



Peningkatan Penggunaan Komunikasi Pemasaran yang efektif bagi Usaha Kecil (Triple 3 Music Bandung)

Trustorini Handayani ✉

Keuangan dan Perbankan, Universitas Komputer Indonesia, Indonesia, 40132

E-mail : trustorini.handayani@email.unikom.ac.id ✉

Info Artikel:

Diterima : 9 Maret 2022

Diperbaiki : 23 April 2022

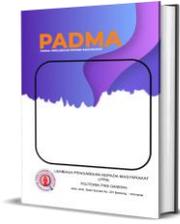
Disetujui : 27 April 2022

Keywords: Online Marketing
Communication, UMKM

Kata Kunci : Komunikasi
Pemasaran online, UMKM

Abstract: Triple 3 Music is a micro business owned by the millennial generation whose activities are selling musical instruments and pad casts as well as equipment that supports community activities carried out online. With the pandemic condition, to meet the community's need for goods related to online activities, online sales are needed. To meet the existing opportunities, of course, an effective online marketing communication is needed in introducing the products being sold to the user or consumer community. The purpose of the service is to examine online marketing communications that have been carried out by Partners at this time and how to use e-commerce effectively. The method of implementing the service is by studying literature, determining the location, time, socialization, discussion, training and Partner Participation, preparing reports and publication. The result of this service is that partners are expected to be able to carry out sales techniques, receive consumer complaints online, so that they can increase sales and profits.

Abstrak: Triple 3 Music adalah bisnis mikro yang dimiliki oleh generasi milenial yang kegiatannya melakukan penjualan Alat-alat musik dan pad cast serta peralatan-peralatan yang mendukung kegiatan masyarakat yang dilakukan secara Daring. Dengan kondisi pandemic, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang-barang yang berkaitan dengan kegiatan Daring, diperlukan penjualan secara online. Untuk memenuhi peluang yang ada tentu diperlukan komunikasi pemasaran yang efektif secara online dalam memperkenalkan produk yang di jual ke pada masyarakat pengguna atau konsumen. Tujuan Pengabdian, untuk mengkaji Komunikasi



pemasaran secara online yang sudah dilakukan oleh Mitra saat ini dan bagaimana dapat menggunakan e-commerce secara efektif. Metode pelaksanaan pengabdian dengan studi Pustaka, menentukan lokasi, waktu, sosialisasi, diskusi, pelatihan dan Partisipasi Mitra, penyusunan laporan dan publikasi. Hasil pengabdian ini diharapkan Mitra dapat melakukan Teknik penjualan, menerima keluhan konsumen secara online, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan laba.

Pendahuluan

Triple 3 Music adalah bisnis mikro yang dimiliki oleh generasi milenial yang kegiatannya melakukan penjualan Alat-alat musik dan pad cast serta peralatan-peralatan yang mendukung kegiatan masyarakat yang dilakukan secara Daring. Di mulai dari hobi bermain musik hingga merambat kepada penjualan alat-alat musik karena memiliki peluang. Seperti yang di katakan oleh Aytekin Tank, 2019. “*Here’s where hobbies come in -- because spending time with non-work activities that we enjoy can be the antidote to burnout and stress, plus afford us a variety of other business-related benefits*” Dengan pernyataan tersebut di atas jelas bahwa dari hobi akan timbul peluang untuk melakukan usaha dimana akan menghasilkan keuntungan.

Dengan kondisi pandemic saat ini maka untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang-barang yang berkaitan dengan kegiatan Daring maka diperlukan penjualan secara online. Tidak mudah untuk dapat memberikan keyakinan pada konsumen ketika penjualan dilakukan secara online, karena pembeli tidak dapat secara langsung melihat, mencoba produk-produk elektronik yang di tawarkan. Untuk itu diperlukan sebuah kepercayaan (*Trust*).

Untuk dapat menghasilkan kepercayaan tentu di perlukan komunikasi pemasaran yang baik, dari penjual kepada konsumen. “Agar semua pihak yang mungkin belum pernah bertemu atau belum kenal sama sekali mau melakukan transaksi secara on line maka keduanya harus saling percaya” (Ratnasingham, 1998; Wilson, 1997 dalam Didi Achjari, 2000). Lebih lanjut McLeod (2008 : 59) dalam Shabur Miftah Maulana, dkk, 2015. “Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis”.

Dalam rangka menggapai peluang yang ada tentu diperlukan komunikasi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan produk yang di jual ke pada masyarakat pengguna atau konsumen. Dari latar belakang yang telah di jelaskan di atas maka Toko Triple 3 Musik memerlukan peningkatan pemahaman dan



penggunaan komunikasi pemasaran yang efektif dalam penjualan secara online, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Toko dan pada akhirnya konsumen akan loyal sehingga terjadi peningkatan penjualan yang mengakibatkan Toko ini akan berhasil dalam usahanya.

Metode

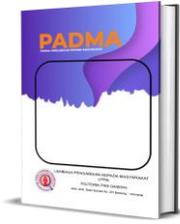
Sasaran dari Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat adalah usaha Kecil dari kalangan Milenial yang sudah mulai menggunakan e-commerce di dalam penjualan produknya. Yang merupakan Reseller Alat-Alat Musik dan pad cast serta alat-alat pendukung kegiatan daring dan konten-konten youtube. Lokasi Kegiatan berada di Jalan Jupiter Tengah Kompleks Margahayu Raya, Kelurahan Sekejati, Kecamatan Buah Batu Bandung.

Metode dan proses pelaksanaan Pengabdian Kepada masyarakat dapat di lihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Metode dalam pelaksanaan yang digunakan dalam PKM ini diawali dengan sosialisasi berupa pemaparan materi, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Di dalam Diskusi Mitra dan Pengusul melakukan sharing knowledge mengkolaborasikan antara pengalaman Mitra, permasalahan yang sedang dihadapi Mitra dan Pengetahuan yang dimiliki pengusul. Setelah materi disampaikan kepada mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan. Pelatihan yang dimaksud adalah praktek pembuatan dan penyusunan konten iklan online. Serta Partisipasi Mitra dalam penyusunan jadwal dan hal-hal yang menjadi permasalahan Mitra .



Hasil dan Pembahasan

Materi yang diberikan dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dengan permasalahan yang terjadi ketika Mitra melakukan penjualan online dan berdasarkan hasil Diskusi antara Mitra dan Pelaksana Kegiatan Program PKM. Adapun Materi Program PKM, berupa : Komunikasi Pemasaran melalui iklan online, komunikasi persuasi, Penyusunan konten iklan online beserta praktek. Dengan pemberian Materi tersebut di atas diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada Mitra.

Adapun hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan Program baik secara teknis maupun non teknis karena adanya PPKM maka kurang efektif dalam pendampingan, diskusi dilakukan secara daring, solusi untuk mengatasi hambatan tersebut dengan menunggu sampai Isoman berakhir, Melakukan kegiatan sosialisasi dan Diskusi untuk sementara hanya dapat dilakukan dengan Owner, dan menentukan jadwal ulang untuk pendampingan.

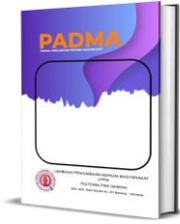
Hasil yang di capai dari pelaksanaan Pengabdian adalah :

1. Mitra saat ini telah memanfaatkan Marketplace pada pejualannya dengan teknik Komunikasi 2 arah
2. Iklan melalui Youtub dengan menampilkan cara-cara penggunaan Produk yang di jual step by step.
3. Menampilkan penggunaan Alat Musik dengan cara yang menarik.
4. Mitra telah melakukan cara Mempersuasi dengan teknik penampilan gambar, warna dan suara yang menarik perhatian konsumen.
5. Penjualan semakin baik, baik melalui online maupun penjualan langsung.

Kesimpulan

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan Mitra yang harus dilakukan oleh mitra adalah :

1. Melakukan Teknik Penjualan Melalui online, karena lebih efektif dan menghasilkan omzet yang lebih besar
2. Memberikan pelayanan keluhan Konsumen melalui online semakin lebih intens (sesuai kebutuhan Konsumen)
3. Iklan melalui Youtub, Instagram lebih diperkaya, sehingga Konsumen lebih tertarik untuk membeli.
4. Mempersuasi Konsumen dengan memperhatikan tingkat Emosioanal Konsumen untuk bertindak melakukan pembelian.



Ucapan Terima Kasih

Terima kasih diucapkan kepada Rektor Universitas Komputer Indonesia, Bapak Prof.Dr.H.Eddy Soeryanto Soegoto, MT.; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ibu Dr. Ely Suhayati, SE.,M.Si.,AK.,CA. ; Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan, Ibu Windi Novianti, SE.,MM ; Ketua Divisi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat (DP2M), Ibu Dr Tatik Fidowaty, SIP,. M.Si ; Owner Triple 3 Music Bandung Bapak Aditya Putra S.Kom ; serta kepada semua pihak yang telah berperan dalam pelaksanaan dan penyusunan artikel Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Referensi

- Aytekin Tank, 2019. *How Finding a Hobby will make You a Better Entrepreneur*. Faith Driven Entrepreneur.2019. <https://www.entrepreneur.com/article/338735>
- Didi Achjari, 2000. *Potensi Manfaat Dan Problem di E-Commerce*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol. 15, No. 3, 388. ISSN 2338-5847 (online) Universitas Gajah Mada. Yogyakarta di akses pada 2 Agustus 2021
- Khotibul Umama, dkk. *The effect of implementing information systems on MS Glow*. International journal of science, engineering, and information technology Volume 06, Issue 01, December 2021 journal homepage: <https://journal.trunojoyo.ac.id/ijseit>.
- LPPM Unikom. 2020. *Pedoman Pengabdian Pada Masyarakat*. Universitas Komputer Indonesia 2020
- Shabur Miftah Maulana dkk. 2015. *Implementasi e-commerce sebagai media penjualan online*. Di akses pada Mei 2021 dari Universitas Brawijaya