

Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Di Toko Arjuna Collection

Izra Putri Aprilia ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Yudi Irawan Abi ³⁾

^{1,2,3)} *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: ¹ izraaprilia0204@gmail.com ; ² ahmadsoleh@unived.ac.id ; ³ yudiirawanabi@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [18 Juli 2024]

Revised [18 Agustus 2024]

Accepted [11 September 2024]

KEYWORDS

*Sosialisasi, Media Sosial,
UMKM, Arjuna Collection*

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



ABSTRAK

Toko Arjuna Collection merupakan Toko yang bergerak dalam bidang jasa penjualan baju seragam sekolah. Pengetahuan karyawan strategi marketing (pemasaran) sangatlah penting untuk meningkatkan penjualan produk. Optimalisasi media sosial dan branding produk yang menarik dapat memperluas promosi serta menarik perhatian sekolah-sekolah yang ada di Kota Bengkulu untuk membeli produk. Hal ini merupakan salah satu poin penting untuk memajukan suatu terutama yang ada di Toko Arjuna Collection. Oleh sebab itu, diperlukan sosialisasi mengenai strategi pemasaran terkait pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran. Produk yang dihasilkan oleh sebagian di Toko Arjuna Collection masih terkesan belum dikenal oleh sekolah-sekolah yang ada di Kota Bengkulu. Pengenalan media sosial sebagai strategi pemasaran sangat penting mengingat perkembangan teknologi sekarang sudah mulai maju. Yang mana sebagian besar masyarakat sekarang melakukan transaksi jual beli lewat internet ataupun media sosial karena lebih efektif dan efisien. Oleh sebab itu, dilakukan kegiatan pengabdian kepada karyawan yang berisi kegiatan pemberian wawasan mengenai sosialisasi strategi pemasaran produk melalui media sosial di Toko Arjuna Collection untuk produknya yang dapat dipromosikan lewat media sosial.

ABSTRACT

Arjuna Collection Shop is a shop that operates in the field of school uniform sales services. Employees' knowledge of marketing strategies is very important to increase product sales. Optimizing social media and attractive product branding can expand promotions and attract the attention of schools in Bengkulu City to buy products. This is one of the important points for advancing especially those in the Arjuna Collection Store. Therefore, socialization regarding marketing strategies related to utilization is needed social media as a marketing medium. The products produced by some at the Arjuna Collection Shop still seem unknown to schools in Bengkulu City. The introduction of social media as a marketing strategy is very important considering that technological developments are now starting to advance. Most people now carry out buying and selling transactions via the internet or social media because it is more effective and efficient. For this reason, service activities were carried out for female employees which included providing insight into the socialization of marketing strategies for products via social media at the Arjuna Collection Store for products that could be promoted via social media.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan diiringi perkembangan ilmu dan teknologi, telah membawa manusia kearah globalisasi. Globalisasi berdampak pada bagian aspek kehidupan manusia seperti sosial, politik, teknologi, lingkungan serta pakaian. Hal ini disebabkan kemajuan ilmu dan pengetahuan dan teknologi yang akan mengubah pola perilaku masyarakat.

Perkembangan dalam bidang industri, jasa dan pedagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian yang mana dalam dunia perekonomian mampu memberikan perubahan-perubahan yang berarti bagi kehidupan masyarakat sekitar. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat terlepas dari kebutuhan, baik kebutuhan primer atau kebutuhan pokok, sekunder, maupun tersier. Pakaian merupakan salah satu jenis kebutuhan primer atau kebutuhan pokok yang harus dimiliki oleh seorang individu, terdapat banyak jenis dan pengelompokan pakaian pada umumnya, ada jenis pakaian yang dikhususkan untuk berkerja, berolahraga, kedinasan, sekolah, dan lain lain.

Seragam sekolah menjadi salah satu kebutuhan primer atau kebutuhan pokok bagi pelajar baik dijenjang sekolah dasar, sekolah menengah, dan sekolah atas. Seragam sekolah adalah seragam atau pakaian standar yang dikenakan di lembaga pendidikan. Peraturan yang mengatur tentang seragam sekolah di Indonesia tercantum dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2014 tertanggal 9 Juni 2014 tentang Peraturan Pakaian Seragam Sekolah Bagi Peserta Didik Jenjang Pendidikan Dasar dan Menengah, maka sejak tanggal ditetapkan semua peserta didik dari Sekolah Dasar sampai Sekolah Menengah Atas baik sekolah negeri maupun sekolah swasta secara bertahap menyesuaikan aturan tersebut. Melihat hal tersebut, semakin berkembang toko yang menjual kebutuhan sekolah salah satunya toko seragam. Untuk menarik konsumen maka para pengusaha toko seragam berusaha membuat strategi agar mereka memutuskan pembelian di toko mereka, selain itu perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang telah melalui proses

atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan, atau referensi dari orang lain, kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan pembelian produk. Perilaku konsumen tersebut merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Di Toko Arjuna Collection sendiri bergerak di bidang penjualan berbagai macam seragam sekolah. Dari berbagai macam seragam sekolah yang ada semua merupakan barang dagangan yang akan diperjualbelikan.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, Toko Arjuna Collection ini masih mempunyai kendala karena transaksi penjualannya dilakukan dengan penjualan secara langsung. Penjualan secara langsung dinilai terlalu merepotkan konsumen karena konsumen harus mendatangi toko dan melakukan proses transaksi secara langsung. Oleh karena itu sangat dibutuhkan suatu alat teknologi untuk memudahkan konsumen melakukan pemesanan di Toko Arjuna Collection.

Untuk mengatasi hal itu media sosial adalah salah satu akses alat untuk memudahkan bertransaksi melalui media internet. Teknologi informasi internet berperan penting sebagai penunjang kemajuan sebuah bisnis dalam pemasaran maupun media promosi suatu produk. Semua proses penjualan di Toko Arjuna Collection dapat dikerjakan lebih cepat.

Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan pelayanan melalui media sosial memberikan kemudahan dalam pemasaran, promosi maupun transaksi penjualan. Oleh karena itu diambil judul "Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial di Toko Arjuna Collection". Dengan sistem penjualan internet maka diharapkan jangkauan konsumennya menjadi lebih luas, produk semakin lebih dikenal konsumen dan transaksi jauh lebih mudah.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di Toko Arjuna Collection Kota Bengkulu kepada karyawan melalui metode sosialisasi dengan tujuan agar mempermudah memasarkan produk baju batik sekolah Toko Arjuna Collection agar lebih dikenal oleh sekolah-sekolah di Kota Bengkulu maupun luar Kota Bengkulu.



Gambar 1 Sosialisasi Cara Pemasaran Produk Melalui Media Sosial



Gambar 2 Menjelaskan Bagaimana Cara Kerja Memasarkan Produk Melalui Media Sosial

Semoga dengan adanya sosialisasi ini para karyawan dapat menambah wawasan tentang pemasaran melalui media sosial dengan mudah agar bisa lebih dikenal dengan sekolah-sekolah yang ada di kota Bengkulu maupun diluar kota Bengkulu dengan baik dan bijak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Hasil dari kegiatan sosialisasi ini yaitu seluruh karyawan di toko Arjuna Collection mendapatkan informasi, pengetahuan dan keterampilan mengenai pemasaran produk melalui media sosial agar memudahkan mereka memasarkan produknya ke kalangan banyak sekolah di kota Bengkulu maupun luar kota Bengkulu. Sosialisasi ini diharapkan mampu membuat karyawan menjadi lebih kreatif dan inovatif agar mampu mengkreasikan cara mempromosikan produk di sosial media dan terlihat menarik oleh konsumen yang melihatnya melalui sosial media. Beberapa hal yang diperoleh dari sosialisasi ini yaitu :

1. Karyawan Toko Arjuna Collection masih belum banyak yang bisa memanfaatkan menggunakan media sosial
2. Karyawan Toko Arjuna Collection Setelah dilakukan sosialisasi sudah mengetahui manfaat media sosial
3. Karyawan Toko Arjuna Collection bisa berkreaitivitas dalam membuat konten untuk memasarkan produknya melalui sosial media
4. Hasilnya mereka bisa menjangkau lebih banyak konsumen hingga ke luar daerah Bengkulu

Penyelesaian Masalah

Dengan adanya sosialisai karyawan termotivasi untuk mengembangkan potensi dalam memasarkan produknya melalui media sosial dengan baik dan bijak. Kemampuan karyawan untuk mengembangkan dengan menggunakan strategi pemasaran produk melalui media sosial diharapkan mampu memberikan sumbangsi terhadap pendapatan baik perorangan ataupun kelompok usaha, selain itu juga mampu berkontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi di Toko Arjuna Collection. Dengan dilakukannya sosialisasi strategi pemasaran produk melalui media sosial karyawan menjadi termotivasi untuk melakukan inovasi baik terhadap usahanya agar mampu terus eksis dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen agar dapat meningkatkan kualitas produk menjadi lebih baik.



Gambar 3 Mengajari Para Karyawan Cara Kerja Pemasaran Melalui Media Sosial

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sosialisai strategi pemasaran melalui media sosial di toko Arjuna Collection menunjukkan hasil yang positif dalam peningkatan penjualan produknya, inovasi produk sangat bergantung dan saling membutuhkan, dimana jika inovasi produk tersebut menjadi primadona bagi konsumen, maka pemasaran produk melalui media sosial juga akan stabil. Karena pemasaran bergantung pada inovasi, jika inovasi tersebut banyak yang minati maka keuntungan yang didapat oleh pelaku usaha juga meningkat dengan adanya hal tersebut pemasaran produk melalui media sosial juga meningkat. Dengan bantuan media promosi melalui media cetak juga sangat membantu untuk keberlangsungan usaha khususnya di toko Arjuna Collection, dengan adanya media promosi diharapkan

konsumen banyak yang melihat dan berdatangan ke toko yang menyediakan produk baju seragam sekolah yang sudah dipasarkan tersebut, dengan begitu tidak kalah bersaing dengan usaha berskala besar. Karena saat ini sudah bisa mengatasi tingkat pengangguran di Indonesia karena bantuan membuka peluang pekerjaan bagi pengangguran. Saya menyarankan agar lembaga keuangan bisa menyentuh, agar tidak kesulitan dalam permodalan. Jika lembaga perbankan ingin membantu masalah permodalan, sudah dipastikan berkembang pesat karena memiliki bantuan modal untuk keberlangsungan.

UCAPAN TERIMA KASIH (Jika Ada)

Pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan lancar dengan baik karena dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya Kepada :

1. Universitas Dehasen Bengkulu
2. Dekan dan Wakil dekan fakultas ekonomi dan bisnis universitas dehasen kota bengkulu
3. Kepala prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas dehasen kota bengkulu
4. Pemilik toko arjuna collection

DAFTAR PUSTAKA

<https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/INTECH/article/download/880/pdf>

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 45 Tahun 2014, tertanggal 9 Juni 2014, tentang Peraturan Pakaian Seragam Sekolah Bagi Peserta Didik Jenjang Pendidikan Dasar dan Menengah, diakses tanggal 25 Juni 2024.

Peter J. P. dan Olson, C. O. (2000). Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Sulistyo Rini,Erna " Teknologi Informasi sebagai Media Promosi Produk Hasil Kerajinan