

Strategi Memaksimalkan Hasil Penjualan dengan Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Karang Taruna Kelurahan Paninggilan Ciledug

Strategies to Maximize Sales Results by Utilizing Instagram Social Media for Karang Taruna Paninggilan Ciledug Village

Wulandari¹, Wahyu Pramusinto², Humisar Hasugian³, Nofiyani⁴, Yesi Puspita Dewi⁵,
Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti^{6*}

¹²³⁴⁵⁶ Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Budi Luhur

E-mail: ¹wulandari@budiluhur.ac.id, ²wahyu.pramusinto@budiluhur.ac.id, ³humisarhasugian@budiluhur.ac.id,
⁴nofiyani@budiluhur.ac.id, ⁵yesi.puspitadewi@budiluhur.ac.id, ^{6*}dolly.virgianshaka@budiluhur.ac.id
(* corresponding author)

Abstract

Karang Taruna of Paninggilan Ciledug has vision to increase their businesses to grow their family's economy levels. Unfortunately, they don't have skill, knowledge and experienced to using internet technology to maximize sales results. By knowing these obstacles, in this activity we compiled material and conducted training to introduce digital marketing, create an Instagram account, and tips and tricks for using Instagram social media to increase market reach. The purpose of this activity is for youth youth members to have the knowledge and skills to utilize Instagram social media in marketing products, thereby attracting people to place orders remotely. The results of this activity are training materials in pdf form and Instagram social media accounts (business accounts) for each member of the youth organization, and the success of this activity is measured through a questionnaire that has been filled in by participants and obtained an average value of 4.15 (rating scale 1 to 5) out of 20 participants.

Keywords: *digital marketing training, instagram social media, Paninggilan Youth Organization, maximizing sales results*

Abstrak

Anggota Karang Taruna Kelurahan Paninggilan Ciledug Memiliki visi untuk meningkatkan usaha dan bisnis yang saat ini ditekuni agar bisa membantu meningkatkan perekonomian keluarga, sayangnya kendala yang dialami para anggota adalah keterbatasan pengetahuan dalam hal pemanfaatan teknologi internet untuk memaksimalkan hasil penjualan. Berdasarkan kendala tersebut maka diadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan dengan penyusunan materi dan melaksanakan pelatihan mengenai pengenalan digital marketing, pembuatan akun instagram, serta memberikan tips dan trik dalam pemanfaatan sosial media instagram untuk meningkatkan jangkauan pasar. Tujuan kegiatan ini agar para anggota karang taruna dapat memanfaatkan sosial media instagram dalam memasarkan produk, sehingga menarik orang untuk melakukan pemesanan secara jarak jauh. Adapun hasil dari kegiatan ini adalah materi pelatihan dalam bentuk pdf dan akun sosial media instagram (akun bisnis) setiap anggota karang taruna, dan keberhasilan kegiatan ini diukur melalui kuesioner yang telah diisi peserta dan didapatkan nilai rata-rata 4,15 (skala penilaian 1 sd 5) dari 20 peserta.

Kata kunci: *pelatihan digital marketing, sosial media instagram, karang taruna paninggilan, memaksimalkan hasil penjualan.*

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2021, sebanyak 62,10 persen penduduk Indonesia akan memiliki akses ke internet, menurut data BPS dari pendataan survei Susenas tahun 2021. Penggunaan internet yang tinggi ini

mencerminkan suasana keterbukaan informasi dan penerimaan terhadap perkembangan teknologi dan perubahan masyarakat informasi. Besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak lepas dari pesatnya perkembangan ponsel. Pada 2021, tercatat 90,54 persen rumah tangga Indonesia sudah memiliki setidaknya satu nomor ponsel. Indikator ini mengalami peningkatan dibandingkan kondisi tahun 2018 yang sebesar 88,46 persen [1].

Pengusaha dapat memanfaatkan jumlah pengguna internet saat ini, terutama dalam meningkatkan perekonomian melalui *e-commerce*[2], [3]. Kehadiran teknologi baru juga memberikan dorongan yang sangat pesat bagi perkembangan perdagangan elektronik[4]. *E-commerce* lahir dari perkembangan teknologi yang semakin cepat dan seiring dengan perkembangan ekonomi yang mengarah pada digitalisasi[5], [6].

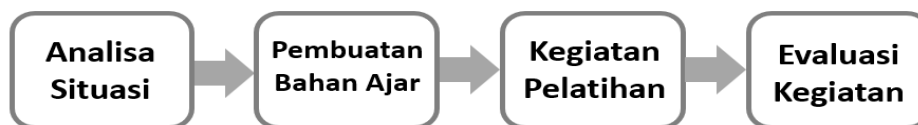
Perusahaan menggunakan internet sebagai alat pemasaran untuk mencapai kesuksesan finansial dan mempromosikan komunikasi melalui kehadiran online dan saluran penjualan, serta iklan media sosial sebagai cara yang efektif untuk memperluas bisnis untuk menjangkau pasar yang berbeda[7], [8]. Saat ini, toko online tidak lagi hanya sebagai toko UKM, tetapi juga tempat di mana Anda dapat menguji kemampuan Anda dalam mempresentasikan dan memasarkan produk secara online, mengembangkan kualitas produk, bahkan meningkatkan metode pembayaran dan pembelian[9].

Dalam kondisi seperti disebutkan diatas sesuai dengan motivasi Karang Taruna Kelurahan Paninggilan Ciledug yang berkeinginan untuk meningkatkan usaha dan bisnis yang ditekuni agar bisa membantu perekonomian keluarga. Perlu diketahui bahwa Karang Taruna adalah organisasi kemasyarakatan sebagai wadah dan sarana pengembangan bagi setiap anggota masyarakat, yang tumbuh dan berkembang berdasarkan kesadaran dan tanggung jawab sosial masyarakat, kemasyarakatan dan kepada masyarakat, khususnya bagi generasi muda desa / kelurahan, khususnya dalam usaha sosial[10]. Karang Taruna yang salah satunya berupaya mewujudkan tumbuh dan berkembangnya setiap anggota masyarakat yang kompeten, profesional, cerdas, inovatif, sadar sosial dan bertanggung jawab dalam mencegah, mencegah, mengatasi dan mengantisipasi berbagai masalah kesejahteraan sosial generasi yang lebih muda[11], [12].

Anggota Karang Taruna Kelurahan Paninggilan Ciledug saat ini aktif dalam kegiatan penjualan berbagai barang, kegiatan tersebut dilakukan secara *offline*. Sayangnya untuk melakukan penjualan secara online, anggota terkendala dengan keterbatasan pengetahuan dalam hal pemanfaatan teknologi internet untuk memaksimalkan hasil penjualan. Berdasarkan kendala tersebut maka diadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan dengan pelatihan mengenai pengenalan digital marketing, pembuatan akun instagram, sekaligus memberikan tips dan trik dalam pemanfaatan sosial media instagram untuk meningkatkan jangkauan pasar. Tujuan kegiatan ini agar para anggota karang taruna dapat memanfaatkan sosial media instagram dalam memasarkan produk, sehingga orang yang tertarik bisa melakukan pemesanan secara jarak jauh, sehingga dapat menghasilkan profit yang lebih baik. Adapun hasil dari kegiatan ini adalah materi pelatihan dalam bentuk pdf dan akun sosial media instagram setiap anggota karang taruna dan kuesioner nilai rata-rata 4,15 (skala penilaian 1 sd 5) dari 20 peserta.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1: Tahap Kegiatan

Keterangan:

a. Analisa Situasi

Pada tahapan ini tim dari PKM dari Universitas Budi Luhur melakukan survey ke Kelurahan Paninggilan Ciledug dan melakukan wawancara langsung ke pengurus RW dan RT setempat tentang masalah yang dihadapi dan menganalisa kebutuhan dan target peserta yang akan mengikuti

kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan peserta. Setelah analisa tim melakukan pengumpulan informasi dari perpustakaan, buku dan jurnal terkait.

b. Pembuatan Bahan Ajar

Pada tahapan ini tim PKM membuat materi pelatihan yang telah disepakati bersama mitra. Peserta pelatihan merupakan pemuda pemudi karang taruna paninggihan kelurahan ciledug, materi yang diberikan adalah *digital marketing*, pembuatan akun *instagram* dan cara posting pada *instragam*.

c. Kegiatan Pelatihan

Pada tahapan ini, kegiatan pelatihan bertujuan agar peserta memahami materi yang telah disampaikan secara komprehensif dan dapat diterapkan dalam dunia kerja[13]. Proses pembelajaran dilakukan melalui pendekatan teori dan praktek yaitu perbandingan 1:2. Penyampaian secara teori yaitu instruktur memberikan ceramah terkait materi dilanjutkan diskusi dan tanya jawab. Secara praktikum yaitu peserta diberikan tugas sesuai dengan materi yang telah disampaikan[14].

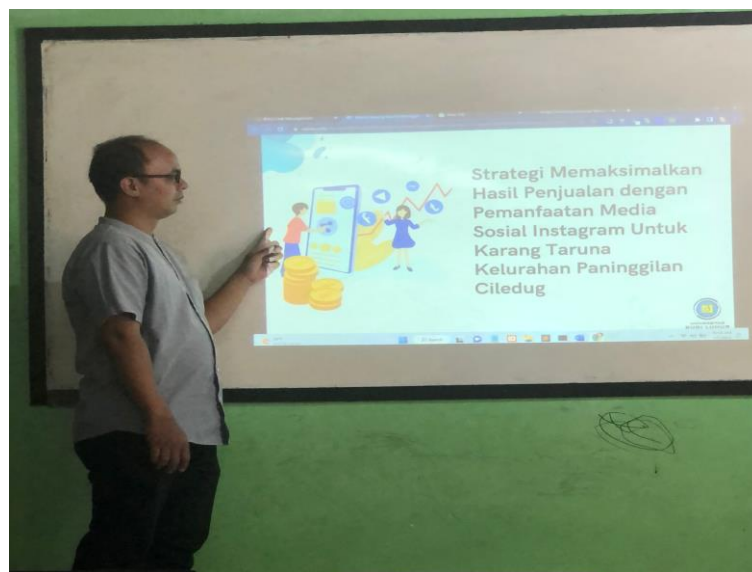
d. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Pada tahap evaluasi peserta akan diberikan kuesioner yang digunakan penilaian kesuksesan atas pelatihan yang telah dilakukan. Bagi peserta yang masih belum mengerti akan didampingi asisten pengajar sampai peserta memahami materi yang diberikan. Peserta dapat mengulang materi/bahan ajar yang telah dibagikan melalui link *google drive*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan terdapat beberapa poin pembahasan berikut ini:

- a. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 07 Januari 2023 pukul 09.00 sampai dengan 12.00 Jumlah peserta 20 orang yang hadir termasuk pengurus RT dan RW di Aula/gedung serba guna kelurahan paninggihan ciledug. Dalam kegiatan tersebut terdapat 1(satu) instruktur pelatih yaitu bapak Wahyu Pramusinto yang bertugas menyampaikan materi dan 5(lima) orang asisten pengajar yaitu Wulandari, Nofiyani, Yesi Puspita Dewi, Humisar Hasugian, Dolly Virgian Shaka YS yang bertugas mendampingi para peserta jika mengalami kesulitan dalam memahami materi yang disampaikan. Instruktur dan Asisten Instruktur ditunjukkan pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2: Instruktur Pelatihan



Gambar 3: Asisten Instruktur

- b. Pada saat pelatihan berlangsung para peserta sangat antusias, karena materi yang disajikan sesuai dengan minat peserta dan topik kekinian, yaitu digital marketing dan instagram. Dalam mempraktikkan peserta menggunakan *smartphone* dan telah terkoneksi ke *internet*. Suasana pelatihan ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4: Suasana Pelatihan

- c. Selama pelatihan terdapat beberapa peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan dan mengetahui manfaat media sosial yaitu instragam. Peserta yang sudah terbiasa menggunakan instagram untuk jualan lebih aktif bertanya, sedangkan peserta yang masih pemula cenderung malu dan takut untuk bertanya. Namun asisten pengajar berusaha untuk mendekati peserta dan menanyakan kesulitan atau materi yang tidak dimengerti, sehingga peserta yang tadinya malu-malu bertanya menjadi lebih terbuka dan mau mengungkapkan kendala yang dihadapi selama pelatihan. Suasana pada saat para peserta mempraktikkan materi ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 5. Peserta Mempraktikkan Materi

- d. Peserta yang ingin mengulang materi yang telah diberikan dapat mendownload melalui link google drive yang telah diberikan ke peserta. Beberapa tampilan materi pelatihan dapat dilihat dari gambar 6. Materi yang menjadi perhatian khusus bagi para peserta adalah materi akun bisnis Instagram.



Gambar 6. Materi Pelatihan

- e. Salah satu hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat peserta karang taruna kelurahan paninggilan ciledug ditunjukkan pada gambar 7. *Capture* diambil pada saat pelatihan berlangsung, beberapa peserta pelatihan sudah memiliki usaha yang berjalan, serta memiliki koleksi foto produk yang ada. Hal ini memudahkan mereka dalam membuat akun *instagram* bisnis dan membuat posting di *instagram*.



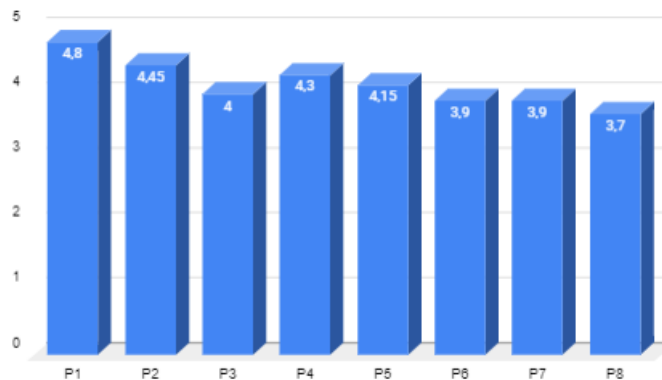
Gambar 7. Hasil kegiatan

- f. Berikut merupakan pertanyaan/kuesioner yang di bagian kepada peserta dan didapatkan hasil rata-rata yang ditunjukkan pada tabel 1.

Table 1. Kuesioner

Kode	Pertanyaan	Rata-rata
P1	Rata-Rata Penggunaan sosial media instagram perhari	4,8
P2	Kegiatan pelatihan bermanfaat untuk menambah keterampilan peserta	4,45
P3	Instruktur memberikan penjelasan isi materi dengan jelas dan mudah dipahami	4
P4	Instruktur memberikan kesempatan kepada peserta untuk memberikan pertanyaan	4,3
P5	Instruktur menjawab pertanyaan peserta dengan jelas dan mudah dipahami	4,15
P6	Instruktur memberikan contoh latihan dengan jelas dan mudah dipahami	3,9
P7	Instruktur dan asisten instruktur membantu peserta pelatihan sehingga peserta memahami materi dengan baik	3,9
P8	Modul pelatihan berisi penjelasan yang detil dan mudah dipahami	3,7
Rata-rata		4,15

Sehingga jika ditampilkan dalam bentuk grafik maka ditunjukkan pada gambar 8.



Gambar 8. Hasil Rata-Rata Kuesioner Peserta

- g. Pada sesi akhir sesi dilakukan sesi foto bersama pelatihan Tim PKM Universitas Budi Luhur dan Mitra dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. Suasana Sesi Akhir Pelatihan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pelatihan telah berjalan secara efektif. Peserta pelatihan mendapat materi berupa file pdf yang dapat dipelajari kembali setelah pelatihan berakhir. Peserta mendapat arahan dan bimbingan selama pelatihan berlangsung. Setiap peserta pelatihan didorong untuk dapat menerapkan ilmu yang didapat selama pelatihan berlangsung. Anggota Karang Taruna Kelurahan Paninggilan sudah dapat memanfaatkan fitur akun bisnis *instagram*. Kuesioner nilai rata-rata 4,15 (skala penilaian 1 sd 5) dari 20 peserta.

Terdapat beberapa saran yang dikemukakan setelah pelatihan berlangsung, diantaranya:

- 1) Setelah pelatihan selesai diperlukan adanya pendampingan terhadap peserta, baik yang masih malu bertanya saat pelatihan berlangsung maupun yang suda berhasil menerapkan materi yang dibahas.
- 2) Dibuat pelatihan kembali dengan pendalaman materi iklan di *instagram* beserta cara menghitung biayanya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Sutarsih, V. C. Wulandari, R. Untari, A. L. Kusumatriana, and A. N. Hasyati, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2021. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html>
- [2] S. Ayu and A. Lahmi, "Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19," *J. Kaji. Manaj. Bisnis*, 2020.
- [3] A. M. Rakanita, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak," *J. EKBIS*, 2019.
- [4] Y. Yulianto *et al.*, "Analisa Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-Commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi," *Semnasteknomedia Online*, 2015.
- [5] S. Palinggi and E. C. Limbongan, "Pengaruh Internet Terhadap Industri Ecommerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia," *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*, 2020.
- [6] A. Kala'lembang, "Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19," *Cap. J. Ekon. dan Manaj.*, 2020.
- [7] S. Lindawati, M. Hendri, and J. Hutahaean, *Pemasaran Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020. [Online]. Available: <https://kitamenulis.id/2020/08/26/pemasaran-digital/>
- [8] T. Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan," *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 11, no. 2, pp. 46–53, 2018,.

- [9] G. Sagita and Z. R. Wijaya, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07," *J. Ekon. Bisnis dan Manaj.*, 2022.
- [10] D. Kurniasari, Suyahmo, and P. Lestari, "Peranan Organisasi Karang Taruna Dalam Mengembangkan Kreativitas Generasi Muda di Desa Ngembalrejo," *Unnes Civ. Educ. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–6, 2013.
- [11] K. Rejosari, "Karang Taruna," *rejosari.semarangkota.go.id*. <https://rejosari.semarangkota.go.id/karangtaruna> (accessed May 01, 2023).
- [12] Y. F. Crisandye, "Peran Karang Taruna Dalam Pengembangan Kreativitas Remaja (Studi kasus di Karang Taruna Remaja Kita RW 14 kelurahan Cibeber Kecamatan Cimahi selatan)," *Comm-Edu (Community Educ. Journal)*, 2018.
- [13] M. Hardjianto, Y. Everhard, A. Aryasanti, S. Samsinar, and R. Roeswidiah, "Pelatihan Pengenalan Internet dan E-mail Pada Staf Administrasi UD. Inti Mas Motor Jakarta," *KRESNA J. Ris. dan Pengabdi. Masy.*, 2022.
- [14] T. I. J. Kusumawati, W. Wulandari, and S. Mulyati, "Peningkatan Kompetensi Pegawai Di Lingkungan Kemdikbud Dalam Bidang Komputer Menggunakan Microsoft Office," *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, 2022.