

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA PROMOSI ONLINE UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUK BAGI PAC GERAKAN PEMUDA ANSOR DI KECAMATAN PAGEDANGAN TANGERANG

Dede Solihin¹, Ahyani², Noto Susanto³

Universitas Pamulang

Email: dosen02447@unpam.ac.id

Abstract

The purpose of holding this community service is to provide training on the use of online promotion media to expand product marketing for PAC Anzor Youth Movement in Pagedangan District, Tangerang. In the implementation of this community service training, the methods used are the lecture method, the question and answer method, and the simulation method. The success of this community service activity will be evaluated based on the level of completion of the training materials, and the Service Team will evaluate by observing and examining the results of the design of using online promotional media in making marketing media. The result of this community service is that the youth of the Anzor Youth Movement in Pagedangan District, Tangerang, after participating in this training activity, got good knowledge about how to use online promotional media such as Facebook, YouTube, TikTok, Instagram and Twitter to improve their business..

Keywords: Promotion media; Online Marketing.

Abstrak

Tujuan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Online Untuk Memperluas Pemasaran Produk Bagi PAC Gerakan Pemuda Anzor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang. Pada pelaksanaan pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini, metode yang digunakan adalah dengan metode ceramah, metode tanya jawab, dan metode simulasi. Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dievaluasi berdasarkan taraf penyelesaian materi pelatihan, dan Tim Pengabdian akan melakukan evaluasi dengan mengamati dan memeriksa hasil desain pemanfaatan media promosi online dalam pembuatan media pemasaran. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pemuda Gerakan Pemuda Anzor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang setelah mengikuti kegiatan pelatihan ini mendapatkan wawasan pengetahuan yang baik mengenai bagaimana cara memanfaatkan media promosi online seperti facebook, youtube, tiktok, instagram dan twitter untuk meningkatkan usaha yang mereka jalani.

Kata Kunci : Media Promosi; Pemasaran Online.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan internet saat ini sangat pesat dan hampir semua informasi akan mudah didapatkan. Internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi penting yang dibutuhkan untuk berbagai bisnis. Berbisnis melalui internet merupakan salah satu trend bisnis yang berkembang saat ini. Berbisnis melalui internet (bisnis online) akan memperluas pangsa pasar, tidak hanya mengandalkan area penjualan seperti bisnis tradisional, dengan membuka booth atau toko di satu area. Pangsa pasar bisnis online akan semakin luas karena masyarakat di Indonesia dan di seluruh dunia akan memiliki akses internet, sehingga produk yang ditawarkan melalui internet akan semakin mudah dan diminati, (Yusa & Risqa, 2018).

Banyaknya sumber informasi yang tersedia melalui media online atau internet, memberikan dukungan tersendiri bagi perkembangan bisnis para pelaku usaha. Dengan modal informasi yang ada pada media online, setidaknya bisa menciptakan ide-ide baru yang tentunya bermanfaat bagi kemajuan usaha. Selain itu juga bisa mendapatkan informasi penting lainnya terkait peluang usaha yang sedang dijalankan saat ini. Misalnya saja informasi kontak person supplier bahan baku, informasi harga jual produk dipasaran, informasi tips bisnis yang membantu permasalahan usaha, serta masih banyak lagi informasi lain yang berguna bagi perkembangan usaha, (Mahedy, 2016).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Gerakan Pemuda Ansor di Kecamatan Pagedangan Tangerang, dimana berdasarkan hasil wawancara dengan PAC bapak Marpu ditemukan permasalahan mengenai banyaknya pemuda Ansor yang memiliki usaha namun banyak yang masih belum memahami bagaimana cara mempromosikan produk melalui online. Selain itu kurang adanya informasi serta aksi dari para *stakeholder* Desa Cicalengka untuk membuat perkumpulan dan pelatihan terkait usaha yang ditekuni, permasalahan pemasaran produk, pelaku usaha merasa sulit untuk memasarkan dan mengembangkan usaha yang ditekuninya, dan masalah persaingan usaha dengan pendatang di Desa Cicalengka yang lebih maju karena lebih inovatif menggunakan teknologi dalam melakukan usahanya. Para pelaku usaha (UMKM) di Desa Cicalengka dihadapkan pada perubahan lingkungan yaitu di era digital. Terdapat beberapa hambatan karena keterbatasan ilmu dan keterampilan dalam menggunakan teknologi dan mengelola bisnis online.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam memberikan Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Online Untuk Memperluas Pemasaran Produk Bagi PAC Gerakan Pemuda Ansor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada tanggal 12-13 Maret 2022 dengan dihadiri 20 (dua puluh) warga Desa Cicalengka RT 002/RW 002 Kecamatan Pagedangan dengan protokol kesehatan Covid 19. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

1. Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan bagi mitra untuk mengetahui media promosi online dan mengaplikasikannya untuk pembelajaran di dunia usaha.

2. Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekannya.
3. Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh. Tahap ini menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui media promosi online dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Selanjutnya, sesi pelatihan yang menitik beratkan pada kemampuan membuat bahan pemasaran dengan menggunakan media promosi online. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan teknik simulasi agar para pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung sekaligus pengayaan dari teman-temannya dan tim pelatih.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan di hadiri oleh 20 orang peserta yang merupakan Gerakan Pemuda Ansor di desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. Acara Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Online Untuk Memperluas Pemasaran Produk Bagi Pac Gerakan Pemuda Ansor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang”. Pelatihan ini diisi dengan 2 materi. Materi pertama yaitu pengenalan pemasaran online dan materi kedua tentang cara mempromosikan produk melalui facebook, youtube, tiktok, Twitter, dan Instagram untuk jualan online. Pembahasan di materi pertama lebih menekankan kepada teori pemasaran, bauran pemasaran, media promosi dan pemasaran jasa. Dalam pemaparan materi ini para peserta begitu antusias dengan materi yang disampaikan dan berusaha menggali potensi dan peluang yang ada disekitar mereka. Para peserta juga sangat tertarik dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi mengenai bagaimana media online menjadi peluang bisnis dalam berpromosi.

Materi selanjutnya setelah adalah tentang cara mempromosikan elalui facebook, youtube, tiktok, Twitter, dan Instagram untuk jualan online. Dalam penyampaian materi ini lebih menggali potensi peserta dalam memahami dari kegunaan media online untuk menjual suatu produk secara lebih kreatif dan inovatif. Dalam penyampaian materi ini peserta juga diharapkan dapat membedakan antara marketing dengan selling. Selain itu yang tidak kalah pentingnya adalah menerangkan dasar-dasar dalam melakukan bagian-bagian dari promosi, dan menggali potensi peserta dalam melakukan penggunaan media online yang baik dan benar serta efektif. Peserta cukup antusias dan mengajukan berbagai pertanyaan tentang cara mengoperasikan penggunaan media online dan fungsi nya.

Berdasarkan hasil evaluasi tim pengabdian masyarakat para peserta pelatihan dapat mempraktekkan materi dengan cukup baik dalam hal ini dilihat dalam penggunaan media social untuk sarana promosi dan memasarkan produk mereka. Setelah diberikan pelatihan peserta mengakui bahwa mereka telah bertambah pengetahuan dan ketrampilannya dalam pemanfaatan media social seperti facebook dan instagram dalam memasarkan dan mempromosikan produknya. Dan para peserta pelatihan menjadi lebih memahami peranan media social dalam memperluas daerah pemasaran sehingga bisa meningkatkan penjualan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Pelatihan yang sudah dilakukan pada PAC Gerakan Pemuda Ansor Kecamatan Pagedangan Tangerang menggunakan media promosi online untuk memperluas pemasaran produk mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para mitra. Dengan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dan promosi juga dapat digunakan untuk memperluas wilayah pemasaran produk UMKM, sehingga media ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

2. Saran

Kegiatan yang akan datang perlu dilakukan fasilitasi para peserta pelatihan supaya dapat meningkatkan kemampuan dan pemanfaatan teknologi untuk memajukan usaha UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Dumilah, R., Sunarto, A., Ahyani, A., Solihin, D., & Maulida, H. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Siswa. *DEDIKASI PKM*, 1(1), 26-33. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v1i1.6045>
- Kurniawan, P., Sunarsi, D., & Solihin, D. (2022). The Effect of Work Motivation and Work Discipline on Employee Performance at The Health Department of Tangerang Selatan City. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, 5(2), 271-279. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6456340>.
- Mahedy, K.S. (2016). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pemasaran Hasil Produksi Bagi Asosiasi Pengrajin Industri Kecil (Apik) Kabupaten Buleleng. Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Qurbani, D., & Solihin, D. (2021). Peningkatan Komitmen Organisasi melalui Penguatan Efikasi Diri dan Kualitas Kehidupan Kerja. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 223-232. doi:<https://doi.org/10.26905/jbm.v8i2.5797>
- Solihin, D., Eka, P., Suwanto, S., Kurniawan, P., & Susanto, N. (2021). Pelatihan Penyusunan Program Pemasaran Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Warga Desa Cicalengka. *DEDIKASI PKM*, 3(1), 101-105. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i1.14614>
- Solihin, D. (2019). Pengaruh Current Ratio dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Asset (ROA) Pada PT Kalbe Farma, Tbk. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 7 (1), 115-122.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262-270. doi:<http://dx.doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>.

- Solihin, D., Ahyani, Karolina, Pricilla, L., Octaviani, I.R. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *DEDIKASI PKM*. 2(3). 307-311.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 3(3), 30-36.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri*. 4 (1), 38 – 51.
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Warga Di Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3). 351–355.
- Subarto, S., Solihin, D., & Qurbani, D. (2021). Determinants of Job Satisfaction and Its Implications for the Lecturers Performance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 9(2), 163-178. <https://doi.org/10.21009/JPEB.009.2.7>.
- Yusa, V.D., & Risqa, A. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Komunitas Kuliner Sehati. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2).