

Strategi Meningkatkan Omset Penjualan Secara Online Pada SMK Al- Manar Cibeuteung Ciseeng Bogor

¹ Ana Septia Rahman, ² Nurmin Arianto, ³ Muhammad Yuda Al Habsyi

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Email: ¹ dosen01709@unpam.ac.id, ² dosen01118@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya di Universitas Pamulang. Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat tersebut keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi kepada pengembangan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Tujuan dasar dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini adalah agar para siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) jurusan Marketing/Penjualan Al-Manar Cibeuteung Ciseeng Bogor dapat mengetahui strategi dalam meningkatkan omzet penjualan secara online. Selama pandemi para siswa harus tahu strategi apa yang akan digunakan atau strategi yang tepat digunakan untuk meningkatkan penjualan dengan efektif dan efisien. Adapun metodologi pelaksanaan dalam pengabdian pada masyarakat ini dengan metode ceramah/presentasi, tanya jawab dan sharing session. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan omset penjualan secara online dibutuhkan adanya strategi. Strategi bertujuan untuk mencapai how win the market melalui empat komponen, yaitu segmentasi, targeting, positioning, diferensiasi.

Kata Kunci : Strategi, Omset, dan online

ABSTRACT

The purpose of Community Service Activities is to carry out one of the Tri Dharma of Higher Education, especially at Pamulang University. In addition, it is hoped that with community service, the existence of universities can contribute to the development of scientific application to the community. The basic purpose of this Community Service activity is so that the students of the Vocational High School (SMK) majoring in Marketing/Sales at Al-Manar Cibeuteung Ciseeng Bogor can find out strategies to increase sales turnover online. During a pandemic, students must know what strategy to use or the right strategy to use to increase sales effectively and efficiently. The implementation methodology in community service is the lecture/presentation method, question and answer and sharing sessions. The results of this community service activity are to increase online sales turnover, a strategy is needed. The strategy aims to achieve how to win the market through four components, namely segmentation, targeting, positioning, differentiation.

Keywords: Strategy, Turnover, and online

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia, jumlah penduduk yang besar dan penetrasi pengguna internet yang mencapai lebih dari 171,17 juta, merupakan faktor yang mendorong Indonesia menjadi pasar bagi transaksi

online terbesar di Asia, melanjutkan e-commerce Indonesia menyumbang 1 dolar AS dari tiap 2 dolar AS yang dibelanjakan di Asia Tenggara. Artinya, e-commerce Indonesia telah menyumbang 50 persen transaksi belanja online di kawasan tersebut. UMKM dapat memanfaatkan marketplace agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Dengan perkembangan digital yang sangat pesat sudah saatnya Indonesia tidak hanya menjadi target pasar. Dengan semakin banyaknya UKM yang terlibat dalam ekonomi digital melalui pita lebar, bisnis elektronik, media sosial, teknologi awan, dan platform telepon seluler atau ponsel, UKM dapat bertumbuh lebih cepat dari segi pendapatan dan penyediaan lapangan kerja, serta menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)

Omzet atau omset adalah jumlah hasil dari penjualan produk selama periode tertentu yang kita tentukan. Beda dengan omset, profit adalah pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan produk tersebut. Tapi, kedua istilah ini sangatlah penting bagi kelancaran bisnis online. Kita harus dapat mengira-ngira omset dan profit yang didapatkan dari penjualan produk kita dengan mencatat semua operasional bisnis. Sebab, kalau tidak rutin mencatat laporan keuangan per periode, mungkin akan sulit dalam menentukan strategi marketing untuk periode-periode selanjutnya. Maka dari itu, bisnis online butuh yang namanya perencanaan yang detail dan matang. Sedangkan, kenapa bisnis online bisa sangat diminati dan digandrungi? Itu karena penjualan online dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan internet. Sekarang, hampir semua orang memenuhi kebutuhan melalui platform online seperti marketplace, media sosial, ataupun website toko online, sehingga hal ini menjadi peluang besar untuk melakukan bisnis online.

Perguruan Islam Pesantren Al-Manar sesuai dengan namanya secara harfiah adalah “tempat memantulkan cahaya” karena diniatkan agar dapat memantulkan sinar Islam bagi kehidupan umat Islam di Indonesia. Diresmikan oleh Menteri Agama RI pada tanggal 26 Oktober 1999 bertepatan dengan 16

Rajab 1429 H. Kampus Perguruan Islam-Pesantren Al-Manar berlokasi di Desa Cibeuteung Udik Kecamatan Ciseeng Kabupaten Bogor, memiliki luas lahan 3 Ha. Sejak berdiri tahun 1999 Sampai sekarang memiliki jenis dan jenjang pendidikan yang terdiri dari TK Islam, Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs), Madrasah Aliyah (MA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) jurusan Marketing/Penjualan. MTs dan MA sampai tahun 2008 sudah meluluskan peserta didiknya 6 (enam) angkatan dengan angka kelulusan 100%. Begitu juga SMK yang sejak berdiri tahun 2000 mempunyai angka kelulusan 100%.

Kegiatan yang akan dilakukan adalah memberikan edukasi atau pengetahuan dengan adanya presentasi/pemberian materi dan pelatihan tentang strategi meningkatkan omzet penjualan secara online pada siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al-Manar, hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan para siswa dalam penggunaan strategi yang tepat dalam meningkatkan omzet penjualan secara online, karena strategi penting dalam menjalani bisnis online, tentunya harus sudah merencanakan hal-hal yang penting, seperti menentukan produk jualan, target pasar, modal, dan strategi marketing. Lalu setelah itu fokus pada cara meningkatkan omzet penjualan online dengan melancarkan strategi-strategi marketing tersebut.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan omzet penjualan secara online pada SMK Al-Manar Cibeuteung Ciseeng Bogor.

Tujuan Pelaksanaan

Tujuan dasar dari kegiatan

Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah agar para siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) jurusan Marketing/Penjualan Al-Manar Cibeuteung Ciseeng Bogor dapat mengetahui dan menerapkan strategi yang tepat dalam meningkatkan omzet penjualan secara online.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Strategi merupakan perangkat luas yang terdiri dari tindakan-tindakan dan pendekatan-pendekatan bisnis, yang diterapkan oleh pihak manajemen guna mencapai tujuan tertentu suatu organisasi. Selain itu pula strategi adalah suatu cara atau langkah-langkah yang harus ditempuh oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya serta dalam menghadapi dan menentukan persaingan dengan kompetitornya.

Dalam merencanakan dan melaksanakan strategi, terdapat strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat komponen variabel pemasaran yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Penempatan (*place*), Promosi (*Promotion*).

Dengan demikian para pelaku usaha tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yang baik saja, tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel marketing mix tersebut untuk melaksanakan program pemasaran secara efektif.

Penjualan Online

Danang Sunyoto dalam bukunya mendefinisikan Penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran, karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli

E-commerce terdiri dari penggunaan sistem berdasarkan

informasi elektronik untuk terlibat dalam transaksi atau perdagangan online. Ini meliputi mengotomatiskan pembelian melalui situs web. Dalam melakukan penjualan secara online terdapat 2 tipe atau jenis yang dapat dilakukan seorang penjual yaitu Layanan Online Komersial Layanan internet yang menawarkan informasi dan layanan penjualan online kepada pelanggan yang membayar biaya bulanan seperti America online, CompuServe dan Prodigy dan Internet Web global jaringan komputer yang luas dan berkembang pesat yang tidak mempunyai manajemen dan kepemilikan sentral. Adapun tujuan penjualan online yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan konsumen akan suatu produk kemudian untuk memperoleh keuntungan atau laba.
2. Meningkatkan volume penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan.
3. Mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar dapat tetap eksis sehingga menunjang pertumbuhan perusahaan.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan dalam pengabdian pada masyarakat ini dibagi menjadi 3 (tiga) tahap yaitu tahap awal, tahap pelaksanaan dan tahap akhir. Pada tahap awal pelaksana pengabdian kepada masyarakat melakukan survei dan observasi, dan wawancara secara langsung dengan pihak sekolah. Pada tahap kedua ini yaitu tahap pelaksanaan, dimana pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan edukasi atau pengetahuan dengan adanya presentasi/pemberian materi dan pelatihan tentang membuat strategi untuk meningkatkan omzet penjualan secara online pada siswa-siswi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al-Manar. Tahap yang terakhir adalah tahap

monitoring. Pada tahap ini, dilakukan metode *coaching*, dimana para siswa menunjukkan hasil rancangan atau konsep perencanaan strategi yang akan mereka gunakan untuk meningkatkan omzet penjualan secara online, dan saat ini penjualan online dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan internet. Sekarang, hampir semua orang memenuhi kebutuhan melalui platform online seperti marketplace, media sosial, ataupun website toko online, sehingga hal ini menjadi peluang besar untuk melakukan bisnis online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan sebagai sumbangsih para dosen kepada masyarakat dan negara. Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya dibenak pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai *how win the market* melalui empat komponen, yaitu *segmentation, targeting, positioning, diferentiation*.

Bagi yang baru memulai bisnis online atau sudah bergabung dan merasa masih kurang meningkat omset penjualannya dapat menggunakan strategi di bawah ini:

1. Meningkatkan Kualitas Produk
2. Memberikan Pelayanan Maksimal kepada Konsumen
3. Memberikan Promo Besar-Besaran
4. Menggunakan Media Sosial sebagai Digital Marketing
5. Memperluas Jangkauan Pasar
6. Mendorong Berlakunya Repeat Business
7. Membuat Layout Toko Online yang Menarik
8. Memastikan Toko Online Aman untuk Diakses
9. Mengikuti Event Besar di Marketplace
10. Mengoptimalkan Masing-Masing Channel
11. Dropship, Reseller, atau Affiliate

Marketing

12. Menerapkan Strategi Up Selling, Cross Selling, dan Harga Paket
13. Menggunakan Decoy Effect

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah besarnya minat dan antusiasme peserta selama kegiatan dengan memberikan saran dan input untuk terus diadakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berkelanjutan di wilayah mereka serta dukungan dari para masyarakat setempat dalam memberikan informasi dan kontribusinya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diadakan Pondok Pesantren Al Manar, Desa Cibeuteung Udik, Ciseeng, Bogor dapat berlangsung dengan lancar dan efektif.

Sedangkan yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini adalah karena ditengah pandemi Covid 19, oleh karena itu pelaksanaan kegiatan di lakukan secara terbatas baik jumlah peserta ataupun waktu kegiatannya. Semua harus mematuhi tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat bagi seluruh peserta demi keamanan bersama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari kegiatan PKM dengan judul Strategi Meningkatkan Omset Penjualan Secara Online Pada SMK Al-Manar Cibeuteung Ciseeng Bogor dapat disimpulkan yaitu:

1. Peserta didik antusias dalam menyimak penyampaian materi yang disampaikan oleh para dosen, dan antusias pula dalam sesi tanya jawab. Dengan demikian, peserta didik bertambah pengetahuan tentang strategi meningkatkan omset penjualan secara online.

2. Dalam merencanakan dan membuat strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan omset penjualan secara online peserta didik harus mengetahui dan memahami komponen strategi pemasaran yaitu segmentasi, targeting, positioning, diferensiasi.

Saran

Adapun saran untuk kegiatan PKM kedepannya adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya monitoring atau pemantauan yang berkesinambungan pasca kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga peserta benar-benar dapat mengaplikasikan materi, pengalaman dan pengetahuan yang sudah diberikan.
2. Adanya komitmen dari semua pihak untuk membantu dalam memberikan arahan bagi peserta PKM untuk dapat melakukan riset sebelum membuat perencanaan, penetapan dan pelaksanaan strategi dalam meningkatkan omset penjualan secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). UPAYA PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI PENINGKATAN KOMPETENSI. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.
- Andayani, K. V., & Pasaribu, V. L. D. (2020). Seminar Perencanaan Sumber Daya Manusia.
- Basu Swastha Dharmmesta. 1999. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Nana Herdiana Abdurrahman. 2018. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nurmin Arianto. 2018. *Pelatihan Manajemen Pengembangan Diri Warga Belajar Pkbm Bimasda*. Jurnal Dharma Laksana. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpdl/article/view/1687>
- Nurmin Arianto, dkk. 2021. *Menumbuhkan Semangat Pengusaha Muda Siswa Smk Muhammadiyah Parung*. Jurnal Padma. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPDM/article/view/9903>
- Nurmin Arianto, dkk. 2022. *Motivasi Belajar Berwirausaha Dalam Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Peluang Bisnis Dan Mengembangkan Jiwa Berwirausaha Pada Siswa SMK/MA Pondok Pesantren Al-Manar Cibeuteung Udik, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor*. Jurnal Lokabmas Kreatif. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JLKK/article/view/19309/9853>
- Nurmin Arianto, dkk. 2021. *Strategi Pemasaran melalui Youtube Produk UMKM Desa Cicalengka Kecamatan Pegedangan Kabupaten Tagerang*. Jurnal Praxis : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. <http://www.pijarpemikiran.com/index.php/praxis/article/view/32>

- Nurmin Arianto, dkk. 2021. *Penerapan Strategi Pemasaran Produk Hasil Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Masyarakat Desa Cicalengka Rt 002 Rw 002 Kecamatan Pagedangan*. Jurnal Dedikasi. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DKP/article/view/10732>.
- Nurmin Arianto, dkk. 2021. *Simposium Tentang Pentingnya Pendidikan Tingkat Tinggi Untuk Meningkatkan Kapabilitas Diri Dalam Dunia Usaha Pada Siswa Kelas Xii Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Al-Manar Cibeuteung Udik, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor*. Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/ABMAS/article/view/10311>
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.
- Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.
- Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal Lokabmas Kreatif*, 1(1), 71-75.
- Pasaribu, V. L. D., Jannah, M., Fazar, M., Putra, S. P., Monalisa, M., & Sofa, M. (2021). MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA DIMASA PANDEMI PADA IBU PKK RT 004/003 KELURAHAN SAWAH BARU CIPUTAT, TANGERANG SELATAN. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 295-301.
- Pasaribu, V. L. D., Yuniati, H. L., Pranata, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. A. (2021). MANAJEMEN KEUANGAN UNTUK MENGHADAPI DAN BERTAHAN DI ERA COVID 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). EVALUASI PENERAPAN 3M DIMASA

- COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). PENGARUH DISPLIN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP PENCEGAHAN PENULARAN VIRUS COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiati, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S., Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Dikelurahan Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 356-35
- Pasaribu, V. L. D., Priadi, A., Anismadiyah, V., Rahayu, S., & Maduningtias, L. (2021). PENYULUHAN KREATIF DAN INOVATIF MENINGKATKAN MUTU PRODUKSI UMKM DI DESA BELEGA KABUPATEN GIANYAR. *Pro Bono Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02).
- Pasaribu, V. L. D. (2021). PELATIHAN BERBASIS ONLINE DI ERA COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(3), 26-32.
- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). ADAPTASI KEHIDUPAN NEW NORMAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DIYAYASAN PONDOK PESANTREN DAN PANTI ASUHAN NURUL IKHSAN KECAMATAN SETU, KOTA TANGERANG SELATAN. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.
- Pasaribu, V. L. D., Hidayati, N., Kamilah, N., Akhna, A. P., Sari, I. I., & Pratama, D. H. (2022). Pelatihan Perencanaan Keuangan Keluarga Kepada Ibu PKK Rt 004 Rw 003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(2), 7-14.
- Pasaribu, V. L. D., Fitiryani, B., Fauziah, N., Syaharani, P. N., Saputri, R. I., & Nasyadilla, R. P. (2022). PERPUSTAKAAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN MINAT BELAJAR ANAK REMAJA. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 352-361.
- Pasaribu, V. L. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. (2021). DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 1-9.
- Pasaribu, V. L. D., & Krisnaldy, K. (2019). Manajemen Risiko dan Asuransi.
- Ramadhan, M., & Pasaribu, V. L. D. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pascal Books.

Sofjan Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Veithzal Rivai. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.



DOKUMENTASI KEGIATAN

