

PEMASARAN ONLINE DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN MAHASISWA/MAHASISWI PONDOK PESANTREN WONOCOLO SURABAYA

Denis Fidita Karya

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, denisfk@unusa.ac.id

Reizano

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Abstrak

Internet merupakan sekumpulan jaringan yang berskala global. Internet juga mampu menciptakan hubungan menjadi lebih dekat dan menghemat waktu antar individu baik yang dekat maupun yang jauh. Strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini akan menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan yang akan diperoleh oleh si penanam modal. Pengabdian masyarakat ini dilakukan pada mahasiswa/mahasiswi Pondok Pesantren di Wonocolo Surabaya dengan cara melakukan penyuluhan langsung. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adanya peningkatan kesadaran akan sumber daya yang ada dan potensi yang dimiliki mahasiswa/mahasiswi Pondok Pesantren untuk melakukan bisnis penjualan produk sebagai bentuk dari wirausaha.

Kata Kunci: Pemasaran Online, Strategi Pemasaran

Abstract

The Internet is a set of networks that are global. The Internet is also able to create closer relationships and save time between individuals both near and far. Marketing strategy is one of the beginning in order to introduce products to consumers and this will be very important because it will relate to the profits to be gained by the investor. Community service is done on student / student of Pondok Pesantren in Wonocolo Surabaya by way of direct counseling. The result of community service is the increase of awareness of existing resources and the potential of student / student of Pondok Pesantren to do business of selling product as a form of entrepreneurship.

Keywords: Online Marketing, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan internet menyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Dalam era yang disebut information age ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis. Mulai dari pengusaha kecil sampai pengusaha besar sudah banyak memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai sarana memenangkan persaingan bisnis mereka.

Manusia pada hakekatnya adalah

mahluk sosial, yang dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas dari kegiatan interaksi dan komunikasi. Komunikasi merupakan bagian integral kehidupan manusia, apapun statusnya di masyarakat. Sebagai mahluk sosial, kegiatan sehari-hari selalu berhubungan dengan orang lain dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima,

membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. makhluk sosial, yang dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas dari kegiatan interaksi dan komunikasi. Komunikasi merupakan bagian integral kehidupan manusia, apapun statusnya di masyarakat. Sebagai makhluk sosial, kegiatan sehari-hari selalu berhubungan dengan orang lain dalam upaya pemenuhan kebutuhan hidup. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Internet merupakan sekumpulan jaringan yang berskala global (Sarwono, 2008: 11).

Internet juga mampu menciptakan hubungan menjadi lebih dekat dan menghemat waktu antar individu baik yang dekat maupun yang jauh. Banyak fitur internet yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan khalayak, seperti membahas music, film, fashion, games, bahkan berita ter-up-date secara cepat dikarenakan jaringan internet yang cepat dan mudah diakses dari mana saja.

Strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini akan menjadi sangat penting karena akan berkaitan dengan

keuntungan yang akan diperoleh oleh si penanam modal. Seperti yang terlihat internet merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk dekat dengan khalayak. Banyak sekali penawaran penjualan produk yang diberikan online shop melalui internet, baik lokal maupun internasional, harga mahal hingga harga yang murah. Online shop juga banyak menjual berbagai kategori diantaranya adalah pakaian, elektronik, tas, sepatu dan jenis barang lainnya yang ditawarkan untuk kepuasan masyarakat yang ingin berbelanja dengan cepat dan mudah tanpa harus pergi keluar rumah.

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

Berdasarkan pengamatan pada lokasi pengabdian masyarakat mahasiswa / mahasiswi Pondok Pesantren di Wonocolo Surabaya terdapat permasalahan terkait kurangnya pemahaman serta pengetahuan yang memadai terkait dengan pemasaran melalui media online.

METODE

Metode pelaksanaan dalam program pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan terkait materi pemasaran online pada mahasiswa/mahasiswi Pondok Pesantren di Wonocolo Surabaya ini melalui 2 tahapan:

a. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan adalah tahap utama dari program pengabdian pada masyarakat. Penyuluhan ini telah dilaksanakan selama 1 hari. Masyarakat yang mengikuti kegiatan ini dan memperhatikan paparan materi yang disampaikan oleh pemateri. Tahap pertama penyuluhan dengan materi pokok yaitu Pengenalan materi pemasaran online, Dasar-dasar strategi pemasaran online, Contoh-contoh perusahaan yang sukses melalui media online dan Evaluasi dan monitoring.

b. Pasca kegiatan

Dalam rangka meningkatkan kualitas peserta setelah pelatihan untuk aktivitas kewirausahaan, maka dilakukan follow up yang konsisten untuk monitoring pelatihan mandiri masing-masing mantan peserta guna mengasah keterampilan yang diperoleh untuk dapat menciptakan produk yang bernilai jual dan menjadi laku jual melalui media online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang dicapai setelah selesainya Program Pengabdian kepada

Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya ini diharapkan mampu meningkatkan konsep pemasaran online pada mahasiswa dan mahasiswa di pondok pesantren di Wonocolo Surabaya. Peningkatan pengembangan ilmu dan teknologi perguruan tinggi melalui pelatihan dan pendampingan penjualan online. Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini diharapkan mitra dapat mengelola usahanya dengan baik dan dapat menciptakan produk yang mempunyai daya saing dengan kompetitor serta dapat diterima.

KESIMPULAN

Program pemasaran online dalam rangka meningkatkan penjualan ini berjalan dengan sangat baik, meskipun ada beberapa peserta yang belum menguasai dalam hal pemasaran produk secara online. Kegiatan ini mendapatkan sambutan yang baik, terbukti dari banyaknya mahasiswa dan mahasiswi yang hadir dan mengikuti kegiatan yang dilakukan.

REFERENSI

Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. 2008. Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan. Yogyakarta: C.V Andi Offset.