

Perluasan Pangsa Pasar dan Peningkatan Pendapatan Mina Collection kudus Melalui *Online Marketing*

Noor Latifah¹, Putri Kurnia Handayani², Syafiul Muzid³

Universitas Muria Kudus^{1,2,3}

Email: noor.latifah@umk.ac.id¹

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 19 Agustus 2019

Direvisi: 30 September 2019

Disetujui: 10 September 2019

Dipublikasikan: September
2019

Keyword:

Promotion,

Marketing,

Revenue,


Online marketing.

Abstract

Online Marketing is a marketing system that uses internet media as a vehicle for product marketing, a company or an effort to offer new products or to gather information from customers about the results of the products produced requires various forms of marketing. One of them can be by utilizing online marketing for media promotion and marketing of products produced effectively and efficiently. Mina Collection Kudus is a UKM engaged in the field of convection that produces products in the form of fashion. During this time in the promotion and marketing of the resulting product is still done manually only by way of going in and out of the market to offer products and depositing goods as requested. So that the promotion and marketing carried out only in certain areas alone can not reach a wider and broader area coverage, the lack of breadth of the scope of the promotion and marketing carried out causes the income obtained is also less than the maximum. The Muria Kudus University dedication team helps in developing the Online Marketing System at the Holy Mina Collection so that it can expand its Market Share and increase revenue effectively and efficiently.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY



 <https://doi.org/10.24176/mjlm.v1i2.3755>

Pendahuluan

Bagian Perkembangan teknologi informasi saat ini berkembang dengan sangat pesat, termasuk di dalamnya dalam hal penggunaan dan pemanfaatan internet dalam segala bidang. Dalam dunia usaha, internet memiliki andil yang cukup besar, internet dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagai media promosi dan penjualan yang efektif. Terdapat berbagai macam produk yang ditawarkan di internet mulai dari kebutuhan primer sampai kebuuhan tertier. Tidak hanya yang berupa barang saja yang ditawarkan di internet namun penjualan jasa juga bisa dipromosikan di dunia maya ini.

Online Marketing adalah sistem pemasaran yang menggunakan media internet sebagai alat dalam aktivitas marketnya. Suatu perusahaan ataupun suatu UKM untuk menawarkan produk barunya maupun hanya untuk menggali informasi dari pelanggannya mengenai hasil dari produk yang dihasilkan diperlukan berbagai

bentuk pemasaran. Dalam hal ini perusahaan/ UKM dapat memanfaatkan online marketing untuk media promosi maupun pemasaran produk yang dihasilkan secara efektif dan efisien.

Mina Collection Kudus merupakan UKM yang bergerak dalam bidang konveksi yang menghasilkan produk berupa fashion. Mina Collection berlokasi di Desa Kerjasan No.74 RT.03 RW 1 Kudus. Selama ini dalam melakukan promosi dan pemasaran produk yang dihasilkan masih dilakukan dengan cara manual saja dengan cara keluar masuk pasar untuk menawarkan produk dan melakukan penyeteroran barang sesuai yang diminta. Sehingga promosi dan pemasaran yang dilakukan hanya berada di daerah-daerah tertentu saja tidak dapat mencapai cakupan wilayah yang lebih banyak dan luas lagi, kurang luasnya cakupan wilayah promosi dan pemasaran yang dilakukan menyebabkan pendapatan yang diperoleh juga kurang maksimal serta pengembangan usaha yang tidak bisa dilakukan dengan cepat.

Dari permasalahan di atas, maka perlu adanya pengembangan Online Marketing pada Mina Collection kudus untuk dapat mencapai pangsa pasar yang lebih luas lagi dengan harapan dengan luasnya pangsa pasar dapat meningkatkan pendapatan yang diperolehnya dengan cara yang lebih efektif dan efisien

Dari analisa situasi yang telah dijelaskan, maka data diambil kesimpulan bahwa permasalahan yang dihadapi stasiun Mina Collection Kudus adalah:

- 1.1. Promosi masih dilakukan secara manual belum memanfaatkan internet.
- 1.2. Pemasaran produk yang dilakukan belum bisa maksimal karena belum bisa mencakup semua wilayah di Indonesia.
- 1.3. Pendapatan yang didapat kurang maksimal.

Tujuan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah menghasilkan Aplikasi Online Marketing pada Mina Collection Kudus untuk Perluasan Pangsa Pasar dan Peningkatan Pendapatan.

Adapun manfaat yang diharapkan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah :

- a. Mengembangkan online marketing untuk produk yang dihasilkan dari Mina Collection Kudus.
- b. Penginputan data produk ke sistem, sehingga mempermudah produk untuk dikenal masyarakat dimanapun berada.
- c. Menampilkan produk yang sudah diinputkan sehingga dapat mempermudah dalam memperluas wilayah pemasaran.
- d. Publikasi pada jurnal ilmiah untuk hasil laporan dari kegiatan pengabdian mengenai online marketing.

Metode

Kerangka Pemecahan Masalah

Melihat permasalahan tersebut, maka solusi yang dapat ditawarkan untuk Mina Collection Kudus adalah diperlukannya Pengembangan Online Marketing pada Mina Collection Kudus untuk Perluasan Pangsa Pasar dan Peningkatan Pendapatan yang bisa membantu mina collection dalam melakukan promosi hasil produk usahanya sehingga mampu memperluas wilayah pemasaran produk-produk dan meningkatkan pendapatannya

Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pelaksanaan program terbagi dalam metode penyelesaian, yaitu : Pelatihan dan Pendampingan.

1. Pelatihan

Pelatihan ditujukan kepada pemilik mina collections dan karyawan mina collections untuk melakukan pembuatan toko online kemudian penginputan data produk dan melakukan promosi secara online :

- a. Pelatihan pembuatan toko online
- b. Pelatihan penginputan data produk ke toko online untuk memperluas promosi
- c. Pelatihan pengelolaan toko online
- d. Pelatihan transaksi di toko online

2. Pendampingan

Pendampingan dilakukan untuk :

- a. Memberikan pengetahuan dan penjelasan mengenai toko online
- b. Memberikan bimbingan teknis dalam penginputan data produk untuk memperluas promosi
- c. Melatih dalam pembuatan pemesanan online baik melalui media online.

METODE KEGIATAN

Untuk dapat menyelesaikan persoalan yang dihadapi mina collection Kudus telah dilaksanakan kegiatan secara baik. Kegiatan meliputi :

- a. Persiapan kegiatan :
 1. Koordinasi dengan pemilik mina collections
 2. Koordinasi dengan tim pengabdian
 3. Penyusunan materi pelatihan dan pendampingan.
- b. Pendampingan Pengenalan Internet dan Media Sosial

Sebelum dilaksanakan pelatihan diberikan penjelasan terlebih dahulu mengenai pengenalan internet dan media sosial bagi pemilik mina collection dan karyawan mina collections yang dilaksanakan di balai desa kerjasan kudus.



Gambar 1: Pengenalan internet dan media sosial

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari pelatihan input data produk mina collections ke media online marketing dan pelatihan menampilkan produk promosi di media online marketing yang dilaksanakan di lab. Hardware Prodi Sistem Informasi .



Gambar 2 : Pelaksanaan PKM

Hasil dan Pembahasan

Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan dari kegiatan PKM yang berjudul “Pelatihan dan Pengembangan Online Marketing pada Mina Collection kudu untuk Perluasan Pangsa Pasar dan Peningkatan Pendapatan” akan dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Tabel luaran kegiatan

No	Bentuk Solusi	Indikator	Target
1	Pengenalan Internet dan media sosial	Peserta mengetahui mengenai manfaat internet dan media sosial bagi promosi dan pemasaran produk.	Peningkatan pendapatan yang didukung
2	Pembuatan toko online dan melakukan input data produk ke toko online	Peserta bisa membuka toko online dan bisa melakukan penginputan data produk yang akan dipromosikan dan dipasarkan	dengan semakin bertambah luasnya promosi produk melalui media online marketing.
3	Menampilkan produk promosi di media online marketing dan melakukan pengelolaan.	Peserta mampu menampilkan dan mempromosikan produk yang telah diinputkandi media online marketing serta bisa melakukan pengelolaan	

Simpulan

Kesimpulan

1. Kegiatan pengabdian masyarakat di Mina Collection Kudus dapat dilaksanakan dengan baik.
2. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan pengembangan aplikasi online marketing
3. Kemampuan pihak mina collection meningkat dalam penggunaan online marketing.

Saran

Aplikasi online marketing bisa ditingkatkan penggunaannya supaya lebih bisa maksimal dalam mendapatkan penghasilan.

Daftar Pustaka

- Imelda, & Sulistiawati, R. (2016). Peningkatan Kualitas Produk, Perluasan Pangsa Pasar, dan Perbaikan Manajemen Usaha pada Home Industry Renggingang. *Jurnal Udayana Mengabdi*.
- Ir. Agustina Shinta, M. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Kosasi, S. (2016). Perancangan Bisnis Toko Online untuk Memperluas Pangsa Pasar Aksesoris Produk Rohani. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*. Yogyakarta.
- Meyliana. (2010). Analisa Strategi E-Marketing dan Implementasinya (Studi Kasus : Perusahaan Retail Garment). *Seminar Nasional Informatika* . Yogyakarta.
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017*. Semarang.