

Pelatihan Penggunaan Social Media Marketing

Dinda Ayu Andini·Edy Purwanto* M. Munir Syam AR
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja

*Email: edypurwanto@wiraraja.ac.id

ABSTRACT

The advancement of digital technology today is a great opportunity for entrepreneurs to be able to market their products easily. This community service was carried out for employees of Bang Alief Bangselok Sumenep. This activity is carried out by providing socialization and training on the use of social media marketing. This activity consists of several stages, namely the preparation stage, the activity implementation stage, and the last stage is the activity evaluation stage. From the results of the training that has been carried out, information is obtained on the level of understanding of the participants on the training material provided. And, it can be concluded that the training on the use of social media for Bang Alief Bangselok Sumenep employees that has been carried out, can increase the ability of employees to use Instagram-based social media and create accounts and manage social media as a medium for promoting their service businesses.

Keywords

Social Media, Marketing, Digital, Bang Alief



BERDAYA : Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol 4, No.2, Aug 2022,
pp. 71 - 80
eISSN 2721-6381

Article History

Received 11 Jul 2022 / Accepted 09 Aug 2022 / First Published: 17 Aug 2022

To cite this article

Andini, D. A., Purwanto, E., & Syam AR, M. M. (2022). Pelatihan Penggunaan Social Media Marketing. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 71 - 80. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v4i2.670>



© The Author(s)2022

. This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital saat ini, merupakan peluang yang besar kepada para pengusaha untuk bisa memasarkan produknya dengan mudah. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan terhadap karyawan Bang Alief Bangselok Sumenep. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang penggunaan Sosial Media marketing. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap terakhir yaitu tahap evaluasi kegiatan. Dari hasil pelatihan yang telah dilakukan, diperoleh informasi tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan yang diberikan. Serta, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan penggunaan sosial media kepada karyawan Bang Alief Bangselok Sumenep yang telah dilakukan, mampu meningkatkan kemampuan karyawan dalam penggunaan sosial media berbasis instagram dan membuat akun serta mengelola media sosial tersebut sebagai media promosi usaha jasa mereka

Profil Penulis

Dinda Ayu Andini
Edy Purwanto
M. Munir Syam AR
Manajemen, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis, Universitas Wiraraja

*Email:
edypurwanto@wiraraja.ac.id

Kata Kunci : Sosial Media, Pemasaran Digital, Bang Alief

Reviewing Editor
Hendryadi, STIE Indonesia
Jakarta

PENDAHULUAN

Menurut Hamid (2022) perkembangan teknologi informasi mampu berdampak positif dalam perkembangan ekonomi dan bisnis. Salah satunya adalah dengan adanya media sosial. Penggunaan media sosial saat ini sangat besar dan berdampak pada dunia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Yuni Riadi) tahun 2021 mencatat bahwa pengguna media sosial di dunia telah mencapai 4,66 miliar jiwa. Angka ini naik sebesar 290% dari tahun 2015 silam, dimana pengguna media sosial pada saat itu berkisar 1,55 miliar pengguna. Di Indonesia, pengguna media sosial telah mencapai 190 juta pengguna, atau sekitar 70 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Menurut Khan et al., (2019), media sosial saat ini banyak dianggap sebagai platform yang menjanjikan untuk melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia, ada sekitar 129 juta penduduk Indonesia yang memiliki akun media sosial yang aktif dan rata-rata menghabiskan waktu 3,5 jam per hari dalam menggunakan internet melalui handphone. Dengan menggunakan internet memungkinkan individu memperoleh informasi apapun yang ada dan bertukar informasi tanpa terhambat oleh batas ruang dan waktu (Bariyyah & Permatasari, 2017).

Pemasaran merupakan aktivitas yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Kotler (2018) menyampaikan bahwa pemasaran adalah Proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai untuk pelanggan, sehingga mendapatkan nilai atau umpan balik yang baik dari pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profit dan ekuitas pelanggan

Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau masyarakat lebih luas (Pandora &

Djalaksana, 2022). Definisi yang lain disampaikan oleh Westlund & Ekström (2018), Digital marketing atau pemasaran modern, yaitu suatu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen digital. Salah satu bagian dari digital marketing adalah pemasaran menggunakan social media. Berdasarkan data yang disampaikan di atas, dapat dikatakan bahwa social media sudah menjadi bagian dari kehidupan konsumen. Oleh sebab itu, pemasaran dengan social media menjadi salah satu media yang sangat ampuh dalam mempromosikan barang dan jasa yang kita miliki. Salah satu social media yang banyak digunakan terutama masyarakat milenial yaitu Instagram.

Berdasarkan interview yang dilakukan kepada karyawan bang Alif ditemukan sebuah permasalahan yaitu UD Bang Alief belum memiliki sosial media khusus sebagai media pemasarannya. Dengan demikian, UD Bang Alief belum melakukan promosi menggunakan social media melainkan hanya melakukan pemasaran secara konvensional. Di era modern saat ini pemasaran tidak hanya dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran di lapangan tetapi kita juga harus mulai menggunakan pemasaran modern yang berbasis online. Strategi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dapat mendongkrak kemajuan sebuah usaha. *Social media marketing* merupakan salah satu jenis pemasaran yang saat ini banyak digunakan.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada karyawan UD. Bang Alief Bangselok Sumenep. Selain itu, pengabdian ini juga bertujuan untuk membuat akun IG untuk UD Bang Alief dan tata cara melakukan promosi melalui Instagram. Dengan melakukan sosialisasi dan memberikan pelatihan pada karyawan diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada Bang Alief Bangselok Sumenep, terutama di bidang Pemasaran. Pelaksana melakukan pelatihan pemasaran digital, yaitu dengan menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan adalah instagram. Akun instagram ini digunakan sebagai media promosi yang tentunya lebih memudahkan para pengusaha untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka miliki. Instagram hadir sebagai media sosial yang menawarkan berbagai macam fitur dan fasilitas yang berbeda dengan media sosial pendahulunya (Sakti & Yulianto, 2018). Dengan adanya akun sosial media berupa instagram ini dapat membantu Bang Alief untuk memberikan informasi kepada masyarakat terutama kepada pelanggan, tentang layanan apa saja yang tersedia di UD. Bang Alief.

Sasaran Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan ini adalah melakukan pelatihan kepada karyawan Bang Alief Bangselok Sumenep dalam penggunaan *social media marketing*. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu UD. Bang Alief dalam memasarkan produk menggunakan digital marketing yaitu dengan social media marketing berupa Instagram.

Masalah yang ingin dipecahkan

UD. Bang Alief Bangselok Sumenep selama ini hanya melakukan pemasaran secara konvensional. Pemasaran melalui digital sebetulnya sangat dibutuhkan untuk memajukan dan mempromosikan usaha tersebut. Dengan melakukan sosialisasi dan memberikan pelatihan pada karyawan diharapkan dapat membantu menyelesaikan persoalan yang terjadi pada Bang Alief Bangselok Sumenep. Pada akhirnya, UD. Bang Alief Sumenep menggunakan media digital sebagai media promosi.

MATERI DAN METODE

Materi

Materi yang diberikan dalam pelatihan ini yang pertama adalah menjelaskan terlebih dahulu tentang bagaimana strategi pemasaran dan seberapa penting strategi pemasaran terhadap kemajuan sebuah jenis usaha. Setelah itu, proses pembuatan serta pengelolaan sosial media sebagai media promosi berbasis instagram. Selanjutnya, menjelaskan tentang berbagai macam fitur sosial media seperti, fitur promosi yang ada di instagram, membuat *story*, membuat *highlight* instagram, membuat konten sosial media, menyusun postingan *feed* instagram agar lebih rapi dan lebih menarik.

Lokasi dan Mitra Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor pusat Bang Alief Bangselok Sumenep, tepatnya di Jl. Kemala Bangselok. Mitra dalam kegiatan ini yaitu UD. Bang Alief Bangselok Sumenep.

Peserta

Peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan penggunaan sosial media ini adalah karyawan sebanyak 5 orang yang merupakan karyawan tetap UD. Bang Alief, Sumenep.

Prosedur dan Metode

Prosedur :

1. Persiapan Pelaksanaan : Sebelum kegiatan ini dilaksanakan terlebih dahulu dipersiapkan kebutuhan administratif dan persiapan materi yang akan disampaikan.
2. Pelaksanaan Pelatihan : pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan dua metode yakni Sosialisasi dan Pelatihan.
3. Evaluasi hasil pelatihan : Setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi untuk mengetahui hasil dari pelaksanaan kegiatan.

Metode Pelaksanaan :

1. **Sosialisasi**- ini dilakukan untuk memberikan informasi atau menjelaskan tentang pentingnya strategi pemasaran terhadap kemajuan sebuah usaha. Pelatihan ini diberikan langsung oleh pelaksana kepada 5 karyawan Bang Alief Bangselok Sumenep pada waktu yang bersamaan.
2. **Pelatihan**- ini dilakukan dengan praktek langsung dimulai dengan pembuatan akun media sosial. Media sosial yang digunakan dalam pelatihan ini adalah akun Instagram.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Tahap Persiapan.

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, sebelumnya dilakukan persiapan agar kegiatan pelatihan penggunaan social media marketing kepada karyawan di UD. Bang Alief Bangselok Sumenep. Persiapan kegiatan ini dilakukan sejak tanggal 23 April 2022. Kegiatan ini dimulai dengan mempersiapkan kebutuhan administrasi seperti Perizinan ke pemilik UD. Bang Alief Sumenep. Selain itu, pelaksana juga melakukan studi literatur untuk mempersiapkan materi yang akan disampaikan pada saat sosialisasi dan pelatihan dilakukan.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada hari jum'at tanggal 17 Juni 2022 di Kantor Bang Alief Bangselok Sumenep. Kegiatan dimulai dengan memberikan kuisioner kepada 5 orang peserta (karyawan bang Alief). Lebih jelasnya mengenai kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian dapat dilihat dalam tabel berikut:

Table 1

Pelaksanaan Kegiatan

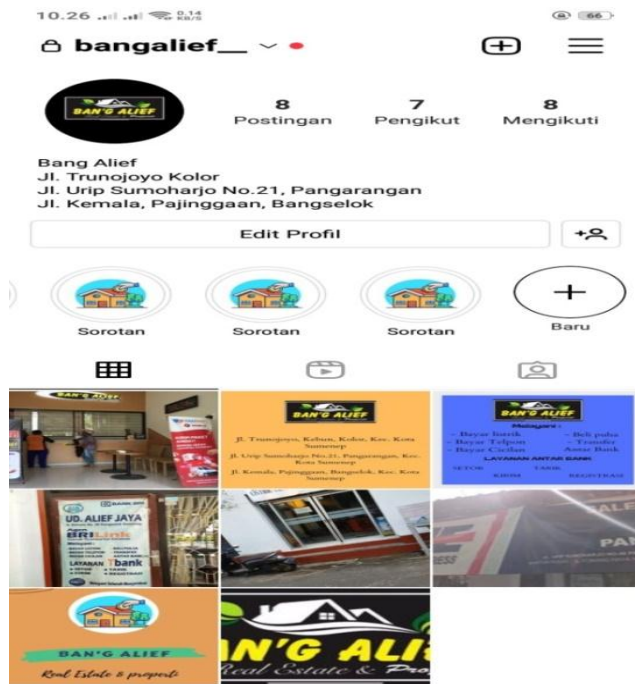
No	Kegiatan	Keterangan
1	Pre-Test	1. Memberikan kuisioner pre-test kepada peserta Kegiatan
2	Sosialisasi	1. Menyampaikan materi tentang pentingnya social media marketing (Instagram). 2. Menyampaikan materi tentang dampak social media marketing bagi perusahaan
3	Pelatihan	1. Memberikan pelatihan tentang penggunaan social media marketing berupa Instagram.

Sosialisasi dilakukan dengan memberikan materi tentang pentingnya sosial media marketing berupa Instagram dan bagaimana dampak social media marketing terhadap perusahaan. Karena, pemilik Bang Alief juga memberikan saran agar supaya memanfaatkan akun sosial media ini hanya untuk sebagai kepentingan perusahaan, dan menggunakan akun sosial media ini dengan baik. Karena saat ini banyak oknum yang menyalahgunakan sosial media. Sehingga khawatir akan memberikan dampak negatif yang dihasilkan.



Gambar 1.
Sosialisasi tentang strategi pemasaran

Tahapan kegiatan Selanjutnya adalah membuat akun instagram Bang Alief dan dilakukan pelatihan tentang cara penggunaan social media marketing berupa Instagram. Serta, menjelaskan tentang berbagai macam fitur yang ada di instagram. Seperti, fitur promosi, membuat *story*, membuat *highlight* instagram, membuat konten yang menarik di instagram, serta, menyusun postingan di *feed* instagram agar lebih rapi dan lebih menarik.



Gambar 2.
 Hasil pembuatan akun

Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan maka dilakukan kajian mengenai hasil kegiatan ini. Selanjutnya, para peserta diberikan kuisisioner post test. Kuisisioner ini disebar untuk mengetahui keberhasilan kegiatan ini. Lebih jelasnya mengenai tabel evaluasi kegiatan dapat dilihat dalam table 2 di bawah ini:

Tabel 2.
 Evaluasi Kegiatan

No	Kegiatan	Keterangan
1	Post-Test	Memberikan kuisisioner post test kepada peserta
2	Kajian Hasil	Memberikan pertanyaan ke peserta tentang pemahaman yang didapatkan

Adapun kuisisioner yang diberikan kepada peserta terdiri dari 4 pertanyaan yang terbagi menjadi 2 jenis skala jawaban yaitu Skala Guttman dan Skala Likert.

Tabel 3

Hasil Pre test dan Post Test menggunakan Skala Guttman

No	Pertanyaan	Pre test		Pos-Test	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda Mengetahui Instagram?	5 (100%)	-	5 (100%)	-
2	Apakah anda mengetahui tentang fitur Promosi yang ada di Instagram?	2 (20%)	3 (80%)	5 (100%)	-

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan table 2 di atas diketahui bahwa pada saat pre-test peserta diberikan 2 pertanyaan. Pertanyaan pertama 5 peserta menjawab ya (100%) dan pada saat post-test peserta memiliki jawaban yang sama (100%). Kemudian, jawaban peserta untuk pertanyaan ke dua, 2 peserta menjawab ya (20%) dan 3 peserta menjawab tidak (80%) dan pada saat post test ke 5 peserta menjawab ya (100%). Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan sebesar 100%. Hal ini menandakan bahwa pelaksanaan kegiatan ini dinyatakan berhasil meningkatkan pengetahuan karyawan UD. Bang Alief Sumenep.

Pertanyaan tentang pemahaman peserta terhadap cara melakukan promosi melalui Instagram dilakukan dengan jenis skala likert. Dengan penjelasan 1 (sangat tidak paham) - 5 (Sangat paham) Informasi itu dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4

Hasil Pre test dan Post Test menggunakan Skala Likert

No	Pertanyaan	Pre test					Pos-Test				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Apakah anda memahami cara menggunakan instagram?			3 (80%)	2 (20%)						5 (100%)
2	Apakah anda memahami cara menggunakan fitur promosi di instagram?		3 (80%)	1 (10%)	1 (10%)						5 (100%)

Sumber: data diolah (2022)

Mengacu pada table di atas dapat diketahui bahwa pertanyaan pertam tentang pemahaman peserta dalam menggunakan Instagram pada saat pre test 3 peserta menjawab netral (80%) dan 2 peserta lainnya menjawab paham (20%). Sedangkan pada saat post test 5 peserta menjawab sangat paham (100%). Kemudian, untuk pertanyaan ke dua, pertanyaan tentang pemahaman perserta melakukan promosi melalui Instagram. Untuk pertanyaan ini pada saat pre test 3 peserta menjawab tidak paham (80%), 1 peserta menjawab netral (10%) dan 1 peserta lainnya menjawab paham (10%). Sedangkan pada saat post test 5 peserta menjwab sangat paham (100%).

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan di UD. Bang Alief Bangselok, Sumenep mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi, dalam hal ini yaitu 5 karyawan Bang ALIEF Sumenep. Kegiatan sosialisasi dan pengabdian masyarakat ditutup dengan sesi foto bersama peserta kegiatan.



Gambar 3.

Sesi foto bersama setelah pelatihan

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari kegiatan pelatihan yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan penggunaan sosial media kepada karyawan Bang Alief yang telah dilakukan, mampu meningkatkan kemampuan karyawan dalam mengetahui dan memahami cara penggunaan sosial media berbasis instagram dan membuat akun serta mengelola media sosial tersebut sebagai media promosi usaha jasa mereka.

Saran Kegiatan Lanjutan

Saran yang dapat disampaikan penulis untuk kegiatan selanjutnya adalah perlunya mengadakan kegiatan pelatihan penggunaan sosial media lainnya secara berkelanjutan, dan dilakukan secara berkala. Hal ini mengingat kegiatan pemasaran dan teknologi yang akan semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman.

REFERENSI

- Bariyyah & Permatasari. D., (2017), Pelatihan Pemanfaatan Media Online dalam Layanan Bimbingan Konseling bagi Konselor Sekolah Menengah Pertama diKabupaten Pamekasan Madura. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 1(1), 63–69.
- Hamid, R, S. (2022) Analisis Dampak Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan Rahmad Solling Hamid. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol 5. 153-1570.
- Khan, Z., Yang, Y., Shafi, M., & Yang, R. (2019). Role of social media marketing activities (SMMAs) in apparel brands customer response: A moderated mediation analysis. *Sustainability*, 11(19), 5167.
- Kotler Philip., 2018 *Principles of Marketing : Global Edition*, 17th. United Kingdom : Pearson.

- Pandora, V. V., Djajalaksana, Y. M. (2022). Penerapan Digital Marketing Multichannel untuk Pemasaran Program Studi Sistem Informasi. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*. Vol 8. 100-118.
- Sakti, B. C., Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. 1-12
- Westlund, O., & Ekström, M. (2018). News and Participation through and beyond Proprietary Platforms in an. 6(4), 1-10. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1775>
- Riadi, Yuni (2021-02-03). "[Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Mencapai 4,2 Miliar](#)". *Selular.ID*. Diakses tanggal 2022-06-23.
- ^ "[Social Media Overview](#)". *Communications (dalam bahasa Inggris)*. Diakses tanggal 2022-06-23.
- "[Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022](#)". *suara.com*. 2022-02-23. Diakses tanggal 2022-06-23.
- ^ "[Pemerintah ingin media sosial dimanfaatkan untuk hal-hal yang baik](#)". *kominfo.go.id*. Diakses tanggal 2022-06-23.

About The Authors

	Dinda Ayu Andini, Kelahiran Sumenep, 08 Agustus 2001. Penulis merupakan mahasiswa S1 Manajemen di Universitas Wiraraja Madura. Email ; dindaayuandini520@gmail.com
	Edy Purwanto, SE., M.Sc lahir Sumenep, 03 Agustus 1988. Ia Merupakan Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja. Email: edypurwanto@wiraraja.ac.id
	Drs. Ec. M. <i>Munir Syam</i> AR, M.M Sumenep, 14 Agustus 1960. Ia Merupakan Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja. Email: munirsyam@wiraraja.ac.id

Accepted author version posted online: 17 Aug 2022

Hendryadi (Reviewing editor)

DECLARATIONS

Funding

Kegiatan ini merupakan bagian dari program Pengabdian Kepada Masyarakat yang didanai oleh masing- masing penulis (biaya mandiri) tahun 2022

Competing Interests

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.