

## JURNAL MERPATI

Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

<https://ejournal.ulbi.ac.id/index.php/merpati>

---

### OPTIMALISASI ONLINE MARKETING DAN FULLFILMENT CENTER UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UNGGULAN SMKN 1 GARUT

Dani Leonidas Sumarna<sup>1</sup>, Dodi Permadi<sup>2</sup>, Pradhana Wahyu Nariendra<sup>3</sup>

<sup>1</sup>D4 Logistik Bisnis, Sekolah Vokasi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

[danileonidas@ulbi.ac.id](mailto:danileonidas@ulbi.ac.id)

<sup>2</sup>D4 Logistik Bisnis, Sekolah Vokasi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

[dodi@ulbi.ac.id](mailto:dodi@ulbi.ac.id)

<sup>3</sup>Manajemen Transportasi, Fakultas Logistik Teknologi dan Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

[pradhana@ulbi.ac.id](mailto:pradhana@ulbi.ac.id)

#### ABSTRAK

SMKN 1 Garut merupakan perubahan dari Sekolah Menengah Ekonomi Atas Negeri (SMEAN) Garut yang didirikan pada tanggal 1 Agustus 1959, berubah pada tahun 2001, menjadi SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Bisnis dan Manajemen. Terletak di jalan Cimanuk No. 309 A, Kelurahan Pataruman, Kecamatan Tarogong, Kabupaten Garut dengan luas tanah 16.535 m<sup>2</sup>. Kompetensi yang dimiliki saat ini berjumlah 10, yaitu: Akuntansi Dan Keuangan Lembaga, Teknologi Laboratorium Medik, Sistem Informatika Jaringan Dan Aplikasi, Teknik Energi Terbarukan, Manajemen Logistik, Farmasi Klinis Dan Komunitas, Teknik Komputer Dan Jaringan, Otomatisasi Dan Tata Kelola Perkantoran, Bisnis Daring Dan Pemasaran, Multimedia. Saat ini SMKN 1 Garut telah memiliki Teaching Factory (TeFa), dengan salah satu produknya adalah Sabun Cuci Piring (Sacupir). Selain itu, juga terdapat beberapa produk dan jasa yang tersedia di SMKN 1 Garut. Berdasarkan kendala yang dihadapi oleh mitra saat ini terdapat beberapa hal yang menjadi fokus utama untuk dapat dibantu dalam penyelesaiannya, salah satunya yaitu belum dimanfaatkannya promosi pada media sosial untuk produk dan jasa yang tersedia di SMKN 1 Garut, sehingga dibutuhkan pembuatan konten promosi.

Tujuan kegiatan ini adalah membantu tefa SMKN 1 Garut dalam pemasaran. Fokus pengabdian adalah untuk Optimalisasi online marketing (pembuatan konten promosi) sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran merek, peningkatan tingkat konversi penjualan, peningkatan loyalitas pelanggan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil kegiatan ini adalah dihasilkannya 33 hasil video konten yang dibuat oleh peserta pelatihan terkait dengan promosi produk/ jasa yang berada di lingkungan SMKN 1 Garut. Hasil konten yang dibuat menunjukkan bahwa sebagian konten yang dibuat cukup dapat menarik perhatian calon pengguna/pembeli produk/ jasa yang dicoba untuk dipromosikan.

**Kata Kunci:** Konten promosi digital, Pemasaran, Produk dan Jasa UMKM

#### ABSTRACT

*SMKN 1 Garut is a change from the Garut State High School of Economics (SMEAN) which was established on August 1, 1959, changed in 2001, to become SMK (Vocational High School) Business and Management. Located on Jalan Cimanuk No. 309 A, Pataruman Village, Tarogong District, Garut Regency with a land area of 16,535 m<sup>2</sup>. The competencies currently have 10, namely: Accounting and Institutional Finance , Medical Laboratory Technology, Network Information Systems and Applications, Renewable Energy Engineering , Logistics Management, Clinical and Community*

*Pharmacy, Computer and Network Engineering, Office Automation and Governance, Online Business and Marketing, Multimedia. Currently, SMKN 1 Garut has a Teaching Factory (TeFa), with one of its products being Dish Soap (Sacupir). In addition, there are also several products and services available at SMKN 1 Garut. Based on the obstacles faced by partners today, there are several things that are the main focus to be assisted in solving them, one of which is the unutilization of promotion on social media for products and services available at SMKN 1 Garut, so it is necessary to create promotional content. The purpose of this activity is to help tefa SMKN 1 Garut in marketing. The focus of dedication is to optimize online marketing (creation of promotional content) as an effort to increase brand awareness, increase sales conversion rates, increase customer loyalty so as to increase customer satisfaction. The result of this activity was the production of 33 video content results made by training participants related to the promotion of products / services within SMKN 1 Garut. The results of the content created show that some of the content created is enough to attract the attention of potential users / buyers of products / services that are tried to be promoted.*

**Keywords:** *Digital promotional content, Marketing, MSME Products and Services*

## **1. PENDAHULUAN**

SMKN 1 Garut dengan Kerjasama dengan beberapa pihak terkait telah menghasilkan beberapa produk atau jasa yang tersedia di lingkungan SMKN 1 Garut. Dari beberapa produk dan jasa yang tersedia di lingkungan SMKN 1 Garut adalah sebagai berikut:

1. Produk, saat ini produk yang dibuat memiliki masalah pokok yaitu ukuran ekonomis, harga, variasi kemasan dan kemudahan akses untuk bisa bersaing dengan produk yang sama yang telah lama beredar.
2. Perencanaan produksi yang belum dilakukan perhitungan kapasitas produksi yang disertai dengan pengaturan penyimpanan stock yang disesuaikan dengan tempat penyimpanan dan pemesanan,
3. Sistem penjualan saat ini masih menggunakan cara klasik dan sudah berhasil dengan baik, namun saat ini perlu optimalisasi terkait dengan pengaturan stock dan rencana produksi, sehingga dibutuhkan sistem penjualan online dengan memanfaatkan platform yang sudah ada untuk dapat mengantisipasi pandemic dan perkembangan pasar sasaran saat ini.
4. Belum dimanfaatkannya promosi pada media sosial untuk produk dan jasa yang tersedia di SMKN 1 Garut, sehingga dibutuhkan pembuatan konten promosi.

Luaran yang ditargetkan dari optimalisasi online marketing dan fullfilment center untuk peningkatan penjualan produk antara lain: peningkatan omset penjualan secara signifikan, peningkatan profitabilitas, peningkatan brand awareness yaitu dengan membantu meningkatkan kesadaran merek, peningkatan tingkat konversi penjualan, peningkatan loyalitas pelanggan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Fokus pengabdian adalah untuk Optimalisasi online marketing (pembuatan konten promosi) sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran merek, peningkatan tingkat konversi penjualan, peningkatan loyalitas pelanggan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **2.1 Tempat Dan Waktu**

Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan di :

Tempat	:	SMKN 1 Garut
Alamat	:	Jl. Cimanuk no.309A, Sukagalih, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat
Waktu	:	21 September 2023 (09:00 – 11:30 wib).

## 2.2 Khalayak Sasaran

Yang menjadi khalayak sasaran kegiatan PKM ini adalah siswa-siswi SMKN 1 Garut, sebanyak 3 Rombel pada prodi pangan dan logistik.

## 2.3 Metoda Pengabdian

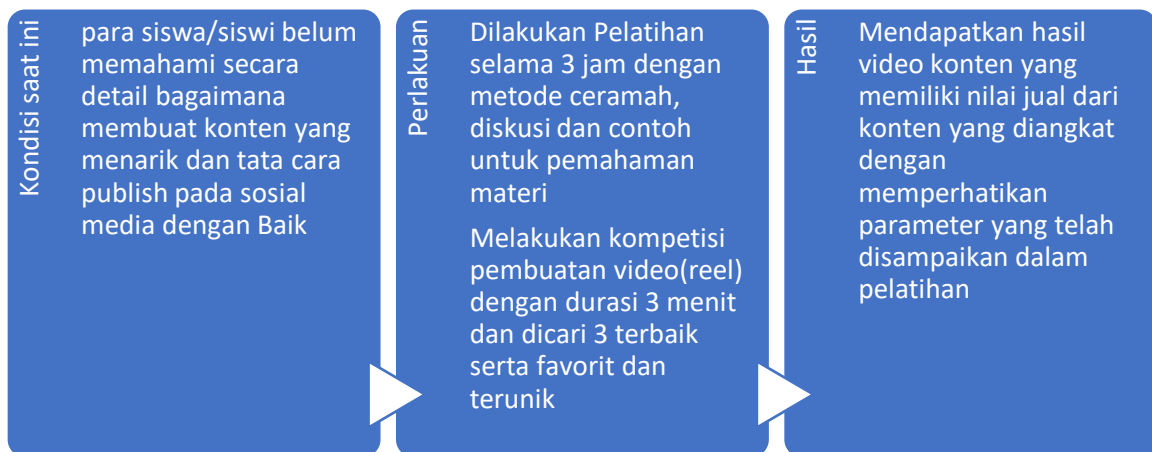
Metoda pengabdian yang dilakukan pada kegiatan PKM ini adalah pelatihan pembuatan konten promosi produk barang atau jasa pada platform media sosial (Instagram).

## 2.4 Indikator Keberhasilan

Yang menjadi indikator keberhasilan dari PKM ini adalah keberhasilan peserta dalam membuat konten promosi produk barang atau jasa yang dikhususkan pada platform media sosial (Instagram).

## 2.5 Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah berupa ceramah, simulasi, praktik, dan diskusi dan latihan disesuaikan dengan setiap materi yang disampaikan oleh narasumber sesuai dengan kompetensi masing masing. Adapun penjelasan secara terperinci dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Melakukan persiapan bahan PKM mengenai konten kreatif dan persiapan fulfillment center termasuk materi ajar yang akan disampaikan tentang bagaimana menyusun bahan yang menarik dan persiapan sebelum membuat video/reel. 2). Melakukan pelatihan pembuatan video pembelajaran sebagai konten IG dengan menggunakan acuan diawal serta menggunakan alat sederhana yaitu smartphone yang dimiliki oleh siswa/siswa SMKN 1 Garut



**Gambar 1.** Metode Pelaksana PKM

Realisasi pemecahan masalah dilaksanakan mulai dari pemahaman persepsi teori awal, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan sebelum melakukan proses pembuatan video hingga pelatihan proses pembuatan video. Apabila peserta sudah memahami dalam proses pembuatannya, narasumber selanjutnya mendampingi dari praktik langsung peserta pelatihan.

Hasil PKM ini dilakukan guna mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta dalam proses pembuatan video yang sesuai dengan kondisi riil dilapangan. Adapun bentuk evaluasi hasil pelatihan kepada peserta dapat dilihat dari hasil konten yang dibuat peserta.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Kegiatan 1 (Pelatihan)

Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan di :

Tempat : SMKN 1 Garut  
Alamat : Jl. Cimanuk no.309A, Sukagalih, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat  
Waktu : 21 September 2023 (09:00 – 11:30 wib).



**Gambar 2.** Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan

### 3.2 Kegiatan 2 (Lomba pembuatan Konten/ Praktik Pembuatan Konten)

Sesuai dengan prosedur pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMKN 1 Garut, saat ini telah dilakukan evaluasi terhadap 33 hasil video dengan daftar sebagai berikut:

#### **Kelompok A**

1. Irsyad Nurdiansah dan Tasha Sri Rahayu \_  
<https://www.instagram.com/reel/CyA7jLOJPM5/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
2. Arin Andriani <https://www.instagram.com/reel/CyCUlrKyyXh/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==b>
3. Aulia febian, aulia maulina, nurfahmi  
<https://www.instagram.com/reel/CyCnfXzJCKP/?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>
- 4.lena alfiana  
<https://www.instagram.com/reel/CyCilJoSA13/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>
5. M APRIJAL LELLOH & DZANIELLA  
[https://www.instagram.com/reel/CyCn\\_aKvXSm/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/CyCn_aKvXSm/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==)
- 6.Sulistia, Moza, Revina, Rossiana, Meylla, Khaerunisa  
[https://www.instagram.com/reel/CyCo6GaJ62xwOVT\\_TkbruPHLpJN-fi-7tcIx4Q0/?igshid=MmU2YjMzNjRIOQ==](https://www.instagram.com/reel/CyCo6GaJ62xwOVT_TkbruPHLpJN-fi-7tcIx4Q0/?igshid=MmU2YjMzNjRIOQ==)
- 7.Nantya,rifa,devi.n  
<https://www.instagram.com/reel/CyCs1RjJOHp/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
8. Fauzan Ali  
Muzhaffar\_ <https://www.instagram.com/reel/CyColTnPQSK/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
9. Nazwa H.N, Sarah Rahmatillah, Zalshafrina. B R  
<https://www.instagram.com/reel/CyC21qGSNTg/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>
10. Alya naila & Ghanisa husna  
<https://www.instagram.com/reel/CyC8GQrBGpI/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>
- 11.felliza kautsarani  
<https://www.instagram.com/reel/CyDGXHNJ6ZY/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- 12.devi aldira, olivia, sarah amalia  
<https://www.instagram.com/reel/CyDaDEIJHSY/?igshid=MmU2YjMzNjRIOQ==>
- 13.Arsiana,Alda meisya, Muhamad fajri  
<https://www.instagram.com/reel/CyDcLPFpGRy/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- 14.Rochmah widya, Veira dwina, Trisalsa, Nabil kaemita  
<https://www.instagram.com/reel/CyDcEEIJI6d/?igshid=MWZjMTM2ODFkZg==>

#### **Kelompok B**

- 1.Silva, Rosana <https://www.instagram.com/reel/Cx6YEtSju6/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
2. Fairuz Fatin, zhamila arianti  
<https://www.instagram.com/reel/Cx6jB9chFYd/?igshid=YzAyMDM1MGJkZA==>
- 3.sabila kurnia  
<https://www.instagram.com/reel/Cx41VyWpn0X/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- 4.aldriyani Rahmania Desvalia  
<https://www.instagram.com/reel/Cx5Wu9zJBN-/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
- 5.Chelsi Fitri Nur Anggraeni  
<https://www.instagram.com/reel/Cx62EU8JDR7/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>
6. Davina febia, Tiara tresnawati  
<https://www.instagram.com/reel/Cx5iXy9JXN5/?igshid=Mozzarella==>
7. Reva Nur Ramadhani

<https://www.instagram.com/reel/Cx6smTuJfxV/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 8. Laila nur hazjar aswad  
<https://www.instagram.com/reel/Cx5gzGpJmyI/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 9.revalina  
<https://www.instagram.com/reel/Cx6ska8psJw/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 10. alfiah Nurhikmah, Dyah ayu setiowati, Erpan R  
<https://www.instagram.com/reel/CyC51IRhMSY/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 11. Wahdah,intan  
<https://www.instagram.com/reel/CyDEhKFJdra/?igshid=NjIwNzIyMDk2Mg==>  
 12.Nabila&Rani  
<https://www.instagram.com/reel/CyDJTfApGQO/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 13.Kamilah  
<https://www.instagram.com/reel/Cx4ZVfFpk8O/?igshid=MWZjMTM2ODFkZg==>  
 14. Lexsa  
<https://www.instagram.com/reel/CyDTXPopJRk/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 15. Tyas,Gizel,Afwa,Rahma,Alia,Ayu,Elsa  
<https://www.instagram.com/reel/CyDQ826JDU6/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 16.widiya, yoga  
<https://www.instagram.com/reel/CyDYyO7PTwy/?igshid=MmU2YjMzNjRIOQ==>  
 17. Rafika Noviyanti, Muhammad Hanif K  
<https://www.instagram.com/reel/CyDajGvVUT/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>  
 18. sazkiya,salma  
<https://www.instagram.com/reel/CyDbQ1ihv6z/?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ==>  
 19.daffa ,reyhan  
<https://www.instagram.com/reel/CyDgJGFJsCoLAWqFms7-Zv-MGJyKBCUgf0pSIU0/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Konten-konten yang masuk akan dievaluasi untuk dilihat apakah sesuai dengan materi yang diberikan saat pelatihan. Diharapkan dengan konten yang dibuat sesuai materi pelatihan, konten tersebut diharapkan dapat meningkatkan promosi barang/ jasa yang dibutuhkan.

### 3.3 Keberhasilan Kegiatan

Hasil review konten yang dibuat menunjukkan bahwa materi yang diberikan pada pelatihan dapat diterima dengan baik oleh para peserta. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar konten yang dibuat sudah dapat menunjukkan kreativitas yang baik dalam menentukan, menyusun, dan membuat konten untuk mempromosikan barang/ jasa.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan PKM ini dapat disimpulkan beberapa hal-hal penting :

1. Beberapa produk dan jasa yang ada di lingkungan SMKN 1 Garut memiliki kebutuhan untuk lebih dipromosikan.
2. Hasil pemantauan terhadap konten-konten promosi peserta pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memahami hal-hal penting yang harus terdapat dalam konten promosi sesuai dengan materi yang diberikan saat pelatihan.
3. Peserta memiliki kreativitas yang cukup baik dalam membuat konten-konten promosi.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam pelaksanaan PKM ini, baik dari pihak ULBI maupun SMKN 1 Garut. Pelaksanaan PKM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kedua pihak, yaitu SMKN 1 Garut, dan ULBI.

## 6.REFERENSI

[1] Bayhaqi H, Aslami N. MAMEN (Jurnal Manajemen) Identifikasi Pasar, Segmen Dan

Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. Vol. 1. 2022

- [2] Nur SE, Cahya I, Utami B, Syamsul Hidayat M. ANALISA PERSAINGAN HOME INDUSTRI TEMPE DIDESA PULOGREJO MENGGUNAKAN CPM
- [3] Shiratina A, Indika DR, Komariyah I, Kania D, Solihin EH, Kunci K, et al. Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital [Internet]. Vol. 2, Jurnal Sain Manajemen. 2020.  
Available from: <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- [4] Artanto H, Nurdiansyah F, Widyagama Malang U. Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS) [Internet]. 2017;1(2). Available from: <http://info.cern.ch/>
- [5] Shimp. 2003. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- [6] Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan.. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, 16(02), 108–122.
- [7] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (7th ed.). Pearson.
- [8] Wardhana (2015), STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN IMPLIKASINYA PADA KEUNGGULAN BERSAING UKM DI INDONESIA, Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015 fkb.akuntansi.upi.edu/prosiding
- [9] Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, 1(2), 250–258.
- [10] Abidin, R. F., & Ibrahim, N. (2019). Analisa dan Pengimplentasian Digital marketing pada Studio Brother's Photo. Jurnal STRATEGI-Jurnal Maranatha, 1(2), 397–410.
- [11] Saragih, M. G., Manullang, S. O., & Hutahaean, J. (2020). Marketing Era Digital. CV. Andalan Bintang Ghonim.
- [12] Chakti, A. G. (2019). The book of digital marketing. In Makassar: Celebes Media Perkasa