

PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN ONLINE PADA CV. CAHAYA AGRIBIZ, CIANJUR JAWA BARAT

^{1*}Juhaeri, ²Maswarni, ³Nofiar

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

juhaeri@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis tentang penggunaan media sosial dan memanfaatkannya. Melalui Pelaksana Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan melakukan pembinaan dan memberi implementasi atau contoh bagaimana bisa melakukan pemanfaatan internet sebagai peluang mengembangkan usaha. Dengan bantuan teknologi internet dapat meminimalisir pengeluaran pemasaran dengan jangkauan pasar yang luas. Metode yang digunakan adalah dengan seminar, praktek, dan diskusi. Tempat pengabdian ini adalah CV Cahaya Agribiz Cianjur yaitu perusahaan yang berdiri pada tahun 2001 yang sudah membudidayakan sayuran hidroponik dan terletak di Cianjur. CV Cahaya Agribiz mempunyai komoditas unggulan yaitu selada keriting. perusahaan berupaya agar produksi sayur hidroponik meningkat padasar dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan pada komoditas sayurannya. Target yang akan dicapai adalah peserta dapat memanfaatkan internet sebagai media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, yang dijual, memasuki pasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.

Kata Kunci: Kemampuan Pemasaran, System Online

Abstract

The purpose of this Community Service (PKM) is to provide training and practical knowledge about using social media and making use of it. With the help of internet technology, it can minimize marketing expenses with a wide market reach. The methods used are seminars, practices, and discussions. This place of dedication is CV Cahaya Agribiz Cianjur. CV Cahaya Agribiz is a company founded in 2001 that has been cultivating hydroponic vegetables and is located in Cianjur. CV Cahaya Agribiz has a superior commodity, namely curly lettuce. The company is trying to increase hydroponic vegetable production in the market and be able to meet customer needs for its vegetable commodities. The target to be achieved is that participants can use the internet as a medium for business promotion, provide opportunities for businesses to enter a wider network, provide business information for customers and the public, provide better service to customers with various attractive and interactive facilities, increase public interest. of products, which are sold, enter the global market, can be used as information media advice, company publications and promotions.

Keywords: Marketing Ability, Online System

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah bentuk Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi Selain Pendidikan dan Penelitian, sesuai Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pada Pasal 20 ayat 2 dinyatakan: "Perguruan Tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat". Pengabdian pada masyarakat

bias berbagai kegiatan seperti pelatihan tentang pemasaran produk.

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:5) adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Pemasaran internet atau pemasaran elektronik adalah segala upaya yang dilakukan produsen untuk melakukan

pemasaran produk atau jasa menggunakan media elektronik atau Internet. Penerapan inovasi pada industri tidak selalu melalui proses yang rumit, riset yang banyak, dan penggunaan sumber daya yang besar. Inovasi bisa dilakukan dengan sedikit modifikasi namun dapat memberikan dampak yang besar. Sebuah unit usaha tidak bisa mengandalkan satu aspek saja, tetapi bagaimana mengelola paradoks antara satu hal dan lainnya.

Di era teknologi sekarang ini, model bisnis baru muncul sebagai inovasi dari pemasaran konvensional bergeser ke pemasaran modern menggunakan media digital. Proses jual beli konvensional yang mengharuskan penjual dan pembeli harus bertatap muka kini mampu dimediasi oleh media digital sehingga menghasilkan tren pemasaran baru. Munculnya online shop, grup dagang online, platform e-commerce, dan model e-business lainnya adalah bukti bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam upaya mendapatkan apa yang diinginkan. Apalagi Indonesia memiliki potensi pasar besar, dimana menurut hasil data survei 2021-2022

Bisnis hidroponik membutuhkan produk mutakhir, investasi tinggi, dan keahlian khusus serta pemasaran yang handal. Faktor inilah yang menghambat perkembangan perkebunan anti tanah ini. Ironisnya, berusaha memasarkan baik untuk dalam maupun luar negeri. Untuk mengatasi kondisi seperti ini perlu dibentuk sistem pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman

. PD Cahaya Agribiz mempunyai komoditas unggulan yaitu selada keriting. Produksi terus meningkat setiap panenannya sehingga perlu sistem pemasaran online



Gambar 1. Berfoto Bersama Peserta PKM

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh

Arief Rahmana Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing (2009), perlu memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saingnya, hal ini perlu dilakukan mengingat di era sekarang ini persaingan dalam pemasaran produk semakin kompetitif dan mencakup wilayah luas hingga ke mancanegara. Salah satu strateginya adalah dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi akan mendorong bisnis untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Pemanfaatan teknologi informasi bisa dilakukan dengan cara mempromosikan produk atau jasa yang akan di promosikan dengan internet kepada khalayak melalui media-media online seperti website, aplikasi smartphone jual beli online dan media sosial. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Gumgum Gumilar dan Ipit Zulfan, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (2014) yang menunjukkan bagaimana media massa dan Internet dipergunakan sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di kota Bandung. Dengan demikian penggunaan internet sebagai media promosi untuk usaha mikro kecil dan menengah akan lebih bermanfaat dibandingkan dengan media lain. Sejalan dengan perkembangan sumber daya manusia yang semakin hari semakin maju maka penggunaan internet untuk promosi semakin menguntungkan dalam perekonomian pelaku usaha.

Solusi Permasalahan

Setelah melakukan pembinaan serta memberi contoh penggunaan internet diharapkan :

1. Memberikan pembinaan dan pengetahuan umum tentang pemasaran online, media sosial, manfaat serta kelebihannya untuk memasarkan dan mengenalkan produk.
2. Memberikan contoh penggunaan internet marketing untuk memasarkan produk kepada para peserta agar memahami cara penggunaannya.
3. Memberikan pengetahuan tentang media sosial, internet dan keperluannya untuk dunia usaha, menunjukkan situs-situs pemasaran produk, dll

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini :

1. Peserta mengetahui dan memahami pemasaran online, media sosial untuk memperkenalkan produk, pentingnya internet dan cara menggunakannya untuk memasarkan produk usaha, agar produknya dapat dikenal.
2. Peserta dapat menggunakan internet untuk membantu usahanya agar dapat dikenal.

Peserta dapat mengetahui penggunaan internet untuk dunia usaha dan memanfaatkan internet sebagai media bisnis: memberikan kesempatan bagi peserta memasuki jaringan yang lebih global, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, dapat dijadikan sarana menjual produk atau tempat transaksi, memasuki pasar internasional, dapat dijadikan sarana media informasi, publikasi perusahaan dan promosi”

METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini adalah dengan melakukan pendekatan langsung, memberikan penyuluhan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini direncanakan pada tanggal 3-4 Oktober 2022. Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

1. Observasi dan Wawancara
Metode ini dilakukan dengan untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap aktifitas pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan.
2. Ceramah dan Diskusi
Metode ini dipilih agar dapat dengan mudah menyajikan konsep penting agar dapat dipahami para peserta. Metode ceramah melalui penyampaian presentasi dengan menampilkan gambar dan display yang menarik..
3. Demonstrasi dan Praktik

Metode ini menunjukkan proses pemasaran yang dapat dilakukan.

Adapun bahan sosialisasi serta diskusi yang diajukan mengarah pada pokok analisis permasalahan. Peserta diberikan pengetahuan dan pemahaman tentang cara Manfaat internet, Media Sosial dalam memasarkan Produk, agar dapat menjual produk ke pangsa pasar yang lebih tinggi dari sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa solusi permasalahan sebagai berikut :

Setelah melakukan pembinaan serta memberi contoh penggunaan internet diharapkan :

1. Memahami dan mengetahui pemasaran online, media sosial, serta dapat manfaat untuk memasarkan dan mengenalkan produk.
2. Dengan memberikan contoh penggunaan internet marketing untuk memasarkan produk kepada para anggota CV Cahatya Agribisnis dapat memahami cara penggunaannya.
3. DMemahami tentang media sosial, internet dan keperluannya untuk dunia usaha, menunjukkan situs-situs pemasaran produk, dll

Diharapkan peserta dapat mengetahui penggunaan internet untuk dunia usaha dan memanfaatkan internet sebagai media bisnis: memberikan kesempatan bagi peserta memasuki jaringan yang lebih global, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, dapat dijadikan sarana menjual produk atau tempat transaksi, memasuki pasar internasional, dapat dijadikan sarana media informasi, publikasi perusahaan dan promosi:



Gambar 2. Peserta PKM dilahan produksi.

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat yang berlokasi di Cv Cahaya Agribiz Cianjur Jawa Barat adalah:

1. Peserta mengetahui dan memahami pemasaran online, media sosial untuk memperkenalkan produk, pentingnya internet dan cara menggunakannya untuk memasarkan produk usaha, agar produknya dapat dikenal.
2. Peserta dapat menggunakan internet untuk membantu usahanya agar dapat dikenal

Peserta dapat mengetahui penggunaan internet untuk dunia usaha dan memanfaatkan internet sebagai media bisnis: memberikan kesempatan bagi peserta memasuki jaringan yang lebih global, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M. L. Berinternet dengan Facebook dan Twitter untuk Pemula. Yogyakarta: ANDI & Madcoms, 2011.
- Ardianto, Elvinaro, and Lukiati Komala, Siti Karlinah. Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Statistik: APJII.

www.apjii.or.id (accessed May 21, 2019).

- Blanchard, O. Social Media ROI Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Botler, Jay David and Grusin, Richard. Remediation dalam Eric P. Bucy (Eds). Living in The Information Age: A New Media Reader. London: Wadsworth and Thomson Learning. Second Edition, 20
- Juhaeri, J., Chasanah, U., Imam, S. I., & Nursyifa, A. (2020). Pengenalan Internet Sebagai Media Promosi Usaha Kecil Di Kelurahan Buaran Serpong. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Juhaeri, J., Rusilowati, U., Hamsinah, H., Marjohan, M., & Maddinsyah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 21-25.
- Sahroni, S., Susanto, S., Sutoro, M., Mukrodi, M., & Apriansyah, M. (2020). Penumbuhan Wirausaha Baru Pada Majelis Da'wah Al'adni. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).

- Sairin, S., Susanto, S., Suworo, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2021). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Dengan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Di Kampung Sengkol Rt 06/02 Kelurahan Muncul Kecamatan Setu Tangerang Selatan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 337-346.
- Susanto, S., Darusman, Y. M., Bachtiar, B., Gueci, R. S., & Santoso, B. (2021). Menggunakan Media Sosial Ramah Hukum. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 2(1), 72-78.
- Suworo, S., Sairin, S., Susanto, S., Tarwijo, T., & Fajri, C. (2022). Pelatihan Digital Marketing (Sosial Media) Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Dan Staf Marketing Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59-69.