

Strategi Penjualan Pemula bagi UMKM Masyarakat Desa Kedungadem Kabupaten Bojonegoro melalui Pemanfaatan Media Sosial Online Shop

by Kembang Kembang

Submission date: 27-Mar-2024 03:57PM (UTC+0700)

Submission ID: 2332607963

File name: Layout_JSE_2023_Oktober_7.pdf (158.57K)

Word count: 1414

Character count: 8870



Strategi Penjualan Pemula bagi UMKM Masyarakat Desa Kedungadem Kabupaten Bojonegoro melalui Pemanfaatan Media Sosial *Online Shop*

Heru Ismaya¹, Fifi Zuriah², Sely Ayu Lestari³, Nur Rohman⁴, Sujiran⁵, Joko Setiyono⁶, Muhamad Solehuddin⁷, Moh. Fuadul Matin⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}IKIP PGRI Bojonegoro

e-mail: nur_rohman@ikipgribojonegoro.ac.id⁴

Received: 15 Oktober 2023

Accepted: 28 Oktober 2023

Final proof: 29 Oktober 2023

Abstrak

Perkembangan informasi dan teknologi sangat cepat. Salah satu perkembangan tersebut ditandai dengan keberadaan internet yang menyediakan berbagai layanan. Bentuk layanan yang dihadirkan internet sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Mulai dari akses data, informasi aktual, iklan, komunikasi, dan sebagainya. Selain keuntungan tersebut, keistimewaan lain dari internet adalah kemudahan untuk mengakses atau mengoperasikannya yang dapat dilakukan oleh siapapun baik anak-anak hingga orang dewasa. Disisi lain, hak tersebut dapat menghadirkan produk yang biasa saja bisa menjadi sebuah produk dengan nilai jual besar tanpa batasan ruang lingkup penjualan. Salah satu cara memanfaatkan perkembangan ini dengan membuat strategi online shop. Berbagai produk bisnis mulai dari bisnis kecil sampai besar khususnya bagi penjual pemula dapat dikenalkan melalui media sosial

Kata Kunci: Strategi, Penjual Pemula, Media Sosial.

Abstract

The development of information and technology is very fast. One of these developments is marked by the existence of the internet which provides various services. The forms of services provided by the internet are very beneficial for human life. Starting from data access, actual information, advertising, communication, and so on. Apart from these advantages, another feature of the internet is that it is easy to access or operate, which can be done by anyone, both children and adults. On the other hand, it can make an ordinary product be a product with a large selling value without limiting the scope of sales. One way to take advantage of this development is to create an online shop strategy. Various business products ranging from small to large businesses, especially for novice sellers, can be introduced through social media.

Keywords : Strategy, Beginner Sellers, Social Media

PENDAHULUAN

Di era millennium saat ini perkembangan informasi dan teknologi sangat cepat. Salah satu perkembangan tersebut ditandai dengan keberadaan internet yang menyediakan berbagai layanan. Bentuk layanan yang dihadirkan internet sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Mulai dari akses data, informasi aktual, iklan, komunikasi, dan sebagainya. Selain keuntungan tersebut, keistimewaan lain dari internet adalah kemudahan untuk mengakses atau mengoperasikannya yang dapat dilakukan oleh siapapun baik anak-anak hingga orang dewasa. Maka tidak heran jika saat ini internet menjadi konsumsi publik sebagian besar masyarakat Indonesia.

Internet sebagai bagian utama dari perkembangan teknologi dan komunikasi, menghadirkan produk yang biasa saja bisa menjadi sebuah produk dengan nilai jual besar tanpa batasan ruang lingkup penjualan. Internet melalui sosial media merupakan kreasi pemikiran dan penciptaan masa kini yang mewujudkan imajinasi fiksi ilmiah, menciptakan budaya baru dibanyak bidang, seperti ekonomi, sosial, politik, dan komunikasi (Alfirahmi, 2019).

Salah satu cara memanfaatkan perkembangan ini dengan membuat setrategi online shop. Berbagai produk bisnis mulai dari bisnis kecil sampai besar khususnya bagi penjual pemula dapat dikenalkan melalui media sosial agar tidak hanya masyarakat Indonesia yang mengenal dan membeli tetapi juga seluruh dunia. Jika dibandingkan dengan berjualan secara konvensional, tentu online shop lebih efisien, karena dapat menghemat waktu, tempat, dan tentu hasil penjualan akan meningkat jika produk yang dipromosikan dikenal secara global.

Atas dasar inilah dilakukan Pengabdian pada Masyarakat (PKM) oleh Dosen IKIP PGRI Bojonegoro, dalam ikutsertanya dalam memberika penyuluhan dan pelatihan pada khalayak umum, khususnya bagi masyarakat desa Kedungadem Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojoengoro, agar dapat mengerti tentang pemanfatan media sosial terhadap hasil penjualan online shop.

METODE

Dunia digital merupakan salah satu wadah dalam persaingan pasar global yang sangat berdampak pada generasi serba canggih seperti sekarang ini. Oleh karenanya melalui Pengabdian kepada Masyarakat kami lakukan agar; Masyarakat dapat membangun gagasan mengenai pemanfaatan media sosial terhadap hasil penjualan online shop sebagai peran serta dalam perkembangan ekonomi digitalisasi yang merambah dalam generasi 4.0 seperti saat ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Belakangan ini tidak dapat dipungkiri masyarakat Indonesia maupun dunia sedang diserang fenomena “demam” situs jejaring sosial. Apalagi bagi pemilik bisnis online yang sudah pasti hampir semua aktivitas marketingnya terjadi di dunia maya. Tren marketing selalu berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu peluang besar yaitu melakukan kegiatan marketing melalui media sosial untuk bisnis online. Sebagaimana pada kehidupan masyarakat di desa Kedungadem Kecamatan Kedungadem kabupaten Bojonegoro amayoratas sebagai petani, namun pada saat ini telah merambah pada dunia usaha/ bisnis. Namun sebagai realita masyarakat tersebut belum mampu untuk mengelola atau memasarkan produknya sehingga terjadi kemacetan yang pada akhirnya akan menimbulkan kerugian. Oleh karenanya perlu adanya bimbimbangan dan pelathian secara serius sehingga usaha meraka dapat berkembang dengan lancar. Dan suksse. Pengabdian yang dilakukan oleh Dosen IKIP PGRI Bojonegoro dimulai pada 30 Mei sampai 30 Juni 2023. Kehadiran kami pada awalnya tidak semulus yang diharapkan, namun seeiring dengan berjalanya waktu serta merasakan manfaatnya mereka telah antusias mengikuti pengabdia kaami. Tujuan komunikasi pemasaran melalui median sosial adalah untuk menumbuhkna minat beli konsumen. Menurut Madahi dan Sukati dalam Indika dan Jovita, 2017 mengatakan bahwa minat beli terjadi ketika seseorang menumbuhkan produk tertentu setelah melakukan evaluasi atau mempersepsikan produk tersebut apakah layak atau tidak untuk dibeli.

Saat ini terdapat berbagai macam media sosial untuk bisnis diantaranya Facebook, Youtube, Blog, Instagram, Twitter, Line, dan Whatsapp. Media Sosial merupakan salah satu cara paling efektif untuk memasarkan bisnis online. Mengingat masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang aktif di jejaring sosial mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Maka media sosial dapat menjangkau lebih banyak orang untuk

mengetahui produk-produk yang ditawarkan yang mungkin tidak dapat dijangkau dengan media iklan lain. Kesadaran akan pentingnya media sosial bagi pertumbuhan bisnis online akan semakin membuka kesempatan untuk berkembang dan lebih banyak menarik konsumen. Kelebihan toko online dibandingkan toko konvensional (wicaksono dalam Sari, 2015), sebagai berikut : 1) modal untuk membuka toko online relatif kecil 2) tingginya biaya operasional toko konvensional, 3) toko online buka 24 jam dan dapat di akses dimana saja 4) konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat 5) konsumen dapat mengakses beberapa toko online dalam waktu bersamaan.

Dalam mengolah usaha melalui media social online khususnya bagi pelaku pemula dibutuhkan keahlian yang berupa komunikasi yang terjalin antara pembeli dengan konsumen tidak hanya melalui fasilitas telepon namun juga melalui layanan email atau chatting. Keuntungan usaha online bagi pembeli adalah: 1) menghemat biaya, apalagi jika barang yang ingin dibeli hanya ada diluar kota. Pembeli tidak harus mengeluarkan biaya lebih untuk mencari barang tersebut diluar kota. 2) barang bisa langsung diantar ke rumah. 3) pembayaran dilakukan secara transfer, melakukan transaksi pembayaran akan lebih aman, 4) harga lebih bersaing.

Selain beberapa manfaat berbelanja online adapun manfaat lainnya yaitu memberikan kemudahan karena pelanggan dapat memesan produk dalam waktu 24 jam sehari dimanapun berada.

SIMPULAN

Dengan menguasai strategi penjualan pemula di media sosial dapat memperluas pasar bisnis online. Semakin banyak orang yang mengetahui produk yang dipasarkan di media sosial kemungkinan semakin banyak juga orang yang akan membeli produk yang dipasarkan karena tidak hanya diketahui oleh masyarakat dalam negeri saja, akan tetapi produk tersebut bisa diketahui masyarakat seluruh dunia. Dengan berjualan online shop tentu lebih efisien, dapat menghemat waktu, tempat, dan tenaga dibandingkan jika berjualan secara konvensional.

Sebagai seorang penjual bisnis online harus bisa memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada. Salah satunya adalah media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, Blog, dan lain sebagainya. Serta memiliki kreativitas dan keahlian untuk memasarkan sebuah produk. Jika penjual sudah mampu memanfaatkan media sosial yang ada serta mengetahui teknik pemasaran dengan baik maka hasil pendapatan online shop dapat meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi, (2019). Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and effect. *Jurnal Lugas*, 3(1), 24-32.
- Effendy, Onong Uchyjana. 2009. *Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Indika, D., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25-32.
- Prisgunanto, Ilham. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prisani Cendikia.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sari, C. A. (2015). Perilaku berbelanja online di kalangan mahasiswi antropologi universitas airlangga. *AntroUnairdotNet*, 4(2), 205-216.
- Setiadi, N, J. 2003. *Perilaku Konsumen; Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Medai Group.
- Siswanto, Tito. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Meda Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, Vol. 2, No. 1.

Strategi Penjualan Pemula bagi UMKM Masyarakat Desa Kedungadem Kabupaten Bojonegoro melalui Pemanfaatan Media Sosial Online Shop

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
2	jos.unsoed.ac.id Internet Source	1%
3	liviandcompany.blogspot.com Internet Source	1%
4	senatik.stta.ac.id Internet Source	1%
5	konveksimurahjogja.com Internet Source	1%
6	ojs.unanda.ac.id Internet Source	1%
7	Ida Bagus Nyoman Udayana, Lusya Tria Hatmanti Hutami, Niken Mayrenda. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Consumer Purchase Intention Smartphone Merek Vivo Melalui Brand Image Sebagai Variabel	1%

Mediasi (Studi Pada Konsumen Smartphone Vivo di Yogyakarta)", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022

Publication

8

asr.urmia.ac.ir

Internet Source

1 %

9

internet-atlas.net

Internet Source

1 %

10

research.kalbis.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Strategi Penjualan Pemula bagi UMKM Masyarakat Desa Kedungadem Kabupaten Bojonegoro melalui Pemanfaatan Media Sosial Online Shop

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3
