



MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA USAHA KOPI DANGAU DATUK KOTA BENGKULU

Rina Trisna Yanti¹, Herlin², Sulisti Afriani³, Lena Elfianty⁴, Elya Revolina⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Dehasen Bengkulu

Email: *rinatrisnayantirocketmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [03 Desember 2022]

Revised [30 Desember 2022]

Accepted [22 Januari 2023]

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



ABSTRAK

Semakin majunya teknologi banyak para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka dengan memanfaatkan media digital. Hal ini dianggap lebih mudah menjangkau konsumen baik dari dalam daerah ataupun di luar daerah, sehingga dapat meningkatkan penjualan para pelaku usaha dengan menerapkan strategi pemasaran (marketing) yang tepat. Sosialisasi dilakukan dalam pelatihan ini dengan memberikan pemaparan tentang digital marketing melalui diskusi dan tanya jawab, serta melihat secara langsung bagaimana proses produksi hingga penjualan kopi Dangau Datuk Kota Bengkulu yang selama ini dilakukan, sehingga dapat diberikan masukan dan hal-hal yang perlu diperbaiki untuk meningkat kualitas produk dan pemasaran produk dengan menggunakan media digital.

ABSTRACT

As technology advances, many business actors market their products by utilizing digital media. This is considered easier to reach consumers both from within the region and outside the region, so that business actors can increase sales by implementing the right marketing strategy. Socialization was carried out in this training by providing an explanation of digital marketing through discussions and questions and answers, as well as seeing directly how the production process and sales of Dangau Datuk coffee from Bengkulu City have been carried out, so that input can be given and things that need to be improved to improve quality products and product marketing using digital media.

Keywords: *Quality, Marketing, Digital Marketing*

I. PENDAHULUAN

Semakin tinggi kemajuan teknologi yang ada saat ini, membuat para pelaku usaha harus bisa bersaing dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Penjualan produk yang dilakukan secara offline (tatap muka) mempunyai keterbatasan konsumen yang akan membeli. Adapun kelemahan penjualan secara offline disamping harga yang kompetitif para pelaku usaha harus mempunyai tempat yang strategis agar mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan semakin majunya teknologi banyak para pelau usaha untuk memasarkan produk mereka dengan memanfaatkan media digital. Hal ini dianggap lebih mudah menjangkau konsumen baik dari dalam daerah ataupun di luar daerah, sehingga dapat meningkatkan penjualan para pelaku usaha dengan menerapkan strategi pemasaran (marketing) yang tepat. Marketing adalah kegiatan sosial dan pengaturan yang dikerjakan oleh individu atau kelompok agar mendapatkan apa yang diinginkan dengan cara membuat suatu produk kemudian menukarnya dengan nominal yang disepakati (Kotler, 2008).

Adapun permasalahan yang dihadapi para pelau usaha yaitu tidak semua pelaku usaha mempunyai pengalaman marketing atau penjualan secara online melalui media digital. Selama ini



kebanyakan para pelaku usaha memasarkan penjualan online secara otodidak dan belum mengetahui bagaimana strategi yang harus dilakukan akan produk yang dijual diminati para konsumen. Hal ini yang melatarbelakangi untuk memberikan pemahaman mengenai digital marketing kepada para pelaku usaha lokal dalam memasarkan produk. Digital marketing ini merupakan salah satu strategi yang dapat di terapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produk, sehingga tidak hanya mengandalkan hasil penjualan secara offline (tatap muka) saja. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009) mendefinisikan digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. Digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan (Gumilang, 2019).

Usaha kopi Dangau Datuk Bengkulu ini merupakan salah satu usaha kopi bubuk yang dikelola oleh anak-anak SMK Agribisnis yang ada di Yayasan Dangau Datuk. Selama ini penjualan dilakukan secara offline (tatap muka) dan penjualan secara online melalui media facebook dan instagram, hanya saja untuk penjualan secara online belum memperoleh hasil yang maksimal. Dalam kegiatan ini para anak-anak SMK yang mengelola usaha kopi ini diberikan pengarahan mengenai bagaimana strategi digital marketing seperti tampilan produk, harga yang bersaing, pengelolaan website dan cara memberikan promo-promo yang menarik. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai hal-hal yang menyangkut digital marketing.

II. METODE

Dalam memberikan pelatihan ini menggunakan metode dengan cara memberikan pengarahan atau sosialisasi tentang bagaimana Meningkatkan penjualan melalui digital marketing di Usaha Kopi Dangau Datuk yang beralamat di Jl. Raya Air sebakul - Betungan kota Bengkulu, Pekan Sabtu, Kec. Selebar, Kota Bengkulu. Metode yang digunakan dalam Pelatihan ini adalah :

- a. Ceramah
- b. Diskusi
- c. Tanya Jawab
- d. Praktek

Waktu dan Tempat

Kegiatan Pelatihan ini dilakukan di SMK Agribisnis Dangau Datuk Bengkulu yang dilaksanakan pada tanggal enam belas bulan Oktober tahun dua ribu dua puluh dua yang bertempat di Aula SMK Dangau Datuk Kota Bengkulu.

Peserta

Adapun peserta kegiatan dalam meningkatkan penjualan melalui pelatihan digital marketing pada usaha kopi Dangau datuk Kota Bengkulu ini adalah siswa-siswa dan guru SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu yang berjumlah 25 orang.

Nara Sumber

Nara sumber dalam kegiatan ini berasal dari Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.

Materi

Materi yang akan disampaikan dalam pelatihan ini tentang meningkatkan penjualan melalui digital marketing, dapat dilihat pada tabel di bawah ini :



Tabel 1. Materi Pelatihan Meningkatkan Penjualan Melalui Digital Marketing

No.	Materi	Nara Sumber
1	Manajemen Pemasaran	Sulisti Afriani, S.E.,M.M
2	Layout, Produk dan Harga	Rina Trisna Yanti, S.E.,M.Si
3	Pengelolaan Website	Lena Elfianty
4	Strategi Digital Marketing	Elya Revolina
5	Pengelolaan Keuangan Usaha	Herlin, S.E.,M.Ak

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi yang tepat yang dilakukan dalam memasarkan produk akan meningkatkan penjualan. Era digitalisasi ini para pelaku usaha harus bisa memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Sehingga pemahaman mengenai digital marketing sangat diperlukan seperti strategi yang akan dilakukan, layout produk yang akan ditawarkan, harga yang bersaing, promo-promo menarik yang ditawarkan dan pencatata keuangan yang baik. Proses promosi melalui digital marketing yang tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya akan sangat efektif bagi pelaku usaha dimana, tidak ada batasan waktu bagi konsumen untuk membeli produk yang mereka inginkan.

Sosialisasi dilakukan dalam pelatihan ini dengan memberikan pemaparan tentang digital marketing melalui diskusi dan Tanya jawab, serta melihat secara langsung bagaimana proses produksi hingga penjualan kopi Dangau Datuk Kota Bengkulu yang selama ini dilakukan, sehingga dapat diberikan masukan dan hal-hal yang perlu diperbaiki untuk meningkat kualitas produk dan pemasaran produk dengan menggunakan media digital. Kegiatan pelatihan ini di lakukan di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu. Berikut Jadwal Pelatihan tentang meningkatkn penjualan melalui pelatihan digital marketing pada Usaha Kopi Dangau Datuk Kota Bengkulu dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2. Jadwal Kegiatan meningkatkn penjualan melalui pelatihan digital marketing pada Usaha Kopi Dangau Datuk Kota Bengkulu

No.	Materi	Waktu	Narasumber
1	Pembukaan	09.00 – 9.30 WIB	Kepala Sekolah SMK Agribisnis Dangau Datuk
2	Manajemen Pemasaran	09.30 - 11.00 WIB	Sulisti Afriani, S.E.,M.M
3	Layout, Produk dan Harga	11.00 - 12.00 WIB	Rina Trisna Yanti, S.E.,M.Si
	ISOMA	12.00 - 13.00 WIB	
4	Pengelolaan Website	13.00 - 14.00 WIB	Lena Elfianty
5	Strategi Digital Marketing	14.00 - 15.00 WIB	Elya Revolina
6	Pengelolaan Keuangan Usaha	15.00- 16.00 WIB	Herlin, S.E.,M.Ak
7	Penutup	16.00 - Selesai	



JURNAL SEMARAK MENGABDI

DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar 1. Sosialisasi Digital Marketing



Gambar 2. Mesin Roasting Kopi



JURNAL SEMARAK MENGABDI



Gambar 3. Kemasan Kopi Bubuk Dangau Datuk 250 gram



Gambar 4. Penutup Foto Bersama

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kurangnya pengetahuan tentang digital marketing bagi pelaku usaha, membuat pemasaran produk hanya dilakukan secara langsung atau secara offline. Sementara sekarang ini teknologi yang semakin canggih, menuntuk para pelaku usaha untuk dapat melebarkan pemasaran dalam melakukan penjualan produk dengan memanfaatkan teknologi digital atau online. Dengan adanya kegiatan tentang pelatihan digital marketing ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan Usaha Kopi Dangau Datuk Kota Bengkulu. Dengan cara memberikan pemahaman materi seperti sosialisasi, diskusi dan Tanya jawab mengenai, manajemen pemasaran, strategi digital marketing, Layout, produk dan harga, pengelolaan website dan pengelolaan keuangan usaha. Dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan wawasan bagi siswa dan guru di SMK Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu dalam meningkatkan penjualan usaha kopi Dangau Datuk dengan memanfaatkan teknologi digital seperti, facebook, Whatsup, Website, Instagram, Blog, Twitter.

Saran yang dapat diberikan dengan adanya kegiatan ini para siswa SMK AgriBisnis Dangau Datuk memulai menyusun strategi marketing yang baik sebelum melakukan penjualan dengan memanfaatkan teknologi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah ikut membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat di SMK Agri Bisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Gumilang, Risa Ratna. 2019 “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. Coopetition : *Jurnal Ilmiah Manajemen E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN 2066-4620 Vol 10 Nomor 1 Maret 2019*
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo