

Jurnal_Chairunissa_TF_6A2_141. docx *by*

Submission date: 13-Jul-2023 12:17PM (UTC+0700)

Submission ID: 2130439048

File name: Jurnal_Chairunissa_TF_6A2_141.docx (346.81K)

Word count: 1867

Character count: 11214

Abstrak

7
Sosial Media Marketing merupakan salah satu jenis marketing yang banyak sekali digunakan oleh masyarakat di zaman sekarang. Promosi melalui sosial media lebih efisien jika dibandingkan dengan menggunakan metode marketing atau promosi yang lainnya. Sosial Media Marketing tentunya memiliki beberapa keuntungan dari metode marketing yang lainnya, salah satunya yaitu dapat meningkatkan brand awareness, produk yang diunggah atau dipromosikan melalui sosial media tentu seiring berjalannya waktu perlahan-lahan akan dilihat, lalu mulai diingat dan dianggap oleh masyarakat. Dengan adanya media sosial ini sangat memudahkan para penggunanya dalam berbagai kegiatan. Salah satunya yaitu dengan memudahkan para pelaku usaha UMKM untuk memasarkan produk jualan mereka untuk bisa mencapai target market yang dituju. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk membantu mempromosikan produk UMKM melalui katalog online di sosial media Instagram. Metode yang digunakan yaitu ada beberapa tahap diantaranya tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap pengawasan, dan juga tahap evaluasi. Hasil dari kegiatan ini UMKM memiliki akun media sosial Instagram yang sudah dilengkapi dengan postingan katalog online.

Kata Kunci: Sosial Media, Pemasaran Online, Pengabdian Masyarakat, UMKM

Abstract

Social Media Marketing is one type of marketing that is widely used by people today. Promotion through social media is more efficient when compared to using other marketing or promotion methods. Social Media Marketing certainly has several advantages over other marketing methods, one of which is that it can increase brand awareness, products that are uploaded or promoted through social media will of course 5er time slowly be seen, then begin to be remembered and considered by the public. With the existence of social media, it is very easy for its users in various activities. One of them is by making it easier for MSMEs business actors to market their selling products to be able to reach the intended target market. The purpose of this activity is to help small and medium enterprises or MSMEs in promoting the products they sell through social media platforms such as Instagram. The method used is that there are several stages including the preparation stage, implementation stage, supervision stage, and also the evaluation stage.

Key Word: Social Media, Online Marketing, Community Service, MSMEs

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman, serta adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan semua orang bergantung pada internet. Zaman sekarang, untuk mempromosikan sebuah produk yang kita jual tidak perlu menggunakan brosur, spanduk, dll. Kita bisa mempromosikannya hanya dengan melalui sosial media. Sosial Media Marketing atau yang biasa juga disebut dengan pemasaran media sosial merupakan sebuah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial media dan situs web jaringan dan bertujuan untuk mempromosikan produk maupun layanan organisasi melalui cara yang berbayar ataupun tidak berbayar. Ini biasanya disebut juga dengan digital marketing, yaitu suatu bentuk strategi pemasaran sebuah produk yang menggunakan media digital dan internet. Tujuan dari digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan

juga calon konsumen secara cepat. Dengan begini, membuat para pelaku usaha berlomba-lomba untuk membuat konten yang menarik untuk ditampilkan dalam promosi atau pemasarannya di media sosial (di dunia maya). (Pangestika, 2022)

Masih banyak para pelaku usaha yang belum bisa menggunakan media sosial sebagai salah satu alat yang digunakan untuk promosi. Dengan begitu, target market yang diinginkan jadi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Terkadang mereka juga belum bisa menggunakan media sosial dengan baik misalnya dengan mengupload foto produk yang bagus agar terlihat lebih menarik, (Fauziyah, 2022) memposting testimoni yang diberikan oleh para konsumen, memposting minimal sehari sekali, dll. Ini merupakan permasalahan yang sering dialami oleh para pelaku usaha yang baru saja memulai bisnisnya. Dengan adanya foto produk yang diposting di sosial media, maka akan dapat memberikan kesan bahwa produk yang dijual merupakan produk yang berbeda dengan para pesaing. Maka dari itu, penulis akan membantu dalam memberikan pengarahannya dalam menerapkan pemasaran online agar mencapai target sasaran yang diinginkan oleh pelaku usaha UMKM. Pentingnya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah agar membantu target sasaran dalam menjalankan usaha ini dengan baik, serta mampu menarik perhatian para calon konsumen. (Fauziyah, 2022)

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu untuk membantu para pelaku usaha (UMKM) Semir Ban Silicon Polish dan NMAX Car Wash dalam hal mempromosikan produk yang ia jual agar memenuhi target pasar yang diinginkan. Selain itu, juga membantu dalam membuat akun media sosial seperti Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan atau menjual belikan produk dari UMKM tersebut. Setelah dilakukannya kegiatan ini, penulis berharap agar ilmu yang diberikan bisa berguna dengan baik dan nantinya juga dapat terus dijalankan oleh pelaku usaha UMKM ini.

2. Metode

Marketing atau pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk. Berikut ini merupakan metode yang digunakan dalam kegiatan ini, yaitu:

a. Tahap Persiapan

Pada tahapan pertama ini merupakan tahapan persiapan, yang dilakukan adalah observasi pada pelaku usaha UMKM Semir Ban Silicon Polish dan NMAX Car Wash. Tahapan persiapan ini dilakukan pada 15-18 Mei 2023 di Gempol, Pasuruan.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan yang kedua ini adalah tahapan pelaksanaan, melakukan foto produk serta pembuatan akun sosial media Instagram untuk

UMKM Semir Ban Silicon Polish dan NMAX Car Wash yang dilakukan pada 1-7 Juli 2023 di Gempol, Pasuruan.

c. Tahap Pengawasan

Pada tahapan yang ketiga ini yaitu tahapan pengawasan dalam menggunakan sosial media seperti melihat kenaikan jumlah followers dan jumlah like postingan, yang dimana merupakan saran untuk memasarkan atau mempromosikan produk kepada masyarakat melalui akun Instagram yang dilakukan pada 8-9 Juli 2023 di Gempol, Pasuruan.

d. Tahap Evaluasi

Pada tahapan terakhir ini merupakan tahapan evaluasi yang dilakukan agar mengetahui bagaimana respon atau feedback yang diberikan oleh followers terkait produk yang dipromosikan ini melalui sosial media Instagram dari UMKM Semir Ban Silicon Polish dan NMAX Car Wash dengan melihat apakah kenaikan jumlah followers dalam kurun waktu yang ditentukan itu sudah mencapai target yang diinginkan atau belum. Tahapan ini dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2023 di Gempol, Pasuruan.

3. Hasil dan Pembahasan

Dengan adanya pelaksanaan pengabdian masyarakat ini telah didapatkan beberapa pencapaian, yaitu terdapat penambahan atau peningkatan jumlah followers dari kedua akun Instagram UMKM Semir Ban Silicon Polish dan NMAX Car Wash, dan juga foto produk dari kedua UMKM tersebut sudah dilaksanakan dan sudah di unggah di Instagram masing-masing UMKM. Tampilan feed Instagram dari kedua akun UKM tersebut juga terlihat bagus dan rapi.

Berikut merupakan tabel sebelum dan sesudah dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat di Gempol, Pasuruan.

Tabel 1. Perbandingan Sebelum dan Sesudah Dilaksanakannya Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No.	Sebelum	Sesudah
1	Belum memiliki akun media sosial untuk melakukan promosi produk.	Sudah mempunyai akun media sosial Instagram untuk melakukan promosi produk.
2	Tidak ada foto produk yang baik dan benar untuk diunggah di akun media sosial.	Sudah ada foto produk yang baik dan benar untuk diunggah di Instagram masing-masing UMKM.
3	Memiliki 0 followers di Instagram saat awal membuat akun.	Sampai tanggal 13 Juli 2023 sudah 29 followers di

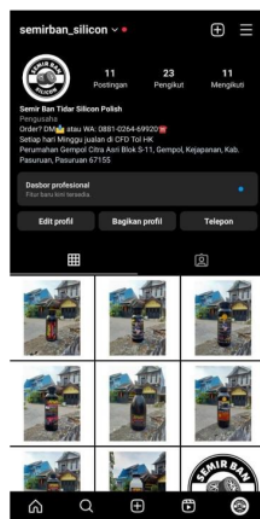
Instagram UMKM Semir Ban
Silicon Polish dan 18
followers di akun Instagram
NMAX Car Wash.

1. Tahapan Persiapan

Pada tahapan ini, penulis mulai melakukan observasi pada 2 pelaku usaha UMKM ini terkait kendala yang terjadi pada usahanya. Permasalahan yang terjadi dari kedua pelaku usaha UMKM ini adalah konsumen masih dari wilayah sekitar produsen saja, sehingga target market yang dituju oleh kedua UMKM ini sangat terbatas karena kurangnya media promosi yang digunakan oleh kedua UMKM ini. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu mempromosikan produk yang dijual oleh UMKM Semir Ban Silicon Polish dan NMAX Car Wash melalui sosial media. Maka dari itu, penulis membantu membuat akun sosial media yaitu Instagram sebagai saran untuk mempromosikan produk yang dijual oleh kedua pelaku usaha UMKM ini. Hal ini dilakukan agar bisa mencapai target konsumen yang diinginkan oleh pelaku usaha UMKM ini.

2. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap ini, penulis mulai membuat akun media sosial Instagram untuk digunakan sebagai media dalam melakukan pemasaran. Nama akun media sosial Instagram yang digunakan adalah @semirban_silicon dan @nmax_carwash. Alasan diberikan nama pengguna itu supaya terkesan lebih sederhana dan memudahkan konsumen dengan memasukkan produk apa yang diinginkan menjadi keyword dalam pencarian produk yang ingin dibeli. Kedua akun instagram ini diharapkan dapat membantu menambah target pasar yang diinginkan oleh kedua pelaku usaha UMKM ini.



Gambar 1. Akun Media Sosial Instagram UMKM

Setelah membuat akun media Sosial Instagram, penulis membantu melakukan foto produk pada kedua UMKM. Hal ini dilakukan agar tampilan media sosial Instagram kedua UMKM ini tampak lebih rapi dan menarik. Dengan tampilan Instagram yang rapi dan menarik dapat membuat calon konsumen lebih tertarik untuk mengunjungi profil Instagram dan memungkinkan calon konsumen untuk membeli produk yang kita jual.



Gambar 2. Produk NMAX Car Wash



Gambar 3. Produk NMAX Car Wash



Gambar 4. Produk Semir Ban Silicon



Gambar 5. Produk Semir Ban Silicon

3. Tahapan Pengawasan

Pada tahapan pengawasan ini, penulis membantu untuk terus memantau aktivitas yang ada di akun media sosial Instagram dari kedua pelaku usaha UMKM ini. Pengawasan yang dilakukan yaitu mulai dari apakah terjadi peningkatan jumlah followers dari kedua akun Instagram UMKM ini, apakah sudah mulai ada yang memesan secara online melalui Instagram, dll. Untuk jumlah followers per tanggal 13 Juli 2023 akun Instagram @semirban_silicon sudah mendapatkan 29 followers dari target awal 50 followers. Meskipun sejauh ini belum mencapai target followers yang diinginkan, ini sudah merupakan awal yang baik karena sudah mendapatkan hampir 50% target followers yang diinginkan di awal. Ini merupakan awal yang baik, karena perlahan masyarakat sudah mulai mengetahui bahwa ada produk semir ban yang dijual murah dan memiliki kualitas yang bagus.

Untuk jumlah followers per tanggal 13 Juli 2023 akun Instagram @nmax_carwash sejauh ini masih mendapatkan 18 followers dari target awal 50 followers. Meskipun belum mencapai target juga dari jumlah followers yang diinginkan, ini juga sudah menjadi awal yang baik. Bisa dikatakan seperti itu karena dari sebelumnya belum memiliki akun media sosial Instagram untuk melakukan promosi, sekarang sudah bisa mendapatkan 15 followers pertama. Dan untuk kedua akun Instagram UMKM tersebut saat ini juga keduanya belum mendapatkan orderan secara online.

Kegiatan ini belum bisa dikatakan berhasil karena ada beberapa point yang belum mencapai target seperti yang sudah ditentukan, diantaranya yaitu kedua akun media sosial belum mencapai 50 followers, dan kedua UMKM tersebut belum bisa menjual secara online.

4. Tahapan Evaluasi

Pada tahap ini mulai dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan dalam membuat akun media sosial dan melakukan foto produk, serta tahapan pengawasan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui respon dari followers, pencapaian yang telah diterima saat mulai membuka akun media sosial Instagram sebagai wadah untuk melakukan promosi, dari diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini berharap dapat bermanfaat kedepannya dan dapat membantu kedua pelaku usaha UMKM ini agar bisa mencapai target penjualan yang diinginkan. Berdasarkan hasil survei, kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan lancar dan mendapatkan tanggapan yang baik dari kedua pelaku usaha UMKM di Gempol, Pasuruan.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini yang berlangsung di Gempol, Pasuruan telah berjalan dengan lancar. Pelaku usaha UMKM ini telah menerapkan penjualan secara online melalui media sosial Instagram produk semir ban silikon polish dan nmax shampoo mobil & motor, serta dapat meningkatkan minat beli calon konsumen dengan cara menggunakan foto produk yang bagus dan juga tampilan Instagram yang terlihat rapi.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan yaitu untuk membantu memecahkan permasalahan yang terjadi pada pelaku usaha UMKM ini agar usahanya bisa dikenal dan memiliki banyak pelanggan dari seluruh Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu meningkatkan kemampuan sasaran secara online. Pemasaran atau penjualan secara online ini kedepannya dapat membantu usaha yang sedang dijalani oleh kedua pelaku usaha UMKM ini yang berada di

Gempol, Pasuruan dan diharapkan kedepannya bisa menjualkan produknya secara online.

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.unanda.ac.id Internet Source	8%
2	termasyhur.com Internet Source	2%
3	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
4	fericy.com Internet Source	1%
5	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
6	www.researchgate.net Internet Source	1%
7	ignoudocs.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On