



## Sosialisasi Pemasaran Online Pada Sektor Usaha Kecil Di Kecamatan Gading Rejo

Evi Meidasari M<sup>1\*</sup>, Yudhinanto CN<sup>2</sup>, Nur Salma<sup>3</sup>, Yulistiana Arnanda<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>Fakultas Bisnis Universitas Mitra Indonesia, Bandar Lampung

\*Email: [evi@umitra.ac.id](mailto:evi@umitra.ac.id), [yudhinanto@umitra.ac.id](mailto:yudhinanto@umitra.ac.id),  
[salma@umitra.ac.id](mailto:salma@umitra.ac.id), [yulistiana.student@umitra.ac.id](mailto:yulistiana.student@umitra.ac.id)

Korespondensi: [evi@umitra.ac.id](mailto:evi@umitra.ac.id)

### Article History:

Received: 02 Mei 2023

Revised: 25 Mei 2023

Accepted: 23 Juni 2023

**Keywords:** Online Marketing  
and Online Sales

**Abstract:** *The purpose of this community service is to assist business actors in providing Online Marketing socialization to the small business sector in Gading Rejo Village, Pringsewu Regency. The method of community service activities begins with the preparation stage and field surveys. This survey phase begins with direct discussions with business owners to identify needs. Then, the socialization and training stages were carried out by the team. The results of this study were that the knowledge of the participants, in this case the owner of the Dua Putri snack business regarding online marketing before the activity, was still in the category of lack of understanding. After the activities were carried out and the presentation of the material was delivered, it was found that the participants' knowledge of marketing strategies after being delivered had increased.*

### Abstrak

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam memberikan sosialisasi Pemasaran Online pada sektor usaha kecil di Desa gading rejo kabupaten pringsewu. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan tahap persiapan dan survei lapangan. Tahap survei ini dimulai dengan berdiskusi langsung kepada pemilik usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan. tahap sosialisasi dan pelatihan dilakukan oleh tim. Hasil penelitian ini adalah Pengetahuan peserta dalam hal ini pemilik usaha snack dua putri mengenai pemasaran online sebelum kegiatan masih berada di kategori kurang memahami. Setelah kegiatan dilaksanakan dan pemaparan materi disampaikan, diketahui bahwa pengetahuan peserta mengenai strategi pemasaran setelah disampaikan semakin meningkat.

**Kata Kunci:** Pemasaran Online dan Penjualan Online

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengubah cara pikir dan pola hidup kita, dimana media elektronik dan media sosial menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan melakukan pekerjaan, dan tidak dipungkiri saat ini semua kegiatan dan aktivitas tidak dapat lepas dari media elektronik dan media sosial, seperti sekolah, kerja, mengirim uang, belanja kebutuhan sehari-haripun dilakukan dengan menggunakan media elektronik atau secara online.

Kemajuan teknologi saat ini memunculkan *E-Commerce*. menurut Rintho *E-Commerce* didefinisikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. selain itu *E-commerce* merupakan sebuah platform jual beli yang bisa diakses masyarakat dengan menggunakan teknologi digital. dengan adanya *E-Commerce* memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. saat ini semua sektor usaha sudah banyak yang memanfaatkan *E-Commerce* dalam mempromosikan dan menjalankan usahanya.

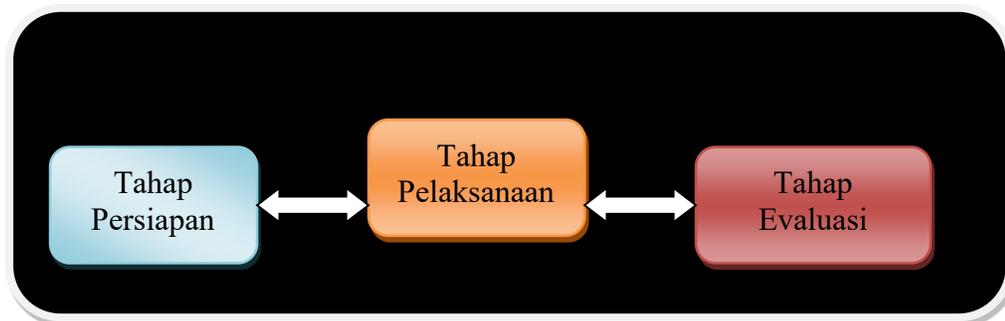
Desa Gading Rejo merupakan salah satu daerah yang ada di kabupaten pringsewu, di desa gading rejo memiliki banyak UMKM yang belum banyak disentuh oleh pemerintah, di desa ini banyak warga yang membuat dan menjual makanan ringan seperti kripik pisang, kripik singkong, klanting, kerupuk dan lainnya. akan tetapi pelaku umkm masih menjual barangnya hanya di sekitaran daerah gading rejo atau pring sewu saja. berdasarkan hasil wawancara dengan ibu dwi yang merupakan penjual snack dan makanan ringan bahwa ibu dwi hanya menjual snacknya di warung atau pada saat pasaran saja dan belum menjual ke luar kota. hal ini disebabkan karena ibu dwi belum mengerti cara menjual secara online

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat adalah untuk membantu pelaku UMKM dalam mempromosikan produk UMKM di desa gading rejo, adapun beberapa hal yang dilakukan oleh tim pengabdian dalam kegiatan ini adalah memberikan sosialisasi dan memberikan pemahaman tentang pemasaran produk secara online untuk UMKM

## METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung pada tanggal 9-10 Mei 2023 adapun tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. Tahap Persiapan, tim melakukan survey awal, pemantapan dan penentuan lokasi serta sasaran kegiatan, menganalisis kebutuhan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra
2. Sosialisasi, program pelaksanaan dalam bentuk sosialisasi kepada pemilik usaha snack yang ada di desa gading rejo, sosialisasi berupa pemaparan materi kepada pemilik usaha terkait permasalahan mitra
3. Diskusi, setelah penyampaian materi dilanjutkan dengan sesi diskusi terkait pemasaran produk secara online
4. Evaluasi, untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah dilakukan kegiatan ini

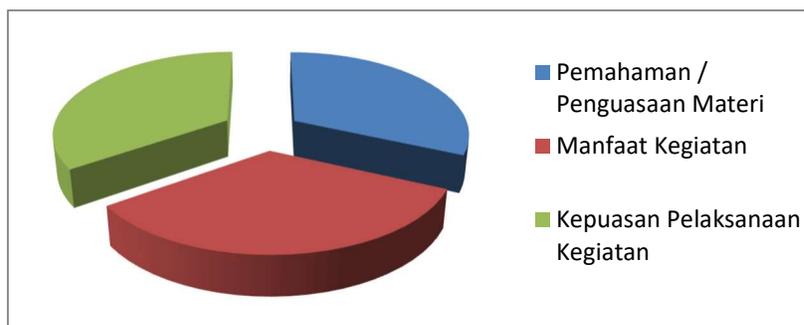


Gambar 1 Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

## HASIL

Kegiatan dilaksanakan sejak pukul 09.00 sampai dengan pukul 15.00, sasaran kegiatan pengabdian ini yaitu pemilik usaha di Desa Gading Rejo Kabupaten Pringsewu. kegiatan diawali dengan sambutan ketua pelaksana kegiatan dan penyampaian materi oleh tim, dalam kegiatan ini melibatkan 3 mahasiswa yang membantu dalam pelaksanaan. hasil akhir kegiatan pengabdian adalah peserta mampu membuat laporan keuangan.

Tabel 1 Hasil Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan



## DISKUSI

Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengusung tema sosialisasi Penerapan Pemasaran Online, sasaran kegiatan ini pemilik usaha snack dwi putri di desa gading rejo. kegiatan dimulai dengan pembukaan dari ketua pelaksana kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh narasumber, adapun materi yang disampaikan pentingnya pemasaran online, strategi penjualan secara online.

Dalam kegiatan ini dijelaskan e-commerce dan jenis-jenis media sosial atau media online yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk secara online seperti shopee, tokopedia, tiktok, dan instagram. setelah pemberian materi tim pengabdian membantu pemilik usaha untuk membuatkan akun medsos tersebut dengan tujuan pemilik usaha dapat langsung mengaplikasikan dengan cara memposting produk dan mempromosikan melalui media sosial.



Setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pemilik usaha snack dua Putri memahami dan mempunyai keterampilan dalam melakukan pemasaran produk secara online. Pemilik telah memahami pentingnya pemasaran produk secara online. dengan dilakukan pemasaran produk maka penjualan diharapkan dapat lebih banyak lagi tidak hanya di daerah desa gading rejo saja tetapi dapat ke luar daerah bahkan luar provinsi dan dapat menambah pendapatan bagi pemilik usaha snack dua putri

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dosen Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Mitra Indonesia dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi pemasaran produk secara online di desa gading rejo, bahwa pemilik usaha snack dwiputri dapat menambah wawasan tentang pemasaran produk secara online dan diharapkan setelah kegiatan ini Pemilik usaha dapat mengaplikasikan pemasaran produknya secara online sehingga usahanya dapat lebih berkembang

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Yayasan Mitra Lampung, Rektor Universitas Mitra Indonesia, LPPM Universitas Mitra Indonesia, pemilik usaha Dwi Putri yang sudah memberikan kesempatan kepada tim untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

## **DAFTAR REFERENSI**

- Edy Mulyantomo, Ardiani Ika Sulistyawati, Dian Triyani, “Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak” Jurnal Tematik, Vol 3, No.2, (2021), 199–210
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean”. Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), (2018). 61–76
- Rintho, R. R. E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta : Deepublish (2018).
- Untari, D., & Fajariana, D. E. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)”. Widya Cipta-Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 2(2), (2018). 271–278.