

**SOSIALISASI PEMASARAN ONLINE DALAM UPAYA PENINGKATAN
PENJUALAN PRODUK PELAKU USAHA BINAAN RUMAH MENGAJI
YAYASAN AS-SALAAM**

Sarah Imelda¹, T. Lyza Tahura Chairunnisa², Bagus Handoko³, Sunaryo⁴

^{1,2,3,4}Universitas Harapan Medan, Program Studi Manajemen

sarahimelda84@gmail.com¹, tengkulyza@gmail.com², baguscripta@gmail.com³

sunaryo.dosen@gmail.com⁴

Abstract

The Community Service that has been given to business actors assisted by the As-Salaam Foundation in Rengas Pulau Village, Medan Marelan District, is carried out so that business people know about the target market, product innovation and online marketing. Through Community Service it is hoped that it can be used as a basis for business actors and be able to overcome problems in running their business, with the ultimate goal of increasing income. To provide solutions to partner problems, alternative actions include socialization stages in the form of lectures on the importance of target markets in marketing a product, product innovations that are expected to be easily recognized and different from other products, the importance of online marketing in increasing product sales.

Keywords: online marketing, sales increase

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah diberikan bagi para pelaku usaha binaan Yayasan As-Salaam di Kelurahan Rengas Pulau Kecamatan Medan Marelan, dilaksanakan agar para pelaku usaha mengetahui tentang target pasar, inovasi produk dan pemasaran online. Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat dijadikan landasan bagi pelaku usaha dan mampu mengatasi permasalahan dalam menjalankan usahanya, dengan tujuan akhir dapat meningkatkan pendapatan. Untuk memberikan solusi terhadap permasalahan mitra maka alternatif tindakan meliputi tahapan-tahapan sosialisasi berupa ceramah dari materi pentingnya target pasar dalam memasarkan suatu produk, inovasi produk yang diharapkan agar mudah dikenali dan berbeda dari produk lain, pentingnya pemasaran online dalam peningkatan penjualan produk.

Kata kunci : pemasaran online, peningkatan penjualan

PENDAHULUAN

Rumah Mengaji dan Tahfidzh As-Salaam sangat berperan untuk membina generasi yang berkarakter, karena Rumah Mengaji As-Salaam disamping sebagai sarana ukhuwah islamiyah juga sebagai sarana untuk membantu pendidikan non-formal yang memberi dampak positif khususnya kepada para santri di Rumah Mengaji As-Salaam dan masyarakat di lingkungan pondok pada umumnya. Rumah Mengaji peranannya sebagai sarana menjalin ukhuwah islamiyah juga sudah digunakan untuk kegiatan-kegiatan sosial lainnya sepanjang berguna untuk kemaslahatan Ummat. Sehubungan dengan semangat ummat untuk meningkatkan syiar Islam dan kualitas pemahaman sekaligus pendalaman terhadap ajaran Islam dengan hati. Dalam rangka meningkatkan fungsi pendidikan non-formal dan pembinaan ummat, khususnya siswa atau santri di Rumah Mengaji dan umumnya warga di sekitar rumah mengaji, dimana kehidupan masyarakat yang sudah begitu majemuk dan ramai untuk melaksanakan ibadah (belajar Alquran) dengan sebaik – baiknya serta agar syi'ar keagamaan semakin menggema, maka Rumah Mengaji As-Salaam dengan kondisi saat ini mendidik santrinya sudah berjumlah kurang lebih 680 orang.

Diawali dengan banyaknya wali murid di rumah mengaji A-Salaam yang mempunyai usaha, baik

itu kuliner, *day care*, maupun sembako maka rumah mengaji As-Salaam mendirikan wadah bagi para wali murid yang memiliki usaha agar kedepannya bisa berkembang, para wali murid khususnya ibu-ibu tersebut secara aktif menjalankan usaha mereka untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga. Dalam usaha meningkatkan ekonomi rumah tangga, kaum perempuan yang memiliki kemampuan mandiri di bidang ekonomi adalah salah satu indikator meningkatnya kesejahteraan. Saat kaum perempuan menjadi kaum terdidik, mempunyai hak-hak kepemilikan, dan bebas untuk bekerja di luar rumah maupun di dalam rumah serta mempunyai pendapatan mandiri, hal ini merupakan tanda kesejahteraan rumah tangga meningkat. Salah satu contoh, bahwa kaum perempuan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarganya dengan melakukan kegiatan usaha produktif rumah tangga, seperti memproduksi dan menjual lauk pauk, makanan untuk sarapan, kue-kue jajan pasar dan *baby day care*. Namun jika ingin bisnis tersebut berkembang pelaku usaha harus mampu mengetahui target pasar, inovasi produk, promosi, dan pemasaran online.

Target Pasar menurut Kotler (2012) merupakan segmentasi pasar sebagai tindakan untuk membagi sebuah pasar keseluruhan suatu produk atau jasa yang bersifat heterogen ke dalam beberapa segmen, dimana masing-masing segmennya cenderung bersifat homogen dalam segala aspek dan dapat dipilih sebagai target pasar untuk dicapai perusahaan dengan strategi pemasarannya. Inovasi produk menurut Crawford dan De Benedetto dalam Satwika dan Dewi (2018) inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional atau kegunaannya. Promosi menurut Alma (2016) adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Pengertian tentang pemasaran Online atau Online marketing adalah segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet. Walaupun mengalami perubahan, pemasaran tidak bisa melepaskan diri dari tiga komponen yang selalu menyertai, yaitu konsumen, kompetitor dan perusahaan. Ketiga komponen ini yang selalu ada dalam setiap pembahasan tentang pemasaran (Setiawati dkk, 2017).

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan observasi dan diskusi langsung dengan mitra didapatkan beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu: Mitra tidak menjual produk tepat sasaran, ada mitra yang mempunyai usaha *baby day care*, akan tetapi tidak berjalan dengan lancar, karena masih banyak masyarakat yang membeli kebutuhan bayi di Supermarket. Untuk mitra yang mempunyai usaha kuliner, jenis kuliner yang dijual sama dengan pelaku usaha lainnya yang sejenis, sehingga mengakibatkan penjualan tidak stabil maka di perlukan inovasi produk.

Oleh karena itu berdasarkan hasil analisis situasi dan diskusi dengan mitra tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah, yaitu :

1. Mitra belum tepat menjual produk ke target pasar
2. Produk sama dengan penjual lainnya, sehingga tidak ada inovasi produk
3. Penjualan masih rendah
4. Kurangnya promosi, belum menggunakan pemasaran online

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pelaksanaan PKM ini dilakukan melalui tiga tahapan meliputi:

1. Tahapan pertama, merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan dan menentukan siapa saja pelaku usaha binaan Rumah Mengaji As-Salaam Kelurahan Rengas Pulau Kecamatan Medan Marelan. Dalam tahap ini penentuan pelaku usaha yang diundang berdasarkan dari jenis usaha yang dimiliki oleh calon khalayak sasaran dan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.
2. Tahapan Kedua, merupakan tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian, dimana dalam tahap ini

tim pengabdian melakukan kegiatan, memberikan sosialisasi tentang target pasar dalam memasarkan suatu produk, sosialisasi inovasi produk agar dapat dikenal konsumen dan berbeda dari produk lainnya, sosialisasi pemasaran online untuk peningkatan penjualan produk dan sistem pemasaran online yang efektif dan efisien.

3. Tahapan Ketiga, merupakan tahap Evaluasi, pada tahap ini dilakukan evaluasi atas hasil yang telah dicapai oleh peserta sosialisasi. Masukan dan perbaikan lebih lanjut dilakukan pada tahap ini. Evaluasi senantiasa dilakukan tim dalam kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan mitra. Tahap evaluasi dilakukan tim mulai dari tahap persiapan hingga tahap pelaksanaan. Sesi tanya jawab juga dilakukan pada masing-masing materi yang sudah disampaikan.

Metode yang diberikan dalam menghadapi permasalahan mitra dengan memberikan sosialisasi. Tim memberikan solusi sebagai berikut:

1. Memberikan sosialisasi tentang target pasar dalam memasarkan suatu produk.
2. Memberikan sosialisasi tentang inovasi produk agar mudah untuk dikenali dan berbeda dari produk lainnya.
3. Memberikan sosialisasi tentang pemasaran online untuk peningkatan penjualan produk.
4. Memberikan sosialisasi tentang sistem pemasaran online yang efektif dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat yang berjudul: Sosialisasi Pemasaran Online dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Pelaku Usaha Binaan Rumah Mengaji As-Salaam yaitu:

1. Adanya pengetahuan mitra tentang target pasar dalam pemasaran produk, dengan mengetahui target pasar strategi pemasaran jadi lebih efektif dan efisien, juga menghemat biaya karena target promosi produk ataupun jasa jadi lebih tepat sasaran.
2. Adanya pengetahuan mitra tentang inovasi produk, inovasi produk wajib dilakukan oleh semua pelaku usaha. Produk-produk yang terus berinovasi dapat membuka pasar dan menarik minat calon pelanggan yang penasaran dan ingin mencoba menggunakannya.
3. Peningkatan pengetahuan mitra tentang pemasaran online, tujuan pemasaran online untuk mengenalkan produk online pada konsumen dan meningkatkan daya beli.
4. Peningkatan pengetahuan mitra tentang sistem pemasaran online yang efektif dan efisien. Pelaku usaha lebih fokus untuk menguasai strategi pemasaran secara online karena lebih banyak mendatangkan manfaat serta banyaknya beberapa atau jenis yang dapat dipilih untuk pemasaran online tersebut.



Gambar 1. Pengabdian Kepada Masyarakat di Rumah Mengaji As-Salaam



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Pengabdian Masyarakat

Dari semua materi yang sudah disampaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, peserta sangat antusias mendengarkan pemaparan materi dan selalu aktif bertanya terkait materi yang sudah dipaparkan karena semua materi sangat mereka perlukan untuk kelangsungan usaha yang sudah dijalankan.

KESIMPULAN

Pengabdian pada masyarakat tentang “Sosialisasi Pemasaran Online Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Pelaku Usaha Binaan Rumah Mengaji Yayasan As-Salaam” telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Dengan kerjasama tim pengabdian yang baik serta peran aktif dari peserta pelaku usaha dan narasumber dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat maka kegiatan ini telah terlaksana sesuai dengan rencana yang sudah disusun diawal. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku usaha di Kelurahan Rengas Pulau Kecamatan Medan Marelan bagi peningkatan penjualan produknya.

SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan di Rumah Mengaji Yayasan As-Salaam mendapatkan respon yang sangat baik dari para peserta, peserta yaitu wali murid yang kesehariannya mayoritas sebagai ibu rumah tangga dengan memiliki berbagai macam usaha tersebut, sangat aktif sekali dalam membantu ekonomi rumah tangganya, tidak hanya tinggal diam dirumah tapi sekreatif mungkin mencari cara untuk menghasilkan uang tambahan, sehingga dengan adanya sosialisasi PKM dapat memberikan masukan, manfaat bagi usaha yang dijalankan. Mereka sangat mengharapkan dilakukan kegiatan lanjutan yang dapat membantu mitra dalam memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki.

REFERENSI

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- Satwika, N. K. P., Dewi, N. M. W. K., & ... (2018). Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *Keunggulan Kompetitif*, 7(3), 1481–1509.

Setiawati, I., Novandalinda, A., & Prihatiningsih, R. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Online Dalam Peningkatan Penjualan Dan Laba Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh). *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 4.