

Pemanfaatan Internet Marketing untuk Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan di Kampung Sri Rahayu Banyumas

The Utilization of Internet Marketing for Marketing and Entrepreneurship Development in Sri Rahayu Village Banyumas

¹⁾Ridho Muktiadi, ²⁾Muhammad Hamka, ³⁾Maulida Ayu Fitriani

¹⁾²⁾³⁾ Teknik Informatika – Fakultas Teknik dan Sains – Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jln.KH Ahmad Dahlan Po. Box. 202 Purwokerto – Jawa Tengah 53182, Indonesia
email: ¹⁾ridhomuktiadi@ump.ac.id

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu upaya untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan produk disebuah usaha tertentu. Seperti halnya Instagram sebagai salah satu media sosial yang menampilkan foto, video dan text sekarang sudah banyak digunakan untuk media promosi produk. Pusat Studi Dakwah Komunitas (PSDK) Kampung Sri Rahayu memiliki produk hasil kreatifitas warga binaannya. Produk tersebut akan dipromosikan menggunakan media sosial Instagram agar jangkauan pemasarannya meluas. Dimulai dari pembuatan akun Instagram *Business* sebagai sarana awal media promosi, dilanjutkan dengan pembinaan dan penyampaian materi terkait pengelolaan Instagram *Business* yang meliputi: pembuatan konten yang berupa foto yang menarik, pembuatan *caption* dan penggunaan *hashtag* untuk mengoptimalkan jangkauan pemasaran produk. Beberapa produk berhasil di upload ke Instagram *Business* yang sudah menggunakan *caption* dan *hashtag* untuk meningkatkan promosi produk.

Kata Kunci: Instagram *Business*, Promosi, *Internet Marketing*

ABSTRACT

Social media is an effort to promote and increase product sales in a particular business. Like Instagram as a social media that displays photos, videos and text, it is now widely used for product promotion media. The Center for Community Da'wah Studies (PSDK) in Sri Rahayu Village has products of the creativity of its assisted residents. These products will be promoted using Instagram social media so that their marketing reach will expand. Starting from the creation of an Instagram Business account as an initial means of promotional media, followed by coaching and delivering material related to Instagram Business management which includes: creating content in the form of attractive photos, creating captions and using hashtags to optimize product marketing reach. Several products have been successfully uploaded to Instagram Business, which have used captions and hashtags to increase product promotion.

Keywords: Instagram *Business*, Promotion, *Internet Marketing*

1. Pendahuluan

Informasi yang diberikan pada media sosial bisa menjadi salah satu cara menghubungkan antara pedagang dan pembeli yang terpisah jarak. Selain hal tersebut penggunaan media sosial juga mampu menjadi sarana promosi dalam meningkat penjualan. Dalam era jejaring sosial sekarang ini terjadi pergeseran dari pemasaran *offline* ke pemasaran *online* (Widayati & Augustinah, 2019). Instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui instagram, informasi yang ingin kita sebarakan tidak harus berupa tulisan, foto bahkan *video* pun dapat kita sebarakan kepada konsumen dengan mudah (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

PSDK merupakan bagian dari Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) yang salah satu tujuannya mengentaskan dan membina masyarakat melalui program-program yang diberikan. Saat ini PSDK sedang membina sebuah dusun dengan nama Kampung Sri Rahayu. Dusun tersebut terletak di desa Karanglesem Purwokerto Selatan, dengan mata pencaharian penduduknya adalah pengamen, pengemis, PSK, pereman dll. PSDK berkeinginan untuk dapat memberikan mata pecaharian baru kepada warga di dusun tersebut, salah satunya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi produk yang dibuat warga atau media sosial untuk meingkatkan kewirausahaan warga. Produk hasil warga binaan PSDK berupa kesed yang masih dijual secara *offline* diarea Purwokerto. Selain warga yang membuat kesed tersebut terdapat juga warga yang masih belum bekerja, dan dikhawatirkan kembali kepekerjaannya yang dulu.

Tujuan pelaksanaan pengabdian di Kampung Sri Rahayu adalah memberikan pemaparan, pengarahan dan pelatihan tentang pemanfaatan media sosial Instagram untuk membantu dalam promosi produk. Kegiatan pengabdian ini juga bertujuan untuk mengoptimalkan penjualan produk agar bisa menjangkau area yang lebih luas dan dilakukan secara *online*.

2. Metode

2.1. Tempat dan Waktu Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada warga Kampung Sri Rahayu selama kurang lebih 4 bulan, dari bulan Desember 2020 – Maret 2021.

2.2. Sasaran Pengabdian

Target pengabdian masyarakat ini adalah seluruh warga Kampung Sri Rahayu yang mempunyai *handphone/smartphone* dengan jumlah 25 orang.

2.3. Kegiatan Utama

Kegiatan utama dalam pengabdian dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

- 1) Tahap persiapan, beberapa hal yang dilakukan pada tahap ini, yaitu: koordinasi internal, dilakukan oleh tim untuk merencanakan pelaksanaan secara konseptual dan operasional; koordinasi eksternal, yang dilakukan dengan pihak PSDK; pembuatan instrumen pengabdian, seperti presensi, slide, dan modul pelatihan; persiapan konsumsi, lokasi, dokumentasi, dan sebagainya.
- 2) Tahap pelaksanaan, pada ini pelaksanaan menggunakan metode ceramah, diskusi, simulasi, pendampingan dan praktik. Ceramah dan diskusi digunakan untuk menjelaskan materi tentang *internet marketing* dan pengelolaan Instagram sebagai sarana *marketing*. Simulasi dilakukan oleh dosen dalam proses pembuatan akun dan konten Instagram yang diiringi dengan praktik yang dilaksanakan oleh seluruh peserta pelatihan (Tabel 1).
- 3)

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pengabdian

No	Nama Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Pertemuan
1	Pengenalan internet <i>marketing</i>	Pemberian materi mengenai internet <i>marketing</i> melalui metode ceramah dan diskusi	1
2	Pengenalan media sosial (Instagram) sebagai media promosi	Pemberian materi pengenalan media sosial Instagram sebagai media promosi melalui metode ceramah dan diskusi	1

No	Nama Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Pertemuan
3	Pendampingan pembuatan akun Instagram Business	Melakukan pendampingan pembuatan akun Instagram dan merubah akun Instagram personal menjadi akun Instagram Business, serta menjawab pertanyaan dari peserta yang belum paham	1
4	Pendampingan pengelolaan konten Instagram Business	Melakukan pendampingan pengelolaan konten Instagram Business yang meliputi: foto produk, <i>caption</i> (<i>copywriting</i>) dan <i>hashtag</i> (#), serta menjawab pertanyaan dari peserta yang belum paham	1
5	Pendampingan penggunaan Instagram Ads	Melakukan pendampingan pengelolaan konten Instagram Ads, serta menjawab pertanyaan dari peserta yang belum paham	2
6	Evaluasi pelatihan Instagram	Evaluasi kegiatan dilakukan melalui evaluasi proses dan hasil. Indikator yang digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan adalah kemampuan peserta dalam mengikuti tahap-tahap pembuatan dan pengelolaan akun Instagram. Kegiatan dianggap memiliki hasil yang baik apabila 75% peserta dapat membuat konten Instagram menarik yang memiliki <i>insight</i> yang bertambah di tiap periodenya.	2

- 4) Tahap evaluasi, tahap ini dilakukan evaluasi terhadap akun dan konten Instagram yang telah dibuat.

2.4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan meliputi evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses dilakukan terhadap jumlah peserta yang mengikuti pelatihan dan antusias dan partisipasi peserta yang cukup baik selama pelatihan berlangsung. Secara kualitatif, terdapat penambahan pengetahuan dan keterampilan warga dalam memanfaatkan teknologi informasi khususnya dalam pemanfaatan media sosial Instagram. Keberhasilan pengabdian diukur pula dengan paling tidak ada 75 % warga membuat akun dan konten promosi di Instagram. Evaluasi hasil dilakukan terhadap akun dan konten Instagram yang disusun oleh warga. Akun Instagram dikategorikan baik jika memiliki tata letak foto yang sistematis, *posting* foto yang sesuai dengan trend foto Instagram, *caption* Instagram yang memikat dan terdapat *hashtag*(#). Setelah program pengabdian selesai selanjutnya warga mampu menerapkan dan menggunakan Instagram sebagai media promosi.

3. Hasil dan Pembahasan

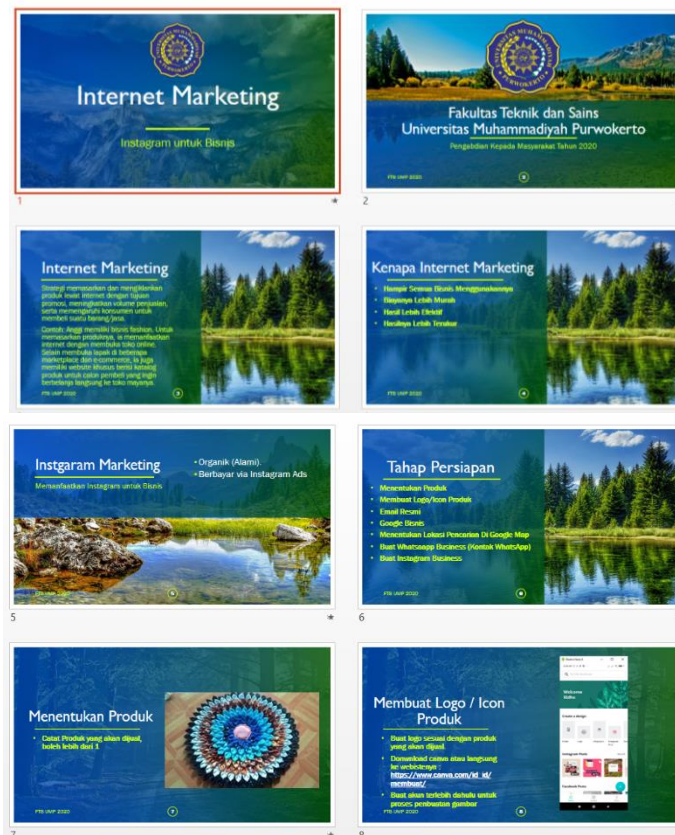
Hasil kegiatan lbM yang telah dilakukan di PSDK Kampung Sri Rahayu meliputi:

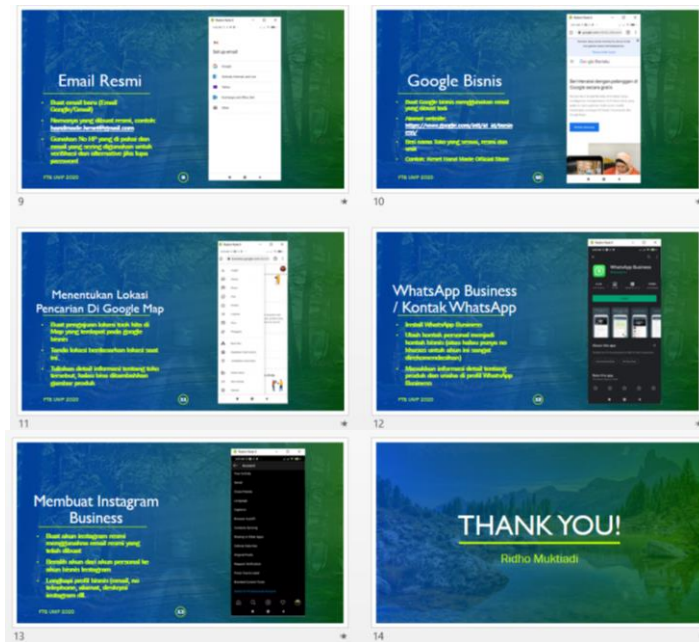
- Koordinasi internal yang dilakukan oleh tim untuk menentukan waktu pelaksanaan dan teknis penyampaian materi yang akan dilaksanakan
- Koordinasi eksternal dengan PSDK Kampung Sri Rahayu, untuk menentukan pelaksanaan kegiatan lbM yang akan dimulai pada tanggal 3 November 2020 (Gambar 1).



Gambar 1. Koordinasi dengan PSDK Kampung Sri Rahayu

- c. Pembuatan instrumen pengabdian seperti daftar hadir, slide materi, konsumsi, lokasi dokumentasi dan sebagainya (Gambar 2).





Gambar 2. Materi Pemaparan Instagram Business

- d. Penyampaian materi internet *marketing* dan pengenalan media sosial untuk promosi produk, serta melakukan pendampingan yang meliputi: pendampingan pembuatan akun instagram dan email business, pengelolaan profil akun Instagram Business yang dilakukan tanggal 3 November 2020 (Gambar 4 dan Gambar 5).



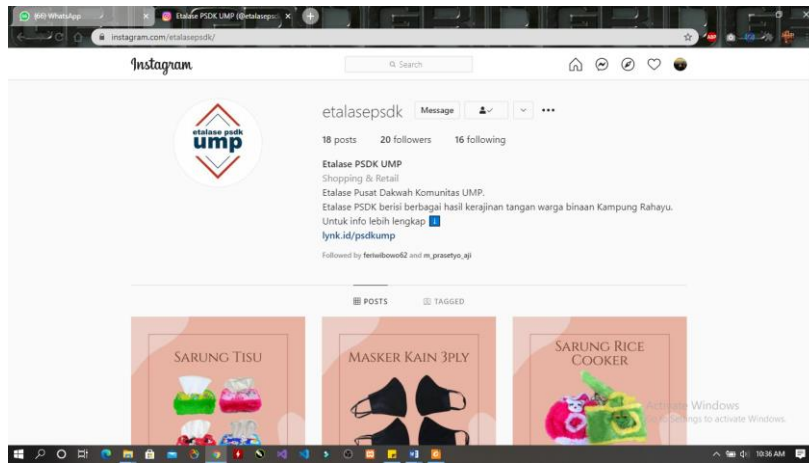
Gambar 4. Penyampaian Materi



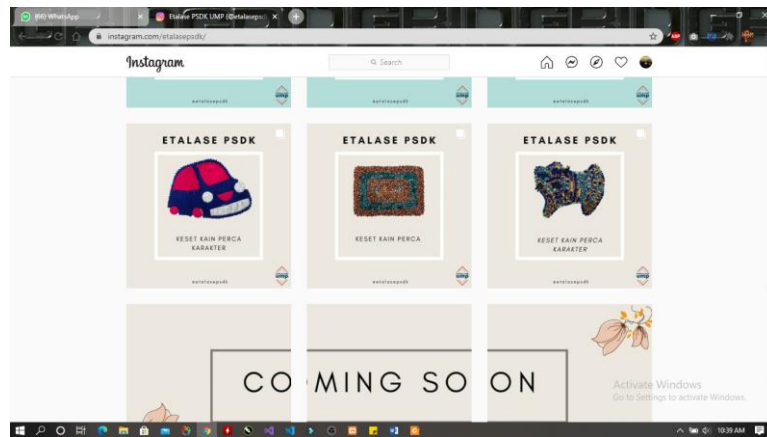
Gambar 5. Pendampingan Pengelolaan Instagram Business

- e. Pendampingan pengelolaan konten Instagram Business yang meliputi: foto produk, *editing* foto produk, *caption* (*copywriting*) dan *hashtag* (#), serta pendampingan pengelolaan konten Instagram

Ads untuk mengoptimalkan promosi produk yang dilakukan pada tanggal 12 November 2020 (Gambar 6-9).



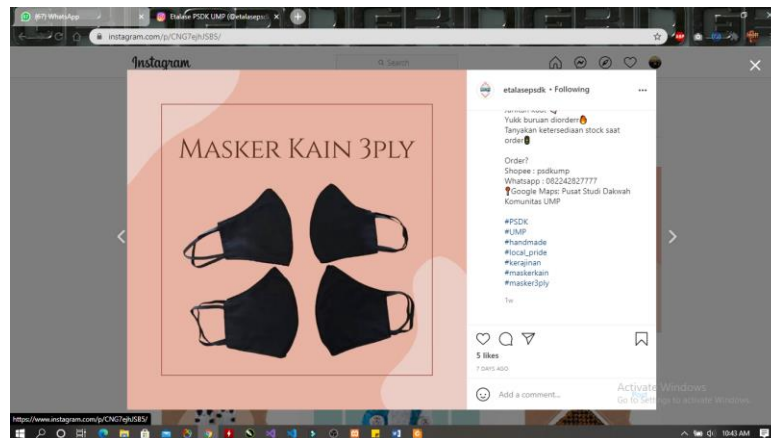
Gambar 6. Profile *Business* akun Instagram Etalase PSDK



Gambar 7. Foto Produk dan Penempatan *Feed* Instagram



Gambar 8. *Copy Writing* Produk yang di Posting di Instagram



Gambar 9. Hashtag Produk Sebagai Cara Meningkatkan Jangkauan Produk

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan antara lain: warga mampu membuat Instagram yang digunakan untuk memasarkan produk, warga mampu mengelola akun Instagram yang meliputi: pengelolaan postingan di *feed*, *caption* yang menarik dan penggunaan *hashtag* (#) agar memperluas jangkauan pemasaran produk dan warga mengetahui cara pengelolaan iklan di Instagram *Business*.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>