

PELATIHAN OPTIMALISASI PENJUALAN PRODUK MENGGUNAKAN DATA DIGITAL BAGI KARANG TARUNA BHAKTI SRUWENG KEBUMEN

Fatkhul Amin¹, Dwi Budi Santoso², Jeffri Alfa Razaq³, Teguh Khristianto⁴

, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank

Jl. Trilomba Juang No. 1 Semarang, Indonesia

¹fatkhulamin@edu.unisbank.ac.i*, ²db@edu.unisbank.ac.id; ³mrjf@edu.unisbank.ac.id

⁴teguhkhristianto@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Kumpulan pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna Bhakti Desa Sidoharjo Kebumen adalah mitra yang belum mengetahui dan memahami data digital khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan data digital untuk pemasaran online. Penggunaan internet selama ini hanya digunakan sebagai media untuk mencari informasi, atau hanya sebagai pengguna informasi. Sementara itu saat ini dunia sudah menggunakan media online termasuk didalamnya negara Indonesia. Perlunya peningkatan Sumber daya manusia (SDM) atau anggota karang taruna dalam menyikapi dunia online yang ada didepan mata. Solusi untuk meningkatkan kualitas SDM dilakukan dengan model pelatihan dengan model pelatihan secara teori dan praktek langsung. Pelatihan Data Digital bisa dilakukan dengan memeberikan teori tentang data digital dan praktek menggunakan data digital. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan Pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha yang tergabung dalam Karang Taruna Bhakti Desa Sidoharjo di Kebumen dalam hal pemanfaatan data digital untuk bisnis online. Manfaat yang dapat diharapkan dari pelatihan ini adalah, Pegiat online yang tergabung dalam Karang Taruna Bhakti Desa Sidoharjo di Kebumen dapat mengetahui, memahami dan mampu mengaplikasikan Data digital untuk bisnis online.

Kata Kunci: Data Digital, karang taruna, Pelatihan data digital

Abstract

A group of youth who are members of the Karang Taruna Bhakti Village of Sidoharjo Kebumen are partners who do not know and understand digital data, especially those related to the use of digital data for online marketing. The use of the internet so far has only been used as a medium to find information, or only as a user of information. Meanwhile, the world is already using online media, including Indonesia. The need to increase human resources (HR) or youth youth members in responding to the online world that is in front of our eyes. The solution to improve the quality of human resources is carried out with a training model with a theoretical training model and direct practice. Digital Data Training can be done by providing theory about digital data and practice using digital data. The purpose of this service is to increase the knowledge and abilities of business actors who are members of the Karang Taruna Bhakti Sidoharjo Village in Kebumen in terms of utilizing digital data for online business. The benefits that can be expected from this training are online activists who are members of the Karang Taruna Bhakti Sidoharjo Village in Kebumen can know, understand and be able to apply digital data for online business.

Keywords: Digital data, youth youth, digital data training

PENDAHULUAN

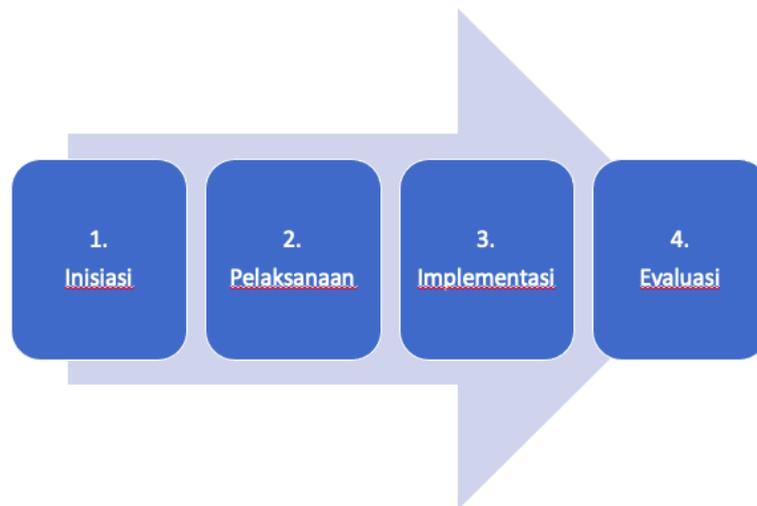
Perkembangan Teknologi Informasi tidak bisa dihindari oleh dunia kerja. Semua bidang pekerjaan mengalami perubahan banyak hal terutama dalam hal pekerjaan yang menjadi lebih efektif dan efisien. Teknologi Informasi memacu semua bidang untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk tetap eksis dalam meningkatkan produktivitas kerjanya. Karang Taruna Bhakti Desa Sidoharjo Kebumen adalah salah satu elemen atau komunitas yang harus mengikuti perkembangan Information Technology (IT). Pada gilirannya, jika dahulu menggunakan model pemasaran direct selling, saat ini sudah berpindah dengan cara online. Saat ini suka tidak suka para pelaku usaha harus memahami dunia online yang dikenal dengan istilah marketing online atau internet marketing. Pengetahuan data digital harus dikuasai untuk bisa bersaing dalam digital marketing.

Pemasaran offline yang dikenal dengan teori dan aplikasinya di dunia nyata betul-betul efektif untuk dilaksanakan. Seperti marketing mix di pemasaran yaitu Produk, Harga, Tempat dan promosi bias dilakukan dengan model dan gaya di dunia nyata atau dunia kerja offline. Keuntungan yang didapat dalam pelaksanaan rencana kerja dengan analisa dan memperhatikan marketing mix pun terbukti bias dijalankan sehingga banyak perusahaan yang menggunakannya. Pelaksanaan marketing mix yang benar membuat tujuan perusahaan bias dicapai secara optimal.

Namun demikian, model dan gaya di dunia offline berbeda sekali dengan model pemasaran di dunia online. Perkebangan IT membuat kerja pemasaran sebenarnya menjadi lebih efektif dan efisien. Model data digital perlu dilakukan dengan cara Analisa produk atau jasa yang sedang trend. Sebagai contoh: Trend pemasaran yang sedang berlangsung apakah sudah sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Aplikasi pemasaran online memanfaatkan data digital memiliki tingkat akurasi tinggi karena keunggulan-keunggulan yang banyak dimilikinya. Prinsip-prinsip pemasaran offline sebetulnya tetap dilakukan dalam pemasaran online namun dalam bentuk yang berbeda, baik perlatan, teknik dan seni memasarkannya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam 4 tahapan, yaitu Tahap Inisiasi, Tahap Pelaksanaan, Tahap Implementasi dan Tahap Evaluasi. Tahap Inisiasi adalah tahap Komunikasi dengan khalayak masyarakat yang akan diberikan pelatihan dan Analisa permasalahan yang ada dimasyarakat sruweng. Tahap Pelaksanaan adalah pelaksanaan pelatihan optimasi penjualan yang diberikan kepada masyarakat sruweng mulai dari konsep dan praktek. Selanjutnya Tahap Implementasi yaitu implementasi dari Perencanaan media online. Pembuatan media online, dan Pemasaran media online. Tahap terakhir Evaluasi yaitu media online hasil pelatihan dievaluasi secara online (gambar 1)



Gambar 1 Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

PRODUCT KNOWLEDGE

Product Knowledge atau pengetahuan tentang produk diberikan kepada peserta pelatihan untuk mengetahui tentang produk yang akan dijual atau akan dipasarkan. Product

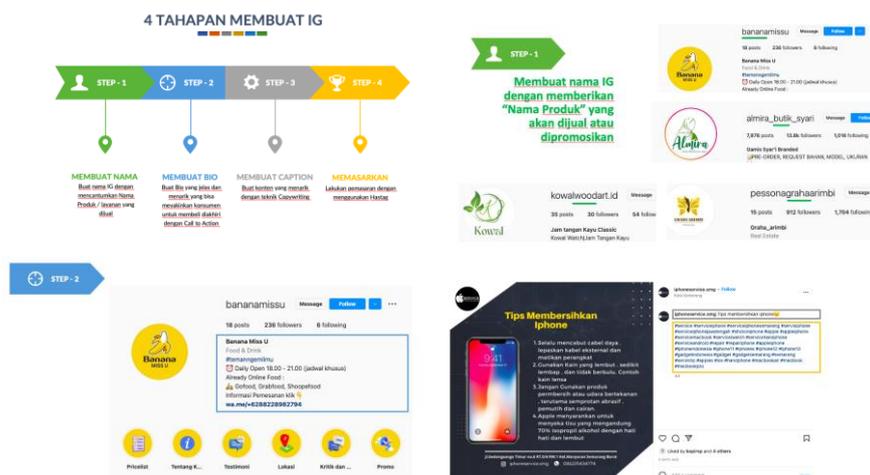
knowledge wajib dipahami oleh pelaku industry khususnya yang bergerak dipemasaran, hal ini karena didalam nya mencakup banyak hal yang akan digunakan untuk memasarkan produk. Melalui product knowledge dapat diketahui kelebihan produk, demografi, dan lain sebagainya yang bisa dijadikan data digital untuk bisa melakukan penetrasi pasar di online. Target market atau target user di pemasaran online bisa terbantu dengan Analisa di product knowledge (gambar 2).



Gambar 2 Tahapan Product Knowledge

PEMBUATAN MEDIA ONLINE INSTAGRAM

Tahapan berikutnya yaitu peserta pelatihan diberikan kemampuan untuk membuat media online menggunakan media sosial Instagram. Peserta diberikan teori dan praktek secara langsung mulai dari perencanaan Instagram, pembuatan Instagram dan pemasaran Instagram. Ada 4 tahapan (gambar 3) dalam proses pembuatan Nama Instagram, pembuatan bio, pembuatan caption dan pembuatan hastag.

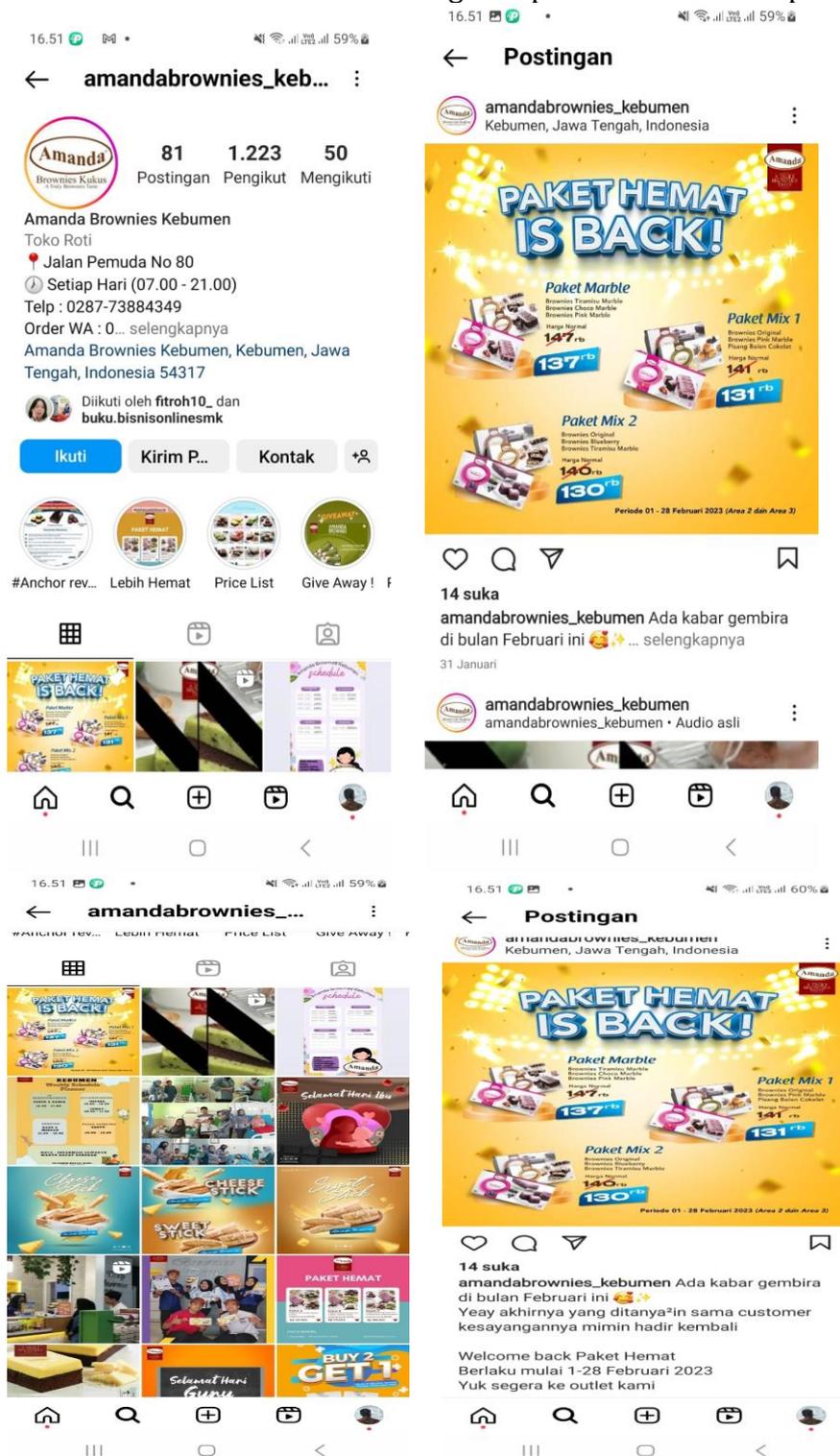


Gambar 3 Proses membuat Instagram

HASIL PELATIHAN

Setiap peserta setelah diberikan pelatihan membuat Instagram untuk pemasaran online produk yang mereka miliki. Pemasaran online menggunakan IG tidak selalu menjual produk tapi juga memnjual jasa. Pengetahuan tentang product knowledge yang telah diberikan serta

data digital dan alisanya di implementasikan dalam sebuah akun ig untuk jualan. Peserta membuat Nama IG yang benar. Peserta melengkapi bio dari ig yang mereka buat. Selanjutnya peserta juga membuat caption dan gambar serta video yang mendukung untuk penjualan produk mereka. Dan diakhiri dengan memberikan hastag yang akan mendekati konsumen melalui media online. Salah satu hasil ig dari peserta bisa dilihat pada gambar 4.



Gambar 4 Instagram peserta pelatihan

Pelatihan Optimalisasi Penjualan Produk menggunakan Data Digital bagi Karang Taruna Bhakti Sruweng Kebumen (gambar 6)



Gambar 5. Pelatihan di sruweng kebumen

PENUTUP

Simpulan

Pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu;

- a. Peserta pelatihan mampu memahami Product Knowledge, memahami Produk/jasa, mengetahui kelebihan dan Kekurangan produk, dan membuat product Knowledge
- b. Peserta pelatihan mampu memahami dan Data Digital, Kelebihan Data Digital Cara menganalisa data digital
- c. Peserta pelatihan mampu membuat Plan, membuat Image, membuat Text dan Video, dan membuat IG, membuat IG yang bagus, IG Bisnis, dan optimalisasi materi
- d. Peserta pelatihan mampu melakukan Pemasaran IG, membuat Hastag IG, dan membuat Hastag Komunitas, mampu membuat IG profil Bisnis, Alat Bantu IG, Artikel IG

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, S., Sudaryanto, S., Sajati, H., Kusumaningrum, A., Nugraheny, D. and Wintolo, H., 2019. Pengembangan kewirausahaan bagi UP2K-PKK kelurahan prawirodirjan gondomanan yogyakarta untuk mendukung pemasaran produk menggunakan Instagram.
- Harahap, A.F.D., Harahap, F.S., Batubara, M.S., Lubis, J.A., Elisa, E., Pohan, H.M., Baroroh, R. and Asmaryadi, A., 2022. Pelatihan Media Sosial Instagram dalam Pemanfaatan Fiturnya sebagai Peluang Usaha. Marpokat: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), pp.86-93.
- Nugroho, T.S.P., 2021. Peningkatan keterampilan berbisnis dengan menggunakan media instagram. Janaka: jurnal pengabdian masyarakat kewirausahaan indonesia, 2(1), pp.29-34.

- Retnowati, N.D., Indrianingsih, Y. and Honggowibowo, A.S., 2019. Pemanfaatan endorse dan hashtag untuk pemasaran produk menggunakan instagram pada UMKM di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(1), pp.69-80.
- Widodo, U.P.W., Handayani, C.M.S., Istikhoroh, S., Miradji, M.A. and Suharyanto, S., 2021. Optimasi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), pp.74-79.