

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN ONLINE MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN POSTER

Nurfaizah^{1*}, Faozi Dwiki Ramadani², Dani Rizaldi³

^{1,2,3}Universitas Amikom Purwokerto

*Korespondensi: nurfaizah@amikompurwokerto.ac.id

Abstrak

Media sosial pada mulanya merupakan salah satu media komunikasi yang berkembang di era digital teknologi. Seiring berkembangnya kebutuhan akan informasi yang dapat diakses dalam satu platform dan peningkatan penggunaan media sosial yang akhirnya jadi sebuah kebutuhan, maka muncul berbagai fitur jual beli yang di tawarkan oleh pengembang media sosial yang sudah dilengkapi dengan berbagai fitur yang dapat membantu kegiatan jual beli produk secara online dengan sasaran konsumen seluruh pengguna media sosial yang tidak terbatas oleh tempat. Pandemi COVID 19 telah memberikan kebiasaan baru kepada warga RT 005/003 Dusun Gunung Sari dalam bermedia sosial dimana saat ini 70% dari warganya mencoba untuk berjualan online. Penggunaan sosial media untuk kegiatan jual beli sudah banyak dipakai namun dalam pemasarannya banyak pengguna yang hanya pasang produk tetapi belum mengetahui bagaimana cara beriklan dengan memasang gambar produk yang menarik dan informatif. Pelatihan ini bertujuan untuk memaksimalkan penjualan online melalui strategi pembuatan poster produk. Kegiatan pelatihan telah dilaksanakan dengan memberikan materi desain produk menggunakan canva dan materi pemasaran produk melalui media sosial Instagram. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pelatihan peserta pelatihan sudah mampu merancang dan memasarkan produk melalui instagram. Hasil jawaban kuesioner tentang pemahaman dan kebermanfaatannya pelatihan rata-rata yang menjawab cukup 9,6%, setuju 36% dan sangat setuju sebesar 54,4%.

Kata kunci: Poster, Online, Media Sosial

Abstract

Social media was originally one of the communication media that developed in the digital technology era. As the need for information that can be accessed on one platform grows and the use of social media increases which eventually becomes a necessity, various buying and selling features are offered by social media developers which are equipped with various features that can help buy and sell products online. targeting consumers of all social media users who are not limited by place. The COVID 19 pandemic has given the residents of RT 005/003 Dusun Gunung Sari a new habit of using social media where currently 70% of the residents are trying to sell online. The use of social media for buying and selling activities has been widely used, but in marketing many users only post products but don't know how to advertise by placing attractive and informative product images. This training aims to maximize online sales through a strategy for making product posters. Training activities have been carried out by providing product design materials using Canva and product marketing materials through Instagram social media. Based on the results of the evaluation of training activities, the trainees were able to design and market products via Instagram. The results of the questionnaire answers regarding the understanding and usefulness of the training on average answered 9.6% enough, agreed 36% and strongly agreed 54.4%.

Keywords: Poster, Online, Social Media

1. PENDAHULUAN

Sejak pandemi Covid-19 warga RT 005 mengalami kerugian karena hasil pertanian warga tidak bisa dipasarkan, walaupun tetap dipasarkan dengan harga murah dan tetap merugi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian-penelitian yang dilakukan untuk melihat dampak

pandemi terhadap sektor pertanian. Kebutuhan pokok petani akan tetap terpenuhi saat mereka memiliki sumber penghasilan lain (A'dani et al., 2021). Penelitian serupa juga dilakukan untuk melihat pengaruh pandemi terhadap petani sayur dan didapatkan hasil petani cabai merugi karena terjadi penurunan harga jual (Sarni & Sidayat, 2020).

Warga RT 005 mencoba mencari pendapatan lain selain dari bertani sayur yaitu dengan melakukan penjualan-penjualan online yang dilakukan melalui media sosial terdapat 50% dari jumlah KK yang ada dengan menjual berbagai produk. Sebagian besar dari proses jualan yang digunakan dengan memasarkan produk dari reseller dan jika ada pemesanan mereka akan melakukan pemesanan kembali ke reseller dan barang baru dikirim.

Warga sudah banyak yang memulai usaha sampingan dengan berjualan online, hanya saja dalam proses pemasarannya mereka hanya memasang foto produk yang diberikan oleh reseller dan belum ada teknik untuk membuat tampilan produk yang mereka pasang menjadi lebih menarik dan juga dari produk tersebut belum disebutkan informasi detail mengenai produk yang mereka jual.

Penggunaan poster produk dalam pemasaran produk sehingga dapat memberikan daya saing produk dalam melakukan penjualan (Famukhit, 2020). Pelatihan tentang desain produk juga dibutuhkan oleh pelaku usaha mampu bertahan di masa pandemi covid-19 (Aditya & Syahwani, 2020). Penelitian yang sama tentang penjualan online menyebutkan bahwa pelaku usaha harus memiliki strategi dalam melakukan usahanya dalam berjualan melalui media social (Gani, 2019). Pelatihan serupa juga dilakukan dengan untuk meningkatkan pengetahuan dalam memaksimalkan media sosial sebagai sarana promosi (Pratama et al., 2022) (Oktalyra et al., 2021).

Selain itu dalam kegiatan pelatihan ini menggandeng siswa SMK sebagai peserta kegiatan untuk memberikan peningkatan kemampuan siswa dalam mendesain (Wijaya et al., 2022). Selain itu pelatihan ini juga membekali kemampuan pelaku usaha dan siswa

untuk memasarkan melalui media sosial melalui strategi penyusunan konten di instagram (Ira Brunchilda Hubner et al., 2021). Kegiatan pelatihan pemasaran media sosial juga nantinya dapat memberikan manfaat peningkatan penghasilan (Suleman et al., 2021).

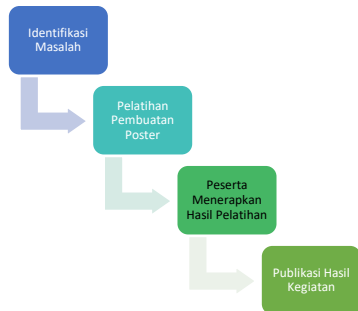
Solusi yang akan diberikan dalam pengabdian ini ada dalam bentuk pelatihan pembuatan desain poster produk yang diharapkan dari pelatihan ini dapat memberikan pengetahuan tentang strategi marketing melalui poster sehingga dapat meningkatkan penjualan online. Selain itu melihat banyaknya usia produktif sekolah dan adanya sekolah di lingkungan RT maka pelatihan juga diberikan kepada siswa-siswa dan warga.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan strategi meningkatkan penjualan online melalui pembuatan poster produk melalui proses sebagai berikut:

- a. Identifikasi masalah yang dilakukan melalui observasi serta wawancara kepada RT dan warga pelaku penjualan online.
- b. Setelah menentukan masalah kemudian tahap selanjutnya yaitu melakukan pelatihan pembuatan poster sebagai strategi peningkatan penjualan produk.
- c. Target luaran dari pelatihan seluruh peserta dapat mengimplementasikan hasil pelatihan untuk membantu memasarkan produknya.
- d. Publikasi hasil kegiatan merupakan kegiatan yang dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan dalam bentuk publikasi media massa, video kegiatan dan publikasi artikel ilmiah.

Secara umum gambaran dari metode pelaksanaan pengabdian disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Bagan metode pelaksanaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan poster merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha, terutama bagi para pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat jualannya. Kemampuan mendesain produk menjadi hal mutlak yang perlu dikuasai untuk memberikan kesan baik atas produk yang jual, karena calon konsumen tidak melihat langsung produk yang dijual melainkan melalui poster produk. Selain itu pelaku usaha dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualannya.

Kegiatan pelatihan selain diberikan kepada pelaku usaha juga diberikan kepada pelajar SMK untuk menambah pengetahuan dan bekal keterampilan setelah lulus nanti dengan pelatihan ini siswa dapat meningkatkan kemampuan mendesain suatu produk serta memberikan gambaran dan kemampuan untuk memasarkan produk melalui media sosial.

Hal tersebut yang mendasari kegiatan pelatihan ini diberikan kepada pelaku usaha dan kepada siswa SMK. Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan poster dalam kegiatan Amikom Mitra Masyarakat berlangsung selama 1 hari yaitu pada hari Senin, 1 Agustus 2022. Kegiatan dimulai pada pukul 08.30 – 11.30 WIB yang dihadiri oleh 34 peserta dari warga RT 005/003 dan siswa SMK Cahaya Islam. Pelatihan berlangsung dengan melakukan

pemaparan dan pelatihan penggunaan aplikasi dengan menggunakan canva. Salah satu proses pelaksanaan pelatihan seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan pembuatan poster

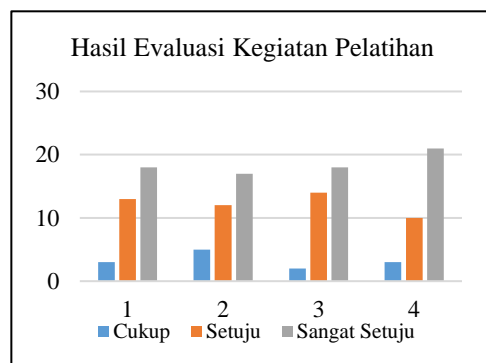
Berdasarkan pengamatan dan tanya jawab yang dilakukan selama kegiatan berlangsung, kegiatan pelatihan pembuatan poster memberikan hasil sebagai berikut:

- Meningkatnya pengetahuan peserta mengenai pembuatan poster karena peserta langsung membuat poster pada saat pelatihan.
- Peserta dapat memahami dan menggunakan aplikasi canva dengan baik serta memberikan saran dan rekomendasi terkait kendala pemanfaatan teknologi tersebut dalam pengelolaan keuangan Masjid.
- Pembuatan poster diharapkan dapat dijadikan salah satu alternatif bagi peserta dalam memasarkan produk dan juga sebagai bekal bagi siswa SMK sebelum mereka lulus Sekolah.

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang diberikan setelah kegiatan dilakukan dengan menggunakan skala penilaian 1-5 yaitu Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Cukup, Setuju, Sangat Setuju. Adapun pertanyaan yang diberikan adalah seperti pada tabel 1. Selanjutnya setelah kegiatan pelatihan, dilaksanakan pembagian kuesioner untuk menilai sejauh mana kegiatan pelatihan memiliki manfaat bagi peserta. Gambaran hasil evaluasi dari kegiatan pelatihan seperti pada gambar 3.

Tabel 1. Daftar pertanyaan kuisioner

No	Pertanyaan
1.	Materi pelatihan ini sangat bermanfaat bagi saya diperoleh
2.	Saya mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru dari pelatihan ini
3.	Setelah mengikuti pelatihan ini, saya menjadi paham tentang materi yang disampaikan
4.	Saya memahami pentingnya pelatihan yang disampaikan



Gambar 3. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan

Berdasarkan evaluasi pada gambar 3 diperoleh hasil kuesioner dari 4 pertanyaan yang diberikan hasil penilaian dari pertanyaan pertama diperoleh hasil cukup sebanyak 3 peserta, setuju 13 peserta dan sangat setuju 18 peserta. Hasil evaluasi pertanyaan kedua diperoleh hasil cukup 5 peserta, hasil setuju 12 peserta dan hasil sangat setuju 12 peserta, sedangkan hasil pertanyaan ketiga 2 cukup, 14 setuju dan sangat setuju 18. Sedangkan untuk hasil kuesioner evaluasi untuk pertanyaan keempat diperoleh cukup 3 peserta, setuju 10 peserta dan sangat setuju 21 peserta.

4. KESIMPULAN

Pelatihan menggunakan aplikasi canva program Amikom Mitra Masyarakat telah dilaksanakan dan dapat disimpulkan kegiatan pengabdian telah dilaksanakan dengan baik dan peserta memberikan respon yang baik dari kegiatan yang diselenggarakan yaitu rata-rata 54,5% peserta menyatakan

sangat setuju dengan kegiatan yang dilaksanakan. Pelatihan pembuatan poster diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana baru untuk melakukan promosi bagi pengelola usaha dan pengetahuan baru bagi siswa yang mengikuti.

REFERENSI

- A'dani, F., Sukayat, Y., Setiawan, I., & Judawinata, M. G. (2021). Pandemi Covid-19: Keterpurukan Dan Kebangkitan Pertanian Strategi Mempertahankan Ketersediaan Pangan Pokok Rumah Tangga Petani Padi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 309–319.
- Aditya, & Syahwani, A. (2020). Pelatihan Online Membuat Brosur Melalui Imooji untuk Mendukung Promosi UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(6), 957–965.
- Famukhit, M. L. (2020). Pelatihan Desain Promosi Usaha Menggunakan Canva Pada Smk Diponegoro Tulakan Kabupaten Pacitan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gani, A. A. (2019). Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Pada UsahaMikro Kecil di Desan Sanrobone Kabupaten Takalar. *Jurnal Pengabdian Bina Ukhuwah*, 1(2), 415–417.
- Ira Brunchilda Hubner, Juliana, Rudy Pramono, Sandra Maleachi, Deandra Asthyn Pakasi, & Nova Bernedetta Sitorus. (2021). Pelatihan Penggunaan Instagram dalam Promosi Produk Kuliner. *Ta'Awun*, 1(02), 162–176. <https://doi.org/10.37850/taawun.v1>

i02.197

- Oktalyra, R., Dwi, C., & Ananda, K. (2021). Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Remaja Di Daerah Cikokol Tangerang. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 54–59.
<https://doi.org/10.34306/adimas.v1i2.432>
- Pratama, R. S., Haque, M. H., Ardianta, A., Arumsari, D. N., & Evanthy, A. (2022). Pelatihan promosi dan pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm di kota surabaya. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 118–124.
- Sarni, & Sidayat, M. (2020). Dampak Pandemi COVID 19 Terhadap Pendapatan Petani Sayuran di Kota Ternate. *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis 2020*, 21, 144–148.
- Suleman, D., Imelda Sari, Taat Kuspriyono, & Dedi Suharyadi. (2021). Pelatihan Trik Pemasaran Dengan Meningkatkan Pendapatan Melalui Media Sosial. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 85–91.
<https://doi.org/10.54259/pakmas.v1i2.92>
- Wijaya, N., Irsyad, H., & Taqwiym, A. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Canva Dalam Mendesain Poster. *Fordicate*, 1(2), 192–199.
<https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2418>