

**Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Dengan Menggunakan
Media Elektronik (*E-commerce*)**

Tria Rosana Dewi¹⁾, Irma Wardani²⁾, Libria Widiastuti³⁾, Umi Nur Solikhah⁴⁾

Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta

JL. Agus Salim No. 10 Surakarta

Email : triardewi@yahoo.co.id, wardaniirma6@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi sangat pesat. Salah satu contoh adalah perkembangan telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kehidupan. Baik kehidupan secara individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, teknologi informasi juga dimanfaatkan dalam kegiatan usaha atau bisnis. Banyak alat komunikasi dan informasi yang digunakan dalam kegiatan dunia usaha, seperti penggunaan telepon, fax, sms, email, website dan lain – lain. Sehingga muncullah istilah *e-commerce*. Berdasarkan pemikiran tersebut maka tim pengabdian pada masyarakat mengadakan kegiatan: “Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan dengan menggunakan media elektronik (*e-commerce*)”. Melalui kegiatan ini diharapkan SDM menguasai teknologi informasi yang dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan dengan pembuatan media penjualan online, dan mampu berdaya saing dengan pelaku bisnis lainnya yang sejenis.

Keywords : E-Commerce, Pemasaran, Penjualan

1. PENDAHULUAN

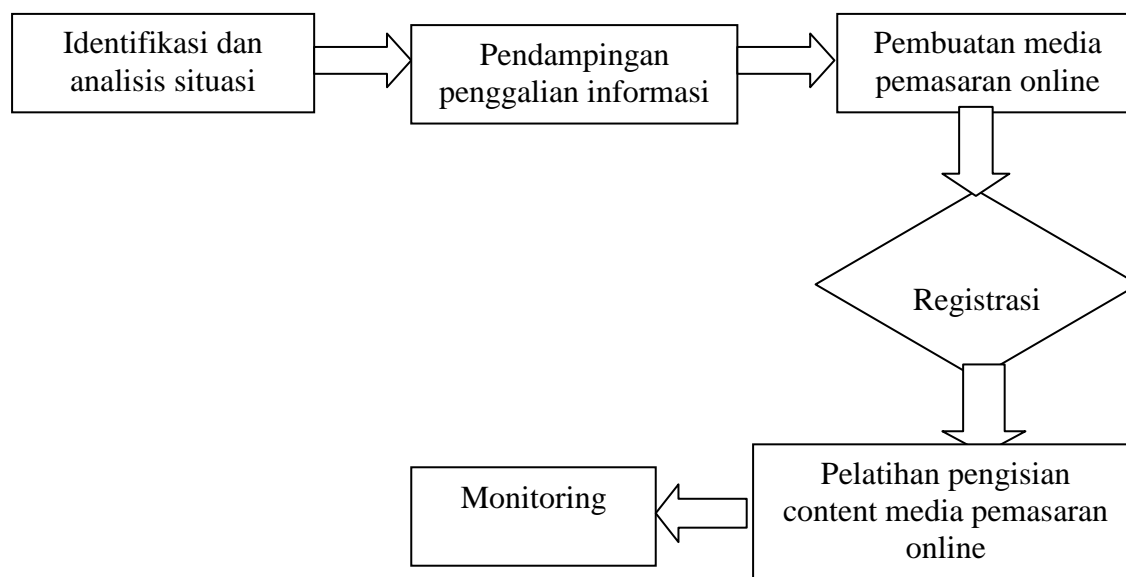
Di era digital ini, orang lebih bergantung pada gadget daripada di era sebelumnya. Pada saat yang sama, kegiatan jual-beli ikut didorong oleh industri e-Commerce yang sedang booming. Di ranah global, menurut data Statistika, sekitar 60% orang menghabiskan uang mereka untuk belanja online. Di pasar tanah air, jumlah pembeli "Online" Indonesia mencapai 11,9 persen dari populasi. Masyarakat Indonesia telah menyadari bahwa belanja online sekarang lebih mudah, daripada belanja offline. Hal ini terkait pengguna smartphone di Indonesia yang juga tumbuh dengan pesat. Diperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia akan tumbuh dari 55 juta orang pada 2015 menjadi 100 juta orang pada 2018. Sementara itu, pengguna internet diprediksi mencapai 123 juta orang tahun ini, dari 2017 sebanyak 112 juta orang. Dengan jumlah itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan motivasi wirausaha, meningkatkan pemahaman pemasaran melalui media online. Berdasarkan pemikiran diatas maka tim pengabdian pada masyarakat bermaksud mengadakan kegiatan: “Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan dengan menggunakan jaringan sosial internet produk kerupuk rambak di Desa Dukuh, Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo”. Melalui kegiatan ini diharapkan SDM menguasai teknologi informasi yang dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan dengan menggunakan jaringan sosial internet, dan mampu berdaya saing dengan pelaku bisnis lainnya yang sejenis.

2. Metode

Metode melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah melaksanakan sosialisasi dan pelatihan mengenai strategi pemasaran dan penjualan secara online dengan menggunakan media elektronik.

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai solusi yang ditawarkan. Berikut ini adalah metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

3. Target dan Luaran

Target luaran dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Terhadap mitra

Dari pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan akan meningkatkan pemasaran dan penjualan, selain itu mitra akan mempunyai pemahaman yang baik terhadap strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk usahanya. Dengan meningkatkan pangsa pasar produk, diharapkan mitra bisa semakin berkembang, semakin luasnya pemasaran juga akan berdampak semakin banyaknya tenaga kerja yang akan terserap oleh industri kecil yang dijalankan oleh mitra. Sehingga dapat disimpulkan akhir dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini akan menghasilkan target luaran: pemasaran melalui media online seperti shopee dan facebook.

2. Terhadap Tim Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian terhadap masyarakat ini dapat menjadi upaya transfer teknologi dan transfer informasi terhadap masyarakat. Teknologi dan informasi yang diberikan masyarakat

diupayakan merupakan teknologi dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tim memberikan informasi tentang besarnya peluang bisnis pada jaringan internet. Penjelasan terhadap strategi pemasaran menggunakan jaringan internet terhadap mitra akan memberikan banyak wawasan tentang cara untuk meningkatkan pangsa pasar mitra dan memberikan wawasan tentang strategi yang sesuai dengan produk yang dihasilkan mitra.

3. Terhadap masyarakat

Target luaran pelaksanaan pengabdian masyarakat terhadap masyarakat luas adalah akan meningkatkan taraf perekonomian masyarakat sekitar. Hal ini terjadi karena mitra yang ada di masyarakat dapat berkembang sehingga akan menyerap banyak tenaga kerja. Meningkatnya pendapatan masyarakat ini diharapkan akan memperbaiki kualitas hidup masyarakat. Dengan penurunan jumlah pengangguran diharapkan akan berdampak pada perbaikan perekonomian nasional.

4. Hasil dan Pembahasan

Rincian kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan:

A. Kegiatan Pengabdian

Dilakukan dengan wawancara pada 19 September 2019 dengan bapak warji pemilik usaha kerupuk rambak. Pak warji adalah orang yang pertama kali memulai usaha kerupuk rambak di Desa Dukuh, Mojolaban. Wawancara tersebut membahas permasalahan pemasaran dan kiat/strategi dalam meningkatkan penjualan usaha kerupuk rambak dengan menggunakan penjualan secara online.



Bersama beberapa pengusaha kerupuk rambak di desa dukuh, mojolaba

Kegiatan pengabdian lanjutan dilakukan pada tanggal 10 Oktober 2019. Tim pengabdian dan mahasiswa berkunjung ke tempat usaha bapak warji. Tim pengabdian dan mahasiswa menyampaikan konsep dan strategi pemasaran online yang akan dilakukan.



Sosialisasi mengenai pemasaran online

Tim pengabdian bersama Bapak Warji

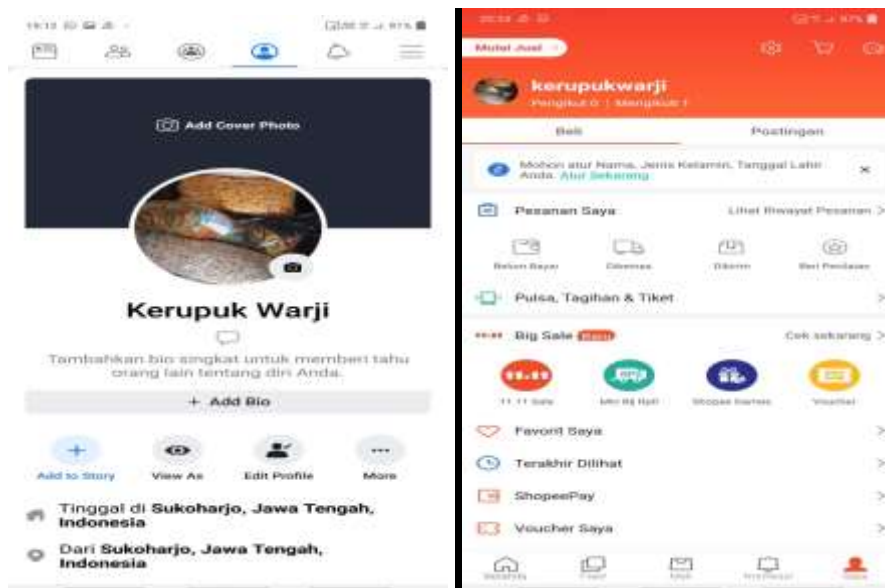
B. Pendampingan dan Penggalan Informasi

Proses pendampingan untuk menggali informasi produk yang akan dijual, mengelompokkan produk berdasarkan jenisnya. Melakukan foto produk supaya lebih menarik saat di tampilkan di laman/akun penjualan online. Karena pembeli hanya bisa melihat gambar produk maka penampilan produk menjadi perhatian utama.



C. Pembuatan media pemasaran online.

Proses identifikasi masalah merupakan tahapan awal untuk membuat media pemasaran online, sebagai data yang akan diimplementasikan. Aplikasi pemasaran yang dibutuhkan oleh mitra untuk meningkatkan pemasaran produk dibuat berbasis online. Aplikasi ini dirancang dengan tampilan dan menu aplikasi yang memudahkan mitra dalam mengunggah foto produk, menangani pemesanan, menangani pembayaran dan pembuatan laporan keuangan. Aplikasi ini diharapkan akan meningkatkan pesanan sehingga dapat meningkatkan penjualan pendapatan mitra.



Akun Facebook

Akun Shopee

D. Pelatihan pengisian content media pemasaran online

Setelah aplikasi telah selesai dibuat maka selanjutnya mitra akan diberikan pelatihan tentang cara mengisi konten dari produk yang akan dijual, baik pada proses mengunggah foto produk, proses pemesanan, penanganan pemesanan, proses pembayaran dan pengiriman produk.

E. Monitoring

Monitoring kegiatan pengabdian tidak berhenti sampai berakhirnya kegiatan pengabdian, tetapi tetap akan dilakukan pemantauan terhadap media/akun penjualan online yang sudah dibuatkan. Mahasiswa juga membantu dalam monitoring media online yang digunakan.

5. KESIMPULAN

Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah sebagai berikut: Hasil Pengabdian kepada Masyarakat dengan Judul Strategi Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Dengan Menggunakan Media Elektronik (E-commerce) Produk Kerupuk Rambak di Desa Dukuh, Kecamatan Mojolaban dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan melalui penjualan online dengan memanfaatkan media elektronik (*e-commerce*).

DAFTAR PUSTAKA

- Suyanto, M. 2003. E – commerce Perusahaan Top Dunia. Andi. Yogyakarta
- Turban, E. 2010. Information technology for Management Transforming Organizations in the Digital Economy. New Jersey : Wiley and Sons.