

## Edukasi Pelatihan Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Sabila Bengkulu

Nenden Restu Hidayah<sup>1)</sup>; Elisabeth Sekar Ambar Pratiwi<sup>2)</sup>; Titin Dwi Jayanti<sup>3)</sup>; Tania Hasibuan<sup>4)</sup>  
Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Email: <sup>1</sup> [nenden@unived.ac.id](mailto:nenden@unived.ac.id); <sup>2</sup> [elizabeth.sekar.ap@gmail.com](mailto:elizabeth.sekar.ap@gmail.com); <sup>3</sup> [dwijayantititin27@gmail.com](mailto:dwijayantititin27@gmail.com); <sup>4</sup> [taniahasibuan78@gmail.com](mailto:taniahasibuan78@gmail.com);

### ARTICLE HISTORY

Received [18 Juli 2022]  
Revised [25 Agustus 2022]  
Accepted [15 September 2022]

### KEYWORDS

Pemasaran , Online, sosial media

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Toko Sabila adalah salah satu pusat oleh-oleh khas Bengkulu yang menjual berbagai macam oleh-oleh khas Bengkulu. Oleh-oleh tersebut berupa beberapa jenis makanan, minuman, baju, kain batik, tas dan kerajinan tangan. Toko ini berdiri pada tahun 2014 di jalan Anggut Atas, kecamatan Ratu Samban, Kota Bengkulu. Toko ini mengalami kendala dalam pemasaran produk. Tujuan penelitian ini adalah membangun sistem pemasaran produk melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan. Dalam membangun sistem pemasaran produk menggunakan beberapa aplikasi media sosial. Hasil penelitian ini adalah membuat toko sabila untuk menggunakan akun aplikasi penjualan dimedia sosial guna mempermudah penjualan dan mengetahui persediaan barang dengan cepat.

### ABSTRACT

*Sabila shop is one of the centers for souvenirs typical of Bengkulu which has become various kinds of souvenirs typical of Bengkulu. The souvenirs are in the form of several types of food, drinks, clothes, batik cloth, bags and handicrafts. This shop was founded in 2014 on Jalan Anggut Atas, Ratu Samban sub-district, Bengkulu City. This store is experiencing problems in product marketing. The purpose of this research is to build a product marketing system through social media to increase sales. In building a product marketing system using several social media applications. The results of this study are to create a sabila shop to create sales applications on social media to facilitate sales and find out stock quickly.*

## PENDAHULUAN

Toko Sabila berdiri tahun 2014 didepan rumah pemiliknya. Toko sabila ini adalah salah satu pusat oleh-oleh khas Bengkulu, bukan hanya khas Bengkulu saja yang ada di toko Sabila, produk kota padang dan lampung juga ada terjual di toko sabila. Produk yang dijual berupa makanan, minuman, baju, kain batik, tas, dan kerajinan tangan. Toko Sabila itu sendiri memiliki 2 karyawan, toko Sabila berada dijalan Anggut Atas, kec.Ratu Samban kota Bengkulu. Permasalahan toko sabila ialah pada pemasaran produk, toko ini hanya menunggu konsumen datang ke toko. Toko Sabila ini ramai konsumen pada saat hari libur atau libur panjang. Jika hari libur dimulai bukan hanya warga lokal saja yang berkunjung ke toko sabila dari luar Bengkulu juga banyak. Dengan begitu pengabdian kami adalah ingin memperkenalkan sosil media untuk melakukan promosi produk.

Perekonomian global semakin tidak teratur dengan banyaknya negara di dunia yang mengalami krisis ekonomi, maka dari itu para pelaku usaha diharapkan dapat menciptakan produk yang memiliki daya saing, menarik dan nilai kompetitif. Untuk melawan persaingan usaha tersebut dibutuhkan inovasi dan kreativitas sebagai modal utama produk yang akan dihasilkannya. Pemasaran online yaitu proses perusahaan untuk menjual produk secara online. Yang paling utama dalam usaha online adalah kepuasan konsumen karena promosi online hanya mengandalkan visual atau gambar. Dengan begitu pemotretan produk harus harus semenarik mungkin untuk memastikan konsumen akan membeli produk yang di promosikan melalui media sosial. Pengguna media sosial berkembang dengan begitu pesatnya di seluruh dunia, termasuk juga di Negara Indonesia. Menggunakan media sosial yaitu untuk saling bertukar informasi dan interaksi sosial secara virtual. Bagi sebagian perusahaan, media sosial digunakan sebagai alat untuk melakukan komunikasi pemasaran dengan lebih luas dan tidak perlu bertemu untuk berkomunikasi dan berkomunikasi nya hanya dengan menggunakan internet dan teknologi. Lain lagi dengan media tradisional yang hanya mampu menerapkan komunikasi dengan bertemu ata bertatap muka, Pelak usaha yang menggunakan media sosial juga harus dapat beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi. Dengan Perubahan yang pesat dalam dunia digital menyebabkan perubahan dalam pemasaran tradisional dan menjadi pemasaran secara online. Yang dimaksud dengan pemasaran tradisional ialah, perusahaan berkomunikasi dengan konsumen melalui komunikasi secara langsung, promosi penjualan degan menggunakan media cetak.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian atau sosialisasi dilakukan di Toko Sabila pada tanggal 27 Juni-27 Juli 2022. Metode kerja yang diterapkan adalah sebagai berikut: (1). Tim pengabdian mendatangi toko sabila setelah adanya perjanjian sebelumnya. (2). Dengan kesepakatan waktu dan tempat maka sosialisasi dilakukan dengan tema meningkatkan penjualan produk secara online di lokasi tujuan pengabdian. (3). Kemudian diadakan pelatihan pengenalan model media sosial yang biasa digunakan untuk pemasaran, serta di beri pelatihan membuat akun, mengedit video dan mengedit foto produk sederhana yang akan dipasarkan. (4). Kemudian di lakukan pembuatan akun media sosial di Facebook.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di toko sabila selama 30 hari. Kami melakukan sosialisasi tentang pemasaran produk di era digital atau sering juga di sebut dengan menggunakan media sosial. Hasil yang didapatkan cukup memuaskan karena respon atau tanggapan pemilik dan karyawan toko sangat baik dengan apa yang kami sosialisasikan kepada mereka dan dengan begitu kami juga dapat membantu toko sabila dalam membuat akun media sosial yang dapat mempromosikan produk yang ada pada toko tersebut, dan Meningkatkan kesadaran bahwa peran media sosial sangat luas dan peluang yang dapat dimanfaatkan dalam era digital untuk memasarkan produk mereka secara online, agar dikenal untuk wilayah pemasaran yang lebih luas, dan peningkatan omzet. Dan dari pihak toko juga mengajarkan kami tentang bagaimana cara melayani atau berinteraksi dengan kostumer yang datang ke toko untuk berbelanja.



**Gambar 1.** Tim pengabdian melakukan sosialisasi kepada pihak toko di jalan Anggut Atas, kec. Ratu Samban kota Bengkulu

### Penyelesaian Masalah

Hal yang harus menjadi pertimbangan sebelum memasarkan produk ditengah-tengah perkembangan teknologi yang sangat pesat ini adalah dengan menggunakan media sosial. Selain itu juga menggunakan media sosial adalah strategi yang sangat bagus diperkembangan perekonomian global seperti saat ini. Selain membuka toko secara offline, media digital juga bisa membantu proses strategi pemasaran , seperti dengan menggunakan website atau akun penjualan online. Dengan menggunakan website atau akun online yang dibuat secara khusus untuk bisnis, maka akan membantu para calon pelanggan untuk bisa memperoleh informasi lengkap terkait profil toko, jenis usaha, dan juga berbagai produk yang ingin ditawarkan.

Penyelesaian masalah yang dapat di lakukan oleh pihak penulis pada toko sabila yaitu dengan membantu mempromosikan produk dan membuat iklan melalui media sosial. Dengan begitu toko sabila tidak hanya menunggu kostemer datang, tetapi toko atau karyawan dapat melayani kostemer melalui media sosial yang dibuat. Dengan begitu toko dapat mempercepat penjualan produk nya dan mempermudah kostemer mendapatkan produk dari toko sabila.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian menunjukan bahwa tujuan dilaksanakannya pengabdian ini dapat di terima dan terlaksana dengan baik oleh pihak toko sabila. Toko sabila juga sangat mendukung atas terlaksanannya kegiatan pengabdian ini karena sangat membantu untuk pihak toko. Saran untuk pihak toko sabila agar sesering mungkin untuk melakukan promosi dan iklan di media sosial agar dapat menarik kostumer untuk berbelanja di toko sabila dan bisa saja sesekali pihak toko juga mengadakan diskon untuk menarik kostumer.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Dr.Suwarni,S.Kom,M.M
2. Kepala Prodi Akuntansi Univeritas Dehasen Bengkulu Neri Susanti S.E, M.Si
3. Pembimbing PKL Tematik, Ibu Nenden Restu Hidayah, S.E., M.AK
4. Dedi Setiadi, Pemilik toko Sabila
5. Irma Anggraini dan Welly Julianda, karyawan Toko Sabila
6. Tim pengabdian yang sudah terlibat dalam pengabdian ini

### DAFTAR PUSTAKA

- A Soleh, A Arlina, S Suwarni, KC Susena, D Anggara - Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 2022. Implementasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT. 10 RW. 04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*. 1(1), 89–94
- Fedianty Augustinah, Widayati. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang.
- Jefry Romdonny, Maskarto Lucky Nara Rosmadi. 2018. Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis.
- La Moriansyah. 2015 . Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences.
- Susena, K. C., Nasution, S., Hidayah, N. R., Yustanti, N. V., & Ariantara, Y. (2022). Pengenalan Buku Kas Sebagai Upaya Pengaturan keuangan keluarga Kepada Para Ibu Rukun Tetangga 29 Kelurahan Sawah Lebar Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(1), 35-40.

Irwanto, T., Febrisa, T. S., Abi, Y. I., Putra, I. U., & Anzori, A. (2022). Strategi Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga Melalui Penerapan Digital Marketing Di Rt.06 Rw.03 Kelurahan Padang Jati Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 1(2), 67 –72.