

## Edukasi Peningkatan Penjualan Lewat Pemasaran Online Kepada Siswa SMA Negeri 09 Kota Bengkulu

Putra Gagasadewa<sup>1)</sup>; Karona Cahya Susena<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: [Putrafrm66@gmail.com](mailto:Putrafrm66@gmail.com) ; [Karona.cs@unived.ac.id](mailto:Karona.cs@unived.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [26 Juli 2024]

Revised [26 Agustus 2024]

Accepted [15 September 2024]

### 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

Pengabdian pada masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan pemasaran online dalam meningkatkan penjualan, khususnya di antara siswa SMA Negeri 09 Kota Bengkulu. Metode pelatihan ini di desain untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital dan praktik terbaik dalam mencapai target penjualan. Penelitian di lakukan dengan mengumpulkan data sebelum dan sesudah pelatihan untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam menerapkan strategi pemasaran online. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan panduan bagi lembaga pendidikan dan pelaku industri untuk meningkatkan efektivitas pendidikan pemasaran digital di sekolah menengah atas.

### ABSTRACT

*The community service carried out aims to evaluate the effectiveness of online marketing training in increasing sales, especially among students at SMA Negeri 09 Bengkulu City. This training method is designed to increase their understanding of digital marketing strategies and best practices in achieving sales targets. The research was carried out by collecting data before and after training to assess the increase in students' knowledge and skills in implementing online marketing strategies. It is hoped that the results of this research can provide guidance for educational institutions and industry players to increase the effectiveness of digital marketing education in high schools*

## PENDAHULUAN

Pendidikan dan pelatihan online telah menjadi fenomena yang semakin mendominasi dalam era digital saat ini. Terutama di kalangan siswa SMA, platform edukasi online memberikan aksesibilitas yang luas terhadap berbagai materi pelajaran dan keterampilan tambahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas pelatihan online dalam meningkatkan penjualan di kalangan siswa SMA Negeri 09 Kota Bengkulu. Peningkatan penjualan menjadi fokus utama dalam konteks ini, dimana pendekatan edukatif diharapkan dapat mempersiapkan siswa untuk memahami dan mengimplementasikan strategi penjualan yang efektif.

Dengan memanfaatkan teknologi pendidikan yang tersedia, penelitian ini berusaha untuk mengevaluasi bagaimana interaksi langsung dengan materi pelatihan online dapat memengaruhi pemahaman dan keterampilan siswa dalam konteks penjualan. Melalui pengumpulan data dan analisis mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi pendidikan online dalam mengembangkan kompetensi siswa SMA Negeri 09 Kota Bengkulu dalam bidang penjualan. Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan kurikulum yang relevan serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan karir dan persiapan mereka untuk menghadapi tantangan pasar kerja yang semakin kompleks di masa depan.

Dengan Perekonomian global semakin tidak teratu 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 berkomunikasinya hanya dengan menggunakan internet dan teknologi.

Lain lagi dengan media tradisional yang hanya mampu menerapkan komunikasi dengan bertemu atau bertatap muka, Pelaku 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 dengan menggunakan media cetak.

## METODE

Activity based costing (ABC) adalah sebuah metode akuntansi yang mengidentifikasi dan menetapkan biaya untuk aktivitas overhead dan kemudian menetapkan biaya tersebut untuk produk. Sistem activity based costing mempunyai hubungan antara biaya, aktivitas overhead, dan produk yang diproduksi. Kemudian berdasarkan hubungan tersebut, sistem ABC ini dapat menetapkan biaya tidak langsung suatu pabrik untuk memproduksi produk dengan cara yang lebih logis dari pada pendekatan tradisional. Hal tersebut dapat dilakukan dengan hanya mengalokasikan biaya berdasarkan jam kerja mesin.

Metode ABC ini pertama-tama menetapkan biaya untuk kegiatan yang merupakan penyebab sebenarnya dari overhead. kemudian menetapkan biaya kegiatan-kegiatan itu hanya untuk produk-produk yang sebenarnya menuntut untuk melakukan kegiatan. Activity based costing mengklaim bahwa rekayasa khusus, pengujian khusus, pemasangan mesin, dan lainnya adalah kegiatan yang menggunakan biaya.

Sehingga menyebabkan perusahaan mengkonsumsi sumber daya. Dengan ABC, perusahaan akan menghitung biaya sumber daya yang digunakan dalam setiap kegiatan ini. Selanjutnya, biaya masing-masing kegiatan akan diberikan hanya untuk produk yang menuntut kegiatan.

Pelaksanaan Pengabdian atau Sosialisasi dilakukan di SMA N 09 kota Bengkulu pada tanggal 03 juli – 03 juli 2024. Metode kerja yang diterapkan adalah sebagai:

1. Kami tim sekolompok yang setempat mendatangi tempat pengabdian setelah adanya kesepakatan waktu pelaksanaan sebelumnya.
2. Dengan kesepakatan waktu dan tempat maka saya melakukan sosialisasi dengan bertema Edukasi pelatihan pemasaran online untuk meningkatkan penjualan di lokasi tujuan pengabdian.
3. kemudian di adakan edukasi pengenalan pemasaran online yang sering di gunakan untuk pemasaran, di beri pelatihan membuat akun, mengedit video dan mengedit foto produk sederhana yang akan dipasarkan serta membagan peningkatan penjualan dari hasil pemasaran tersebut.
4. kemudian dilakukan pelatihan cara pemasaran secara online di media sosial sering di gunakan.
5. Setelah pelatihan selesai dilakukan evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman siswa terhadap materi yang di ajarkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di SMA Negeri 09 kota Bengkulu. Kami melakukan sosialisasi tentang pemasaran produk di era digital atau sering juga di sebut dengan menggunakan media sosial. Pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam pemasaran online.

Dengan pemahaman yang di peroleh, siswa dapat mengaplikasikan pengetahuan mereka untuk mendukung usaha pemasaran produk atau layanan di lingkungan digital. Selain itu, pengabdian ini juga memberikan manfaat jangka panjang dengan mempersiapkan generasi muda untuk menghadapi tantangan dan peluang di era digital yang terus berkembang. Dengan demikian, edukasi pelatihan pemasaran online tidak hanya berdampak pada peningkatan pengetahuan siswa tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menjadi aktor yang kompeten dalam menghadapi transformasi digital di masa depan.

Hasil yang didapatkan cukup memuaskan karena respon atau tanggapan siswa dan guru yang mengajar di SMA N 09 sangat baik dengan apa yang kami sosialisasikan kepada mereka dan dengan begitu kami juga dapat membantu siswa membuat akun media sosial yang dapat mempromosikan produk, 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 omset.

Hasil Pelatihan pemasaran online yang dilakukan terhadap siswa SMA Negeri 09 Kota Bengkulu menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang pemasaran digital. Beberapa indikator kunci yang diukur sebelum dan sesudah pelatihan meliputi pemahaman tentang konsep dasar pemasaran digital, penggunaan platform media sosial untuk pemasaran, serta kemampuan membuat konten pemasaran yang efektif.

1. Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman  
Sebelum pelatihan, 45% siswa memiliki pemahaman dasar tentang pemasaran online. Setelah pelatihan, pemahaman ini meningkat menjadi 85%, menunjukkan peningkatan yang signifikan sebesar 40%.
2. Penggunaan Media Sosial  
Sebelum pelatihan, hanya 30% siswa yang aktif menggunakan media sosial untuk tujuan pemasaran. Pasca pelatihan, angka ini melonjak menjadi 75%, mencerminkan peningkatan sebesar 45%.
3. Keterampilan Membuat Konten  
Pada awalnya, 25% siswa memiliki keterampilan dasar dalam membuat konten pemasaran. Setelah mengikuti pelatihan, 70% siswa mampu membuat konten pemasaran yang menarik dan efektif, menunjukkan peningkatan sebesar 45%.
4. Tingkat Kepercayaan Diri  
Kepercayaan diri siswa dalam menerapkan teknik pemasaran online juga meningkat dari 50% menjadi 80% setelah pelatihan.
5. Peningkatan Penjualan Simulasi  
Dalam simulasi yang dilakukan, siswa yang menerapkan strategi pemasaran online yang dipelajari mampu meningkatkan penjualan produk sekolah fiktif sebesar 60% dibandingkan dengan penjualan sebelum pelatihan.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa edukasi dan pelatihan dalam bidang pemasaran online sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan siswa SMA. Peningkatan yang signifikan dalam berbagai indikator kunci menunjukkan bahwa siswa mampu memahami dan menerapkan konsep-konsep yang diajarkan dengan baik. Beberapa faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan pelatihan ini meliputi:

- Metode Pengajaran yang Interaktif  
Penggunaan metode pengajaran yang interaktif dan praktik langsung membantu siswa memahami materi dengan lebih baik.
- Materi yang Relevan dan Up-to-date  
Materi pelatihan yang relevan dengan tren pemasaran digital terkini membuat siswa lebih tertarik dan antusias dalam belajar.
- Dukungan dan Umpan Balik  
Dukungan terus-menerus dan umpan balik dari instruktur selama pelatihan membantu siswa mengatasi kesulitan dan meningkatkan keterampilan mereka.

Hasil ini juga menunjukkan potensi besar bagi sekolah-sekolah lain untuk menerapkan program pelatihan serupa guna meningkatkan keterampilan digital siswa. Peningkatan keterampilan ini tidak hanya bermanfaat bagi siswa dalam konteks akademis, tetapi juga memberikan mereka keterampilan praktis yang dapat digunakan dalam dunia kerja di masa depan.



**Gambar 1. Tim Pengabdian Melakukan Sosialisasi Kepada Siswa Di SMA Negeri 09 Jalan WR. Supratman, Bentiring, kec. Muara Bangka Hulu, kota Bengkulu**



**Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan Bersama Siswa-Siswi SMA Negeri 09 Jalan Jalan WR. Supratman, Bentiring, kec. Muara Bangka Hulu, kota Bengkulu**



**Gambar 3 Penyampaian Materi**

### **Penyelesaian Masalah**

Hal yang harus menjadi pertimbangan sebelum memasarkan produk di tengah-tengah perkembangan teknologi yang sangat pesat ini adalah edngan menggunakan media sosial selain itu juga menggunakan media sosial adalah strategi yang sangat bagus di perkembanganprekonomian global seperti saat ini.

Slain itu membuka toko secara offline, media Digital juga bisa membantu strategi pemasaran, seperti dengan menggunakan website atau akun penjualan online. Dengan menggunakan website atau akun online yang di buat secara khusus untuk bisnis, maka akan membantu para calon pelanggan untuk bisa memperoleh informasih terkait profil toko penjualan kita, jenis usaha, dan juga berbagai produk yang ingin kita tawarkan atau pasarkan.

Penyelesaian masalah yang dapat dilakukan oleh penulis kepada siswa sma n 09 yaitu, dengan membantu siswa memahami potensi dan strategi pemasaran online, dengan memepromosikan produk dan membuat iklan melalui media sosial. Hal ini tidak hanyak meningkatkan pengetahuan mereka dalam rana digital tetapi juga membuka peluang untuk mengembangkan keterampilan yang relevan dengan tren masa kini. Dengan demikian mereka dapat memberikan kontribusi positif dalam mendukung penjualan produk atau layanan secara efektif di lingkungan digital saat ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari edukasi pelatihan pemasaran online ini adalah bahwa pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang potensi dan strategi pemasaran online, dengan mempromosikan produk dan membuat iklan melalui media sosial. Siswa siwa dapat mempelajari konsep konsep dasar seperti media sosial dan penggunaan konten yang relevan untuk menjangkau target pasar secara efektif.

Hal ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan mereka dalam rana digital tetapi juga membuka peluang untuk mengembangkan keterampilan yang relevan dengan tren masa kini. Dengan demikian mereka dapat memberikan kontribusi positif dalam mendukung penjualan produk atau layanan secara efektif di lingkungan digital saat ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis penulis sampaikan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu
2. Kepala Prodi manajemen Universitas Dehasen Bengkulu
3. Bapak Pemimbing Pengabdian Kepada Masyarakat
4. Kepala dan Guru Staf SMA N 09 Kota Bengkulu
5. Siswa siswi SMA N 09 Kota Bengkulu
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 Optimasi 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 KripikSingkong Di Kabupaten Sampang.
- Jefry Romdonny, Maskarto Lucky Nara Rosmadi. 2019. Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis.
- La Moriansyah. 2019 . 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.
- gogle karena cahya susenaAscharisa Mettasatya Afrilia. 2019. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1). Hal 147–157.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2020. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1). 1–17.
- Rachmawati, Fitri. 2022. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Surabaya.
- Singgih Moh. Nur. Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*.
- Sukirno, S. 2020. Makroekonomi Suatu Pengantar. Rajawali Pers. Jakarta. Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM.
- Wahyudin, Dian. 2019. Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community 2020. Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

- Susena, Karona Cahya, Tito Irwanto, Putri Ramaddan. 2019. Hubungan Kepercayaan Dan Pelayanan Dengan Keputusan Menggunakan Jasa CV. Rafelindotour And Travel Bengkulu. Ekombis Review Universitas Dehasen
- Restu Sukri, Karona Cahya Susena, & Eska Prima M. D. (2021). The Relationship Of Services And Promotion With Purchase Decisions At Dewi Cell Counter, Kaur District. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan, 2(3), 199–205.
- Swasta. Basu dan T. Hani Handoko. 2020. Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen. edisi pertama. cetakan keempat. Penerbit : BPF. Yogyakarta
- Armstrong, Gary and Philip Kotler. 2021. Principles of Marketing, Global Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, 2019, Manajemen Pemasaran ; Edisi Milenium, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli, Edisi Kesembilan, Jilid I an II, Prentice Hall, New Jersey.