entrepreneur Pedagang Pasar Nusukan

Posted by CB Magazine on Jumat, 29 Juli 2022 | Pendidikan



Narasumber Yopy Syarial, SE, MM saat menerangkan aplikasi Imooji kepada peserta workshop.

Tim Dosen Pengabdian Masyarakat FISIP Univet Bantara Gelar Workshop Strategi Pemasaran Bagi Entrepreneur Pedagang Pasar Nusukan

Solo- [majalahlarise.com](https://majalahlarise.com) - Tim dosen pengabdian masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Veteran Bangun Nusantara (Univet Bantara) Sukoharjo terdiri Dr. Betty Gama, M.Si (ketua), Dr. Yoto Widodo, M.Si (anggota) dan Henny Sri Kusumawati, S.Sos, M.I.Kom (anggota) mengadakan Workshop Strategi Pemasaran Bagi Entrepreneur Pedagang Pasar Nusukan di Solo dengan menghadirkan narasumber Sofyan Yuli Antonius, S.Sos (praktisi media/ pengelola [majalahlarise.com](https://majalahlarise.com)) dan Yopy Syarial, SE, MM (dosen Fakultas Ekonomi Univet dan Wirausaha). Bertempat di Pose In Hotel Solo. Jumat (29/7/2022).

Ketua tim pengabdian masyarakat, Dr. Betty Gama, M.Si menyampaikan melalui workshop ini peserta dari pedagang pasar Nusukan yang merupakan mitra pengabdian masyarakat bisa memanfaatkan konten sebagai sarana informasi, promosi yang dijual di kios pasar. Dengan perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih sekarang ini media sosial memiliki peranan sangat penting dalam penjualan.

"Meskipun orang minat belanja ke pasar dan mall mulai berkurang, adanya aplikasi Imooji yang diajarkan oleh narasumber, dipahami dan diaplikasikan dapat membantu sebagai masyarakat memilih produk-produk yang diinginkan tidak perlu lagi ke toko, mall," ungkapnya.



Dekan FISIP Univet Bantara, Dr. Yoto Widodo saat memberi sambutan sekaligus membuka workshop.

**Baca juga: BPR Gajah Mungkur Adakan Literasi dan Inklusi Tabungan SIMPEL di SMPN 1 Selogiri**

Lebih lanjut dikatakan, pihaknya berkeyakinan pasar dan mall tetap diinginkan dan dibutuhkan masyarakat bisa dimanfaatkan sebagai sarana berekreasi menghilangkan jenuh.

"Semoga materi yang disampaikan memberi manfaat dalam penggunaan aplikasi lmoji dan memberi output direspon positif masyarakat dari mana saja seperti yang diharapkan," harapnya.

Dekan FISIP Univet Bantara, Dr. Yoto Widodo, M.Si dalam sambutan sekaligus membuka workshop mengatakan kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat dari dosen yang bertujuan selain pengajar memberi kontribusi terhadap pembangunan masyarakat.

"Dosen dalam tugasnya disebut Tri Dharma perguruan tinggi yaitu mengajar mahasiswa, pengabdian dan penelitian. Sehingga wajib bagi dosen harus melaksanakan pengabdian minimal satu semester sekali," ucapnya.

Pihaknya berharap workshop bermanfaat dalam rangka memperlancar pemasaran produk yang dijual atau didagangkan yang penjualannya harus mengikuti perkembangan zaman dan perkembangan teknologi dan komunikasi.

Dalam penyampaian materi workshop, narasumber Sofyan Yuli Antonius menjelaskan pentingnya branding bagi produk dan usaha dalam menunjang penjualan serta diminati di hati masyarakat.



"Fenomena yang ada para pelaku usaha UMKM masih ada yang belum ditunjang branding dan promosi yang baik sehingga produk dan usaha belum banyak diketahui masyarakat. Maka diperlukan promosi menyampaikan informasi mengenai produk dan usaha kepada konsumen. Sehingga merk dan produk UMKM akan lebih dikenal oleh konsumen melalui promosi menyesuaikan anggaran usaha," tuturnya.



Foto bersama Dosen, Narasumber dan peserta workshop.

Dijelaskan pula, dalam promosi diperlukan logo yang diibaratkan sebagai wajah dari usaha dan produk berupa tulisan maupun icon (gambar sederhana). Sedangkan brand merupakan sifat dan karakter dari usaha.

"Branding dengan pencitraan sesuai semangat produk akan menghasilkan konsumen brand loyal. Artinya seorang konsumen akan setia terhadap satu merk tertentu dan akan kurang sreg (kurang percaya diri, kurang puas, dll) jika menggunakan merk lain," ujarnya.

Narasumber Yoppy Syarial, SE, MM menerangkan cara penggunaan aplikasi Imooji untuk membuat katalog produk secara elektronik yang bisa dibagikan ke media sosial melalui link yang telah dibuat.

"Aplikasi Imooji adalah sarana online untuk membuat brosur digital interaktif, katalog, undangan event dan lain-lain. Aplikasi ini bantuan pemerintah untuk para pelaku usaha UMKM mempromosikan usaha maupun produk secara online," terangnya.

"Yang perlu dipersiapkan yaitu konten berupa foto produk/jasa juga Logo Brand, Teks/Redaksional yang mendukung, 4 P (Produk; Price; Place; Promotion), Link Call To Action (WA, Medsos, Lokasi, Web, Video (YouTube), Marketplace, Caption Menarik (di depan link URL)," jelasnya. (Sofyan)



**YAYASAN PEMBINA PENDIDIKAN/PERGURUAN VETERAN SUKOHARJO**  
Akte No.7 Tanggal 9 – 11 - 1979  
**UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA SUKOHARJO**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Alamat : Jl. Letjend Sujono Humardani No. 1 Kampus Jombor Sukoharjo.  
Telp. Hunting (0271) 593156, Fax. (0271) 591065

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu. ....  
Pedagang Pasar Nusukan  
Di Solo

Dengan Hormat,  
Kami dari FISIP Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo dalam rangka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, mengharap kehadiran Bapak/Ibu pada kegiatan Workshop Strategi Pemasaran Bagi Enterprenuer Pedagang Pasar Nusukan Di Solo, yang Insya Allah akan diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 29 Juli 2022  
Pukul : 13.00 Wib  
Tempat : Pose In Hotel (Depan Stasiun Balapan)  
Jl. W. Monginsidi 125 Solo  
Kegiatan : Workshop Strategi Pemasaran

Demikian, atas perhatian dan kehadiran Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui  
Dekan FISIP  
Dr. Yoto Widodo, M.Si.  
IDN. 0606016303



Sukoharjo, 26 Juli 2022  
Ketua Pelaksana

  
Dr. Betty Gama, M.Si.  
NIDN. 0628086201



**UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA SUKOHARJO**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Alamat : Jl. Let. Jend. Sujono Humardani No. 1 Kampus Jombor, Telp. (0271) 593156, Fax. (0271) 591065, Sukoharjo 57521  
Website : lppm.univetbantara.ac.id, email : lppm.univetbantara@gmail.com

**SURAT TUGAS**

**Nomor : 035/S.T/B/LPPM/Univet.Btr/V/2021**

Dalam rangka melaksanakan salah satu tri dharma perguruan tinggi yaitu dharma pengabdian kepada masyarakat, bersama surat ini ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Veteran Bangun Sukoharjo menugaskan :

Dr. Dra. Betty Gama, M.Si	0628086201
Dr. Drs. Yoto Widodo, M.Si.	Henny Sri K, S.Sos.,M.I.Kom.
Mulyo Agung	1650700053

Instansi : Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

Jangka Waktu : 3 Bulan (Juni - Agustus 2022)

Tempat : Pasar Nusukan di Solo

Macam Tugas : Melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat Kompetitif Klaster dengan judul: "WORKSHOP STRATEGI PEMASARAN BAGI ENTERPRENEUR PEDAGANG PASAR NUSUKAN DI SOLO "

Lain – lain : Ybs. Adalah benar – benar Dosen Univet Bantara Sukoharjo

Harap dilaksanakan sebaik-baiknya dan memberi laporan setelah selesai melaksanakan tugas.

Yang diberi tugas

Sukoharjo, 02 Juni 2022  
Ketua LPPM

  
Dr. Dra. Betty Gama, M.Si  
NIDN 0628086201

  
Dr. Djatmiko Hidayat, S.Pd., M.Pd  
NIDN 0612087801

Telah melaksanakan Tugas  
Pada tanggal..... 29 Juli 2022 .....

  
  
armydar