



Pelatihan Online Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Desa Dolok Sagala

Rodi Syafrizal¹, Nursaimatussaddiya², Eka Mayastika³, Muhammad Iqbal Baihaqi⁴

STIE Bina Karya Tebing Tinggi^{1,2,3}, Universitas Pasundan⁴

Email : rodisyafziral@gmail.com¹, nursaimatussaddiya@gmail.com²,
mayastikasinaga@gmail.com³

ABSTRACT

Business actors in Dolok Sagala Village tend to still use traditional sales methods and do not understand how to use social media as a means of selling products. This is an opportunity for us to develop knowledge and knowledge and help business people in the village in increasing innovation and exploring entrepreneurship. In order to make this happen, sales training through social media is needed to sharpen marketing skills. Social media is a tool that can cover the whole world by using the internet network. Sales patterns become more efficient and flexible. This exploration is expected to be able to increase the knowledge and income of the villagers, especially MSME actors, which will then become the basis for sustainable MSME business development.

Keywords: entrepreneurship, business development.

ABSTRAK

Para pelaku usaha di Desa Dolok Sagala cenderung masih menggunakan metode penjualan secara tradisional dan belum memahami cara penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan produk. Hal tersebut menjadi kesempatan bagi kami untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan serta membantu para pelaku usaha di Desa dalam meningkatkan inovasi dan eksplorasi entrepreneurship. Demi mewujudkan hal tersebut, diperlukan pelatihan penjualan melalui sosial media untuk mempertajam kemampuan dalam marketing. Sosial media merupakan alat yang dapat mencangkup seluruh dunia dengan menggunakan jaringan internet. Pola penjualan menjadi lebih efisien dan fleksibel. Eksplorasi ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan serta pendapatan penduduk Desa khususnya pelaku UMKM, yang selanjutnya menjadi dasar bagi pengembangan usaha UMKM yang berkelanjutan.

Kata Kunci : wirausaha, pengembangan usaha.

PENDAHULUAN

Desa Dolok Sagala sendiri adalah salah satu Desa di kecamatan Dolok Masihul dimana sebagian penduduknya merupakan para pelaku UMKM. Pemilihan Desa dolok Sagala dilakukan berdasarkan pendekatan dan observasi yang telah dilakukan sebelumnya, kami melihat adanya potensi dibidang UMKM di Desa Dolok Sagala akan tetapi para pelaku usaha cenderung masih menggunakan metode penjualan secara tradisional dan belum memahami cara penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan produk. Hal tersebut menjadi kesempatan bagi kami untuk mengembangkan ilmu dan pengetahuan serta membantu para pelaku usaha di Desa dalam meningkatkan inovasi dan eksplorasi entrepreneurship. Demi mewujudkan hal tersebut, diperlukan pelatihan penjualan melalui sosial media untuk mempertajam kemampuan dalam marketing. Sosial media merupakan alat yang dapat mencangkup seluruh dunia dengan menggunakan jaringan internet. Pola penjualan menjadi lebih efisien dan fleksibel. Eksplorasi ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan serta pendapatan penduduk Desa khususnya pelaku UMKM, yang selanjutnya menjadi dasar bagi pengembangan usaha UMKM yang berkelanjutan.

Ruang lingkup yang menjadi dasar pembuatan program kerja kami diambil dari hasil observasi dan keterangan dari Aparatur Desa Dolok Sagala, antara lain :

1. Memberikan mindset dan pengetahuan masyarakat Desa khususnya para pelaku UMKM terkait Pemasaran Digital
2. Membantu meningkatkan penjualan produk usaha UMKM Desa

METODE

Berikut adalah langkah-langkah kegiatan PKM yang telah dilaksanakan:

1. Pelaksanaan Pra survei,
Dilakukan dengan cara mengidentifikasi hal yang menjadi masalah dan upaya pemenuhan kebutuhan mitra (masalah khusus yang dihadapi mitra).
2. Membentuk Tim PKM
Pembentukan Tim PKM dibuat berdasarkan kesesuaian pendidikan serta keahlian yang relevan dengan kebutuhan mitra.
3. Pembuatan proposal
Pembuatan proposal untuk memberikan solusi kepada mitra dan pendanaan pelaksanaannya yang meliputi bahan kegiatan, pembelian dan penyewaan peralatan

Evaluasi Program

Kegiatan pengevaluasian program kegiatan dilakukan dengan cara membandingkan bagaimana keadaan mitra sebelum dilakukan sosialisasi dengan keadaan setelah pelaksanaan sosialisasi. Keberhasilan program PKM ini dapat dilihat dari adanya perubahan ke arah yang lebih baik (positif) mengenai perkembangan usaha.

Pelaporan

Setelah kegiatan PKM dilakukan maka tahapan selanjutnya adalah membuat laporan hasil dari seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Laporan ini nantinya akan dipublikasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan potensi Desa yang akan dijadikan lapangan, kondisi masyarakat data – data ataupun hasil wawancara. Desa Dolok Sagala memiliki potensi yang dimana masih cukup banyak



kami melakukan observasi sehingga kami tahu situasi desa yang diperoleh melalui telah diperoleh, Desa Dolok ng usaha kecil menengah,

Kegiatan yang kami lakukan KKN tersebut antara lain sebagai

program kerja. Program kerja

a. Pelatihan Online Marketing Bagi Pelaku UMKM

Pelaksanaan program kerja ini dimulai dengan melakukan kunjungan ke lokasi – lokasi kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Dolok Sagala. Dalam kunjungan tersebut kami melakukan komunikasi langsung dengan pemilik / pelaku usaha, mengambil informasi seputar usaha yang dijalankan terutama metode penjualan yang dilakukan. Dalam hal ini kami juga turut menyampaikan undangan Sosialisasi perihal Online Marketing bagi pelaku UMKM. Selanjutnya kami mengadakan Sosialisasi perihal tersebut yang dihadiri para pelaku UMKM dan masyarakat Desa setempat. Pada kesempatan tersebut kami memaparkan materi sosialisasi yang telah dipersiapkan sebelumnya, menjelaskan bagaimana metode penjualan secara online, serta memberikan penjelasan terkait keuntungan ataupun manfaat penggunaan media online dalam pemasaran produk. Kegiatan selanjutnya kami turut membantu masyarakat secara langsung dalam melakukan pemasaran produk UMKM melalui media online, seperti pembuatan akun media sosial, pengenalan fitur dan fungsi aplikasi serta tata cara penjualan yang baik secara online. Dalam hal ini kami juga secara langsung melakukan analisa terkait pemasaran secara online yang telah dilakukan.



Gambar 1. Kegiatan PKM Desa Dolok Sagala

KESIMPULAN

Pelaksanaan program kerja Pelatihan Online Marketing Bagi Pelaku UMKM di Desa Dolok Sagala berhasil dilaksanakan dengan baik. Kegiatan tersebut disambut antusias oleh masyarakat dan para pelaku UMKM Desa setempat. Para kelompok usaha juga aktif bertanya mengenai pemasaran secara online tersebut saat sesi diskusi pada acara sosialisasi yang dilaksanakan.

Hasilnya, masyarakat dan para pelaku usaha di Desa Dolok Sagala kini telah mengetahui pentingnya pemanfaatan media online dalam pemasaran produk, serta dapat dengan langsung menerapkan hal tersebut dalam upaya pengembangan usaha menjadi lebih baik.

.

REFERENSI

- Agustina, Tri Siwi. 2015. Kewirausahaan: Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di di Indonesia. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kosasi, S. (2014). Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar. Prosiding SNATIF, 225-232. Kumolo, C. H. (2019, Januari 23). Transkrip Ahli Digital Marketing Communication. (S. T. Ciawati, Pewawancara) Maolani, R. A., & Cahyana, U. (2015). Metodo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Slamet, F., Tunjungsari, H. K., & Ie, M. (2016). Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik. Jakarta Barat: PT. Indeks. Yunus, E. (2016). Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Website Desa Dolok Sagala : <https://www.doloksagala.web.id/>