

**WORKSHOP PEMASARAN ONLINE
MAHASISWA KKN-PPM UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
DESA BULANG PRAMBON SIDOARJO**

**Ira Eko Retnosari¹, Nur Faridah², Mochammad Aris Febrianto³, Ratna Indrawati⁴, Anggi
Langgeng Bachtiar⁵, Ayu Indah Lestari⁶, Rizqiatul Chikmia⁷, Jihan Aulia Alhadi⁸**

^{1,2,6,7} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,

^{4,5,8} Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: ²nurfaridah261@gmail.com

ABSTRACT

Online Marketing is also known as a strategy or method to introduce a consumer / public with a brand / products / services of a company / business. Online Marketing or also known as Internet marketing or some people call online advertising. In this case we used a medium that was the Internet. The simplest thing to remembered was, how to innovated continuously so that your product / service can be more easily found on the internet. In the Online Marketing have an important components that must be known by the reader, that are produk, price, place, promotion, people, physical evidence, and process (7 P). It also have ten's effective strategies way to sell the product as determine the target market, make a website, make a promotion, Build a TOP Rank Website, running email marketing, consultation with the expert, write for conten marketing, blogging and chatting, use instant messenger (E-mail), and mobile messenger (BBM,Line,and Whatsapp). The discussion on this article was online marketing in Bulang village received good response from businessmen and villager. This was because online marketing was done by a team of online marketing division of KKN-PPM students Adi Buana University PGRI Surabaya can helped Bulang village of as the village of klepon while increasing revenue and income for the Bulang villagers. So, the result of the article of Online Marketing Program activities was success because all of participants can be good participants. and was held on February 5th to 28th, 2017.

Keywords : online marketing, component of online marketing, effective strategies. and participants

1. PENDAHULUAN

Zaman modern saat ini, semua kegiatan dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat teknologi dan canggih. Salah satunya adalah kegiatan pemasaran online. Pemasaran online merupakan pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik.

Pemasaran online juga dikenal sebagai strategi atau metode untuk mengenalkan konsumen/publik dengan brand/produk/jasa sebuah perusahaan/bisnis. Pemasaran online atau disebut juga sebagai internet marketing atau sebagian orang menyebutnya iklan online. Dalam hal ini medium yang kita pakai adalah internet. Hal yang paling sederhana yang harus diingat adalah, bagaimana berinovasi terus menerus agar produk/jasa anda dapat lebih mudah ditemukan di internet.

Melanjutkan definisi itu, wikipedia menuliskan bahwa metode di dalam pemasaran online atau emarketing termasuk: search engine

marketing, display advertising, e-mail marketing, affiliate marketing, interactive advertising and viral marketing. Definisi itu sangat cocok untuk perusahaan yang berbasis dunia nyata (brick and mortar business) yang menjadikan Internet hanya sebagai sebuah media.

Sebagai “sarana baru” atau “pasar baru”, Internet hanya menjadi bagian kecil dari sebuah upaya marketing perusahaan yang jangkauannya sangat luas. Dalam pengertian ini, emarketing mungkin sangat dekat dengan fungsi promosi dan penjualan (sales) di dalam pengertian marketing tradisional.

Tetapi bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi sepenuhnya di Internet (pasar, produk, layanan, interaksi, transaksi), seperti perusahaan mesin pencari (search engine), layanan hosting, social networking, dan sebagainya, pengertian emarketing tersebut terlalu sempit. Bahkan, untuk sebuah situs pribadi atau blog yang sepenuhnya hidup di

dunia virtual, kebutuhan akan emarketing jauh lebih luas daripada sekedar promosi dan penjualan.

Untuk perusahaan-perusahaan yang hidup di sepenuhnya di Internet, pengertian marketing yang umum mungkin lebih tepat. Meminjam kembali definisi dari Wikipedia, "Marketing is the process of identifying the consumers' wants and needs and making the product to satisfy these." Di dalamnya, ada aspek strategis, ada aspek teknis. Rasanya pengertian itu lebih pas. Supaya emarketing tidak hanya berkisar pada SEO, email marketing, affiliate marketing yang merupakan satu bagian dari sebuah aktivitas marketing yang komprehensif.

E-Marketing (Electronic Marketing) :
Definisi dan Manfaat.

Pengertian tentang E-Marketing menurut Armstrong dan Kotler (2004:74) adalah yang bisa diartikan sebagai berikut: E-Marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

Menurut American Marketing Association yang dikutip oleh Kleindl dan Burrow (2005) marketing adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari ide atau pemikiran konsep, harga, promosi dan distribusi. Marketing dapat diartikan lebih sederhana yakni pembangunan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen. Saat ini marketing telah berkembang seiring dengan perkembangan teknologi.

Aktivitas marketing menjadi lebih luas dengan adanya internet. Penggunaan internet dan fasilitas yang ada di dalam internet untuk melakukan aktivitas marketing dikenal sebagai e-marketing (Kleindl dan Burrow, 2005).

Menurut Boone dan Kurtz (2005) e-marketing adalah salah satu komponen dalam e-commerce dengan kepentingan khusus oleh marketer, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain.

Sedangkan menurut Strauss dan Frost (2001) e-marketing adalah penggunaan data dan aplikasi elektronik untuk perencanaan dan pelaksanaan konsep, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Keuntungan yang dapat diberikan dengan adanya penggunaan E-marketing ini bagi perusahaan menurut Jamal (1996:18) yaitu:

1. Mampu menjangkau berbagai konsumen dalam suatu lingkungan yang belum dipenuhi oleh pesaing.
2. Target adalah konsumen yang telah terbagi ke dalam kelompok dan mengembangkan dialog berkelanjutan.
3. Transaksi bisnis secara elektronik dan dengan biaya yang rendah. E-mail dan data files dapat dipindahkan kepada konsumen yang terpilih atau semua konsumen dalam hitungan detik.
4. Jalur proses penjualan langsung dari produsen ke pengguna tanpa harus melewati jalur distribusi klasik.
5. Dapat menambahkan produk untuk dipasarkan secara cepat dan melakukan perubahan dalam rencana penjualan dengan sangat cepat.
6. Dapat melacak kegiatan penjualan yang sudah terjadi, langkah-langkahnya dan hasil yang didapat.
7. Dapat mengawasi pesaing.
8. Menciptakan dialog antara perusahaan dengan konsumen.
9. Dapat mendistribusikan program dan informasi tentang produk melalui E-mail atau file transfer.

Pemasaran online yang baik tentunya akan membuat bisnis anda dapat diakses oleh konsumen yang tepat. Menurut penelitian terakhir, sebelum mengambil keputusan membeli, konsumen selalu menyempatkan browsing informasi di Internet, entah hanya membandingkan harga maupun mau tahu spesifikasinya.

MANFAAT PEMASARAN ON-LINE

Kotler menyatakan layanan online menjadi populer bagi pelanggan karena:

1. Kemudahan Pelanggan dapat memesan produk 24 jam. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, melewati gang yang panjang untuk mencari barang. Mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan barang yang dicari sudah habis.
2. Informasi Pelanggan memperoleh informasi tentang perusahaan, produk, dan pesaing tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka. Sehingga dapat lebih selektif dalam hal harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan.
3. Rongrongan yang lebih sedikit Pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan.

Manfaat Layanan Online bagi Pemasar :

1. Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar Perusahaan dapat dengan cepat menambahkan produk pada penawaran serta mengubah harga
2. Biaya yang lebih rendah Mencegah biaya pengelolaan toko, biaya sewa, asuransi, dan prasarana. Membuat katalog digital dengan biaya yang lebih murah.
3. Pemupukan hubungan Pemasar online dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar banyak dari mereka.
4. Pengukuran besar pemirsa Mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi situs online mereka. Informasi ini dapat membantu pemasar meningkatkan penawaran dan iklan mereka.

Manfaat adanya Pemasaran Online :

1. Murah dan efisien
2. Pemasaran online melalui internet tidak terbatas oleh waktu,
3. Pemasaran online melalui internet juga menjangkau pasar lebih luas.
4. Dengan memakai strategi pemasaran online melalui internet. Dapat meningkatkan image perusahaan dimata para konsumen, sehingga memberikan nilai lebih untuk menghadapi persaingan bisnis yang ada.
5. Mengurangi biaya pemasaran, karena pemasaran online melalui internet lebih tertarget dan biayanya relatif lebih rendah dibandingkan biaya pemasaran offline yang biayanya lebih besar untuk membuat brosur, spanduk, banner, neon box, dll.
6. Memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen. Karena melalui internet dapat terjalin komunikasi yang interaktif antara konsumen dengan pelaku bisnis, misalnya saja melalui kotak saran atau ruang komentar, serta forum diskusi antar konsumen. Sehingga bila komunikasi terjaga dengan baik, loyalitas konsumen juga dapat meningkat.

Beberapa Komponen Pemasaran Online

1. Ulasan Deskripsi Bisnis Jelaskan secara singkat bidang usaha yang dijalankan.

Tuliskan potensi produk saat ini dan kemungkinannya dimasa depan.

2. Strategi Pemasaran
3. Analisa Pesaing Mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam satu pasar yang sama.
4. Rencana Desain dan Pengembangan Membuat tahap perencanaan produk, grafik pengembangan dalam konteks produksi dan penjualan. Ini berguna untuk membuat rencana anggaran biaya produksi yang sesuai dengan kebutuhan.
5. Rencana Operasional dan Manajemen Rencana operasional akan berfokus pada kebutuhan logistik perusahaan, misalnya bermacam tugas dan tanggung jawab tim manajemen, bagaimana prosedur penugasan antar divisi dalam perusahaan serta kebutuhan anggaran dan pengeluaran yang berkaitan dengan operasional perusahaan.
6. Pembiayaan Darimana sumber dana berasal, bagaimana mengatur anggaran agar efisien namun tetap dapat mengoperasikan seluruh divisi dalam perusahaan agar berjalan lancar.
7. Kesimpulan Usaha Kesimpulan dari seluruh kerangka bisnis plan. Tampilkan jadwal waktu tiap komponen diatas akan dilakukan, perkiraan waktunya dan hal-hal penting lainnya yang akan mendukung segala aktifitas dalam memulai usaha.

Beberapa komponen penting dalam pemasaran online tersebut diantaranya adalah:

1. Produk
2. Price
3. Place
4. Promotion
5. People
6. Physical evidence
7. Process

Strategi Pemasaran Online

Strategi pemasaran online, memiliki website memainkan peran penting dalam kemampuan perusahaan anda untuk mencapai target audiens. Alasannya simpel, pelanggan potensial mencari informasi, produk atau layanan yang Anda berikan di situs web Anda. Sebuah website memberikan eksistensi online yang memungkinkan pelanggan untuk mengetahui lebih lanjut tentang perusahaan Anda, layanan Anda dan jenis produk yang Anda jual.

Kami membuat website secara kolektif. Website jenis ini tentunya memiliki kelebihan tertentu yang mungkin belum anda ketahui, contohnya admin yang banyak dan beban harga operasional website yang akan lebih murah.

Setelah website, anda harus mulai memikirkan tentang promosi yang tepat. Jangan sampai salah promosi, karena bisa membuat anda berperasangka bahwa pemasaran online tidak efektif. Hal ini sering terjadi dengan beberapa klien baru kami, paradigma mereka tentang pemasaran online adalah mahal dan tidak efektif

1. Melalui Website atau Blog: Usaha anda akan diketahui selama 24 jam. Web dapat menjelaskan secara rinci produk dan jasa yang anda jual.
2. Optimasi Website: Pencarian melalui situs Google, Yahoo, MSN dll dengan kata kunci yang diinginkan. Usahakan website anda berada di halaman depan agar pengguna dapat mengakses website anda.

Strategi Pemasaran Online tidak bisa anda lakukan hanya perorangan sebab ini mencakup sebuah rencana dan aksi yang dimana semua bisa berjalan mulus sesuai dengan target pasar, untuk mempersiapkan Strategi Pemasaran Online yang perlu anda bangun adalah konten (content marketing), komunikasi, hubungan, ide dan masih banyak lagi. semua hal ini tidak gampang untuk melakukan Strategi Pemasaran Online yang efektif.

Cara Pemasaran Online Yang Efektif

1. **Menentukan Target Pasar** : yang pertama anda lakukan adalah mengetahui target pasar online. Strategi Pemasaran Online bisa efektif bila anda mengetahui yang sedang tren untuk saat ini. jika anda keliru dalam kalkulasi rencana kemungkinan anda tidak akan mendapatkan apa-apa dari pemasaran online. untuk mengetahui hal ini anda bisa menggunakan tool online. seperti Keyword planner yang di sediakan oleh google adwords.
2. **Membangun Website** : untuk membangun kepercayaan sekaligus untuk memperlihatkan keseriusan anda dalam bidang online dan merupakan salah satu Strategi Pemasaran Online, website adalah satu yang harus anda bangun. pelanggan online akan percaya bahwa anda mempunyai layanan yang lebih profesional yaitu dengan membangun website. untuk memperhitungkan dengan baik anda menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa

Inggris sesuai dengan Strategi Pemasaran Online yang anda jalankan.

3. **Membuat rencana promosi** : untuk mengembangkan bisnis online dan Strategi Pemasaran Online seperti yang sudah tercantum diatas, anda tidak bisa melakukan hal ini sendiri. bahkan bila anda memaksakan diri kemungkinan Strategi Pemasaran Online yang sudah anda rencanakan tidak akan mampu untuk berjalan dengan baik. untuk itu anda memerlukan seorang designer, developers dan marketing yang handal. semua hal ini akan membawa anda untuk mendapatkan apa yang anda rencanakan dalam bisnis online dan salah satu Strategi Pemasaran Online.
4. **Website Harus di TOP Rank Google** : untuk menjalankan Strategi Pemasaran Online website anda harus berada di halaman satu google, ini merupakan salah satu strategi untuk mendatangkan pengunjung ke website anda, perlu anda ingat, jika website anda bisa mendapatkan posisi terbaik yaitu dihalaman pertama pencarian, ini merupakan salah satu bukti nyata bahwa anda adalah seorang pebisnis online profesional. namun untuk mendapatkan halaman satu google itu tidak mudah, sebagai solusi anda bisa meminta bantuan ahli SEM (Search Engine Marketing), Jasa SEO dan iklan PPC, semua media ini bisa anda kontrak untuk melaksanakan Strategi Pemasaran Online yang efektif.
5. **Menjalankan Email Marketing** : Strategi Pemasaran Online berikutnya menggunakan email marketing, sampai saat ini email marketing masih banyak respon baik, untuk itu rencanakan Strategi Pemasaran Online anda dengan melakukan beberapa cara dan trik untuk mendapatkan pelanggan lebih banyak dari email.
6. **Konsultasi dengan Pakar Marketing** : sesering mungkin anda berdiskusi dengan ahli internet marketing, maka anda akan mendapatkan pengalaman baru dari mereka, sekaligus anda bisa mengatur semua Strategi Pemasaran Online.
7. **Menulis untuk Konten Marketing** : untuk mendapatkan perhatian dari pelanggan baru Strategi Pemasaran Online yang harus anda gunakan adalah dengan membuat konten marketing. pemasaran konten bukan tidak mempunyai pengaruh, justru dengan pemasaran konten

yang tepat dan kaya dengan ide baru bagi pengunjung akan mendapatkan respon yang sangat baik. penjelasan anda sangat dibutuhkan sebelum menentukan. namun bila anda masih bingung untuk menulis anda bisa menggunakan jasa penulis konten, jadi anda tidak harus melakukan ini semua sendiri.

8. **Bloggng dan Berinteraksi** : membangun komunitas online memang sulit, namun sesulit apapun itu harus anda lakukan untuk Strategi Pemasaran Online yang lebih baik. perlu anda ingat bahwa dengan blogging dan berinteraksi dengan mereka ini merupakan salah satu strategi dan tentunya mempunyai dampak baik untuk pemasaran online anda.
9. **Gunakan instant messenger** : anda bisa membangun komunikasi dengan mudah dan mungkin kecil tentang biaya adalah dengan membangun komunitas online dengan menggunakan media sosial. ada banyak media sosial seperti Facebook, Twitter dan google plus, dan ini merupakan salah satu Strategi Pemasaran Online yang harus anda lakukan.
10. **Mobile Marketing** : sebagai tambahan untuk menjalankan Strategi Pemasaran Online anda bisa menggunakan fasilitas mobile marketing, untuk jelasnya anda bisa langsung membuka halaman [cara melakukan pemasaran online dengan ponsel](#).

Di Desa Bulang ada beberapa masyarakat yang memiliki bisnis makanan yaitu usaha klepon. banyak pertokoan yang menjual klepon dengan rasa dan ke-khasan mereka masing-masing. untuk memperkenalkan klepon lebih luas di luar desa Bulang. Dengan memperkenalkan kepada masyarakat cara memasarkan produk mereka melewati media sosial. Maka, mahasiswa melakukan program Pemasaran Online.

Kedai Klepon Bulang Bu Nunuk yang juga menjadi salah satu makanan legendaris khas Sidoarjo. Klepon merupakan salah satu kue tradisional yang sering dijajakan di dalam pasar tradisional di Pulau Jawa.

Selain proses pengolahan serta peralatannya yang masih sangat sederhana, bahan-bahan yang digunakan juga menggunakan bahan alami. Mulai dari pewarnanya yang berasal dari air daun suji, pemanisnya yang terdiri dari gula merah dan tanpa bahan pengawet.

Oleh karena itu, klepon ini hanya bertahan selama satu hari saja. Sedangkan

untuk pembuatannya hanya dalam jumlah yang tidak terlalu banyak, namun berkala. Sehingga bisa dipastikan klepon selalu dalam keadaan baru ketika sampai kepada konsumen. Meskipun hanya kue tradisional, namun klepon asal Desa Bulang ini sudah cukup dikenal dan diakui keberadaannya. Terbukti dari Citra Kartini Award yang diraihnya pada tahun 2003 dan keikutsertaannya pada beberapa bazaar yang diselenggarakan di daerah Sidoarjo.

Selain itu juga, kandungan gula Merah yang manis serta karbohidrat yang terkandung dalam tepung Ketan dan parutan Kelapa bisa bisa cepat mengembalikan stamina orang berpuasa.

Pemilik warung klepon ini menceritakan tentang filosofi klepon. Pada dasarnya Klepon adalah kue tradisional yang berbahan dasar tepung ketan putih. Namun ada beberapa filosofi yang terkandung didalamnya diantaranya yaitu :

Klepon itu lambang kesederhanaan, simple tapi juga penuh sensasi kejutan. Bila dibanding dengan kue tradisional lainnya klepon paling mudah cara membuatnya. Dan tidak perlu waktu lama. Tetapi jangan salah dibalik sisi kesederhanaannya klepon ternyata juga elegan. Yang membuat klepon terlihat elegan justru cairan coklat muda didalamnya yang terasa manis. Itulah gula aren.

Klepon adalah lambang kelembutan, ketepatan, kesebaran, keuletan serta ketelitian. Komposisi klepon harus tepat, tidak boleh kurang dan tidak boleh lebih. Kualitas klepon juga ditentukan oleh setiap komposisi bahan dasar yang dipilih. Akan berbeda klepon dari pewarna kain dan klepon dari daun suji.

Tangan yang lembut tapi bertenaga akan menghasilkan adonan yang bagus. keuletan dan ketelitian pembuat klepon jugalah yang berkontribusi bagi terciptanya klepon yang cantik.

proses perebusan klepon? Tidak jauh berbeda dengan bakso. Klepon yang belum matang itu begitu di masukkan ke dalam air bersuhu 100 C akan tenggelam baru kemudian setelah beberapa saat dan mulai matang klepon akan naik keatas.

Selain keberadaan klepon sebagai kue tradisional, klepon bulang juga merupakan salah satu makanan khas Sidoarjo yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh. Kalau berkunjung ke Sidoarjo, jangan lupa untuk singgah ke Desa Bulang, Prambon. Karena klepon yang berasal dari desa inilah yang sering dicari para konsumen klepon.

Harga satu paket Klepon Bulang Bu Nunuk mulai dari harga Rp 10.000 - Rp 30.000 (Rp 10.000/16 Biji Klepon)

Program Pemasaran online merupakan Program Pokok ke tiga untuk memasarkan produk yang ada di desa Bulang. Peralatan yang digunakan dalam program ini adalah Laptop, modem, kabel data, dan smartphone. Tujuan kegiatan ini adalah Memperkenalkan masyarakat cara memasarkan klepon dengan media online di Desa Bulang.

Divisi pemasaran online ini bertujuan untuk memperkenalkan usaha-usaha yang ada di Desa Bulang dengan menggunakan media online, yaitu Facebook, Instagram, dan Web. Tujuan penggunaan tiga media tersebut adalah tingkat pengguna yang banyak di tahun 2015-2016.

Kegiatan awal yang dilakukan perwakilan divisi adalah survei dan wawancara pada penjual yang meliputi cara pembuatan dan pemasaran. Dilanjutka dengan pengunggahan informasi mengenai usaha di desa Bulang pada tiga media diatas.

Pelaksanaan kegiatan dimulai pada hari minggu tanggal 05 Februari 2017. Respon dari para penjual klepon di desa Bulang sangat positif karena dengan bantuan program divisi ini, pemasaran klepon di desa Bulang bisa dikenal secara luas.

2. METODE

A. Metode Observasi

Menurut Nasution (dalam Sugiyono, 2012:226) menyatakan bahwa observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Metode observasi adalah metode yang menggunakan cara pengamatan terhadap objek yang menjadi pusat perhatian pada penelitian (Muliawan, 2014:62).

Sedangkan menurut Zainal (2013:153) observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis/urut, logis, objektif, dan rasional mengenai berbagai fenomena-fenomena yang ada, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode yang digunakan observasi untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis untuk pemasaran klepon secara online di desa Bulang.

3. HASIL

Kegiatan Program Pemasaran Online ini dilaksanakan pada tanggal 05-28 Februari 2017. Target peserta dalam program ini adalah 20 peserta. Sumber dana yang digunakan berasal dari LPPM dan Iuran Mahasiswa KKN 2017. Adapun rincian jadwal kegiatan sebagai berikut :

1. Observasi mengenai usaha klepon di desa Bulang. Selama observasi tim divisi pemasaran online mewawancarai beberapa pengusaha klepon yang ada di desa Bulang dan mendapatkan beberapa informasi mengenai latar belakang klepon.
2. Pengambilan gambar display klepon yang menarik untuk diunggah di media sosial bertujuan untuk menarik minat pembeli.
3. Dan yang terakhir adalah proses pemasaran yang dilakukan secara online oleh tim divisi pemasaran online.

4. PEMBAHASAN

Pemasaran online di desa Bulang mendapat respon yang baik dari para pengusaha dan perangkat desa. Hal ini disebabkan karena pemasaran online yang dilakukan oleh tim divisi dari pemasaran online dari mahasiswa KKN-PPM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dapat membantu mengangkat citra desa Bulang sebagai desa klepon sekaligus meningkatkan pendapatan dan pemasukan bagi warga desa Bulang.

Selain itu, hal ini juga mengenalkan pada para pengusaha klepon desa Bulang salah satu cara pemasaran yang efektif dan cepat. Penjualan klepon desa bulang pun cukup meningkat setelah beberapa hari proses pemasaran online dilaksanakan dengan mengunggah beberapa display gambar klepon di akun media sosial.

5. SIMPULAN

Dari pelaksanaan program diatas dapat disimpulkan bahwa Program divisi pemasaran online sangat membantu dalam pemasaran produk untuk mebantuu mengeksplor potensial dari suatu desa atau usaha kecil menengah, dan dapat dengan mudah untuk diakses oleh beberapa pelanggan.

6. SARAN

Saran untuk tim divisi program pemasaran online selanjutnya ialah:

1. Buatlah akun resmi yang bisa digunakan secara permanen oleh pihak terkait.
2. Bentuklah tim bayangan yang nantinya akan menggantikan posisi tim divisi pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zainal, Arifin. 2013. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

