

## **PELATIHAN PROMOSI PENJUALAN ONLINE BAGI PEDAGANG BAKSO DI DESA CISEENG KABUPATEN BOGOR**

**Dede Solihin<sup>1</sup>, Ahyani<sup>2</sup>, Siti Aprilliani<sup>3</sup>**

Universitas Pamulang

Email: dosen02447@unpam.ac.id

### ***Abstract***

*The purpose of holding this community service is to provide online sales promotion training for meatball traders in Ciseeng Village, Bogor Regency. In carrying out this community service training, the method used is by explaining the basic concepts of important theories about online promotion, and hands-on practical training on Smartphones. Where the practical implementation is more than the theoretical explanation. The theoretical explanation presented is an explanation of the basic concepts for the basics of practice in online promotion, then a question and answer session, as well as discussions between participants and instructors. Then the implementation of direct practicum, consisting of practical methods, then a question and answer session and implementation of business practices in online promotion. The result of this community service is that meatball traders in Ciseeng Village, Bogor Regency, after participating in this training activity, gain good insight into knowledge about how to utilize online promotional media such as Facebook, YouTube, TikTok, Instagram and Twitter to improve the business they run.*

***Keyword : Sales promotion; Online Marketing***

### **Abstrak**

Tujuan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan promosi penjualan online bagi pedagang bakso di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor. Pada pelaksanaan pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini, metode yang digunakan adalah dengan penjelasan konsep dasar teori-teori penting tentang promosi online, dan pelatihan praktek langsung di Smartphone. Dimana pelaksanaan praktek lebih banyak daripada penjelasan teorinya. Penjelasan teori yang disampaikan adalah penjelasan konsep dasar untuk dasar-dasar praktek pada promosi online, kemudian sesi tanya jawab, serta diskusi antara peserta dengan instruktur. Kemudian pelaksanaan praktikum langsung, terdiri dari metode praktek, kemudian sesi tanya jawab serta implementasi praktek usaha pada promosi online. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pedagang bakso di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor 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: Promosi Penjualan; Pemasaran Online**

## A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman yang mengakibatkan semakin ketatnya tingkat persaingan antar para pebisnis terutama yang bergerak pada bidang kuliner sehingga menyebabkan seseorang berloma-lomba untuk memanfaatkan peluang yang ada pada saat ini, terutama bagi perusahaan yang mempertahankan pangsa pasar bisnisnya. Dalam kegiatan bisnis salah satu cara untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan atau pebisnis adalah dengan menghadirkan produk yang mempunyai kualitas tinggi serta mampu memenuhi keinginan konsumen, harga yang terjangkau, serta promosi yang menarik.

Bisnis pada bidang kuliner salah satunya adalah bakso. Bakso merupakan produk olahan daging yang biasa disajikan panas dan mempunyai nilai gizi yang tinggi karena kaya protein hewani yang sangat diperlukan tubuh manusia terutama untuk pertumbuhan. Bakso menjadi makanan terpopuler di Indonesia hal ini disebabkan karena sangat mudah ditemukan pedagang bakso dari desa maupun kota mulai dari pedagang keliling, kaki lima, hingga restoran, bakso juga diminati oleh banyak orang baik dari anak-anak hingga orang tua.

Menurut Faroh (2017) keberhasilan bisnis salah satunya di tentukan oleh kemampuan memperkenalkan produk melalui promosi. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan keistimewaan suatu produk dan membujuk konsumen untuk membeli barang atau produk tersebut.

Dalam memasarkan produknya, seorang pengusaha harus mampu dan pandai membaca situasi perubahan sekarang dan masa yang akan datang. Seorang pengusaha harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen serta kapan dan dimana dibutuhkan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, perusahaan harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Pengusaha yang berhasil adalah mereka yang pandai menyesuaikan diri dengan perubahan.

Usaha menjadi pedagang bakso merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pengolahan makanan cepat saji. Usaha ini juga merupakan makanan yang sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Usaha bakso ini telah ada sejak lama dan berkembang di daerah pedesaan pada beberapa kota di Indonesia salah satunya yaitu di Desa Ciseeng kabupaten Bogor. Sekarang ini banyak terdapat usaha warung bakso di daerah-daerah Bogor salah satunya adalah di Desa Ciseeng kabupaten Bogor. Usaha kecil ini mampu memberikan tambahan pendapatan bagi penjual bakso ikan di Desa Ciseeng kabupaten Bogor.

Akan tetapi pendapatan para pedagang bakso Desa Ciseeng kabupaten Bogor mulai menurun dibandingkan tahun sebelumnya karena berkurangnya para pengunjung, hal ini terjadi sejak setahun terakhir. Pedagang bakso di Desa Ciseeng kabupaten Bogor ini sebenarnya sudah menerapkan strategi pemasaran, produk yang di tawarkan pedagang bakso ini memiliki bahan-bahan yang berkualitas dan memiliki cita rasa yang enak, adapun harga yang di tawarkan pedagang bakso ini sangat terjangkau yaitu harga standar dan walaupun ada pula yang tidak menetapkan harga, adapun tempat pedagang bakso ini sangat strategis yaitu kebanyakan di pinggir jalan yang pastinya ramai, dan dari segi promosi mereka sudah melahkukan tetapi belum maksimal, akan tetapi strategi pemasaran tersebut masih belum bisa meningkatkan kesejahteraan keluarga pedagang bakso di Desa Ciseeng kabupaten Bogor.

Saat ini memang Desa Ciseeng kabupaten Bogor memiliki beberapa tempat makan lainnya yang mana bagi masyarakat lebih menarik jika dibandingkan dengan warung bakso. Terutama anak muda saat ini lebih tertarik untuk berkunjung ke kafe, mall dan tempat lainnya yang memiliki daya tarik dan kepopuleran tersendiri. Jika hal tersebut terus berlangsung maka minat masyarakat untuk membeli makanan pedagang kaki lima yaitu pedagang bakso akan semakin menurun karena akan tergantikan oleh tempat lainnya yang lebih populer, maka hal ini akan berdampak kurang baik untuk kesejahteraan keluarga pedagang bakso tersebut, maka dari itu penting bagi pedagang bakso untuk memikirkan kembali bagaimana strategi pemasaran agar terus dapat diminati oleh masyarakat dan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarganya.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam memberikan Pelatihan Promosi Penjualan Online Bagi Pedagang Bakso Ikan di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor.

## B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada tanggal 22- 23 oktober 2022 di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

1. Metode Ceramah

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

2. Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekkannya

3. Metode Simulasi

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 pedagang baso ikan di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor. Acara Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Pelatihan Promosi Penjualan Online Bagi Pedagang Bakso Di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor”. Agar supaya pelatihan ini berjalan sesuai ekspektasi mitra, maka tim melakukan analisa kebutuhan untuk mendapatkan informasi mengenai kendala yang terjadi dan kebutuhan masyarakat. Beberapa kendala yang dirasakan oleh mitra sekitar adalah belum maksimalnya pengetahuan mengenai pengembangan dan pemasaran produk usaha secara *online*, serta belum maksimalnya sarana pelatihan di wilayah masyarakat, terutama masyarakat Desa Ciseeng kabupaten Bogor. Hal tersebut mengakibatkan tidak maksimalnya pemasaran produk usaha mitra, yang pada akhirnya, berdampak pula pada tidak maksimalnya omset penjualan produk. Mungkin, beberapa mitra sudah memasarkan produknya secara online melalui media sosial,

situs marketplace, dll, akan tetapi dalam prakteknya masih kurang maksimal. Sehingga, hasil yang didapat pun kurang maksimal. Permasalahan Mitra selanjutnya adalah minimnya pengetahuan mitra tentang manajemen bisnis yang baik. Banyak mitra hanya fokus memproduksi barang, tanpa memikirkan bagaimana strategi ekspansi bisnisnya lebih besar lagi. Akibatnya, mitra kesulitan dalam meningkatkan level bisnisnya. Usaha yang mereka jalankan tidak berkembang dan omzet yang didapat tidak mengalami kenaikan. Selanjutnya pengetahuan, kemampuan serta pengelolaan manajemen usaha mitra masih terbatas, terutama dalam memperkenalkan produk unggulannya ke khalayak sasaran pasar mereka yang lebih luas lagi melalui kegiatan promosi yang tepat sasaran baik secara offline maupun online.



**Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan PKM**

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**

### **Kesimpulan**

Pelatihan Promosi Penjualan Online Bagi Pedagang Bakso Di Desa Ciseeng Kabupaten Bogor menggunakan media promosi online untuk memperluas pemasaran produk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan 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.

### **Saran**

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

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurachman, T., Agustinus, E., Mulyani, N., & Rahma, A. (2021). Identifikasi Karakteristik Kewirausahaan Sebagai Landasan Pengembangan Potensi Diri. *DEDIKASI PKM*, 2(3), 361-365.
- Agustinus, E., Sopiyan, M., & Mulyani, N. (2022). Sosialisasi Legalitas dan Manajemen Usaha Bagi UMKM di Tangerang Selatan. *DEDIKASI PKM*, 3(3), 317-322.
- Mulyani, N., & Agustinus, E. (2021). Analisa Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Aset, dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas. *Jurnal Arastirma*, 2(1), 19-26.
- Mulyani, N., & Agustinus, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Arastirma*, 1(2), 249-261.
- Mulyani, N., Agustinus, E., Abdurachman, T., & Prawirayudha, A. (2022). Pengelolaan Modal Usaha untuk UMKM Tangsel di Gerai Lengkong “Oleh-Oleh Khas Tangsel”. *DEDIKASI PKM*, 3(2), 220-224.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rintho, R. R. (2018). E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta: Deepublish
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*. 9(2).
- Septiano. (2017). Apa Itu Digital Marketing ? Pengertian dan Konsep Dasarnya. Retrieved Maret 01, 2021, from <http://www.redtreeasia.com/info/apa-itudigital-marketing-pengertian-dan-konsep-dasarnya/>
- Solihin, D. (2022). *Service Pemasaran*. Banten: CV. AA RIZKY.
- Solihin, D., & Ahyani, A. (2022). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Electronic Word of Mouth (E-Wom) and Social Media on Purchase Intention. *Majalah Ilmiah Bijak* 19(2), 193-205.
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. (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. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- Solihin, D., Ahyani, A., & Susanto, N. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi online untuk Memperluas Pemasaran Produk Bagi Pac Gerakan Pemuda Ansor Di Kecamatan Pagedangan Tangerang. *DEDIKASI PKM*, 3(2), 239-243. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20191>
- 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 Kepada Masyarakat*.1(3). <http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v1i3.6869>