

SURAT TUGAS
No.0542/C.01/LPPM-UBSI/IX/2023

Tentang
Panitia Pengabdian Masyarakat LPPM UBSI

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, dengan ini menugaskan :

Penanggung Jawab : Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana : 200904432 Melyani
Anggota : 201104360 Dian Indah Sari
200109612 Etik Dwi Styaningrum
201609575 Isyana Emita

11220284 Kiren Agnelia Sugianto
11220325 Meilani Salhsabila

Bertanggung jawab terhadap jalanya acara dari awal s/d akhir sebagai Panitia Pengabdian Masyarakat UBSI berupa Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi masa penugasan pada:

Tanggal : 4 November 2023
Tempat : Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
Jl. Raya Cibening-cikedokan Desa, No.100,
Rt.001/rw.007, Cikedokan, Kec. Cikarang Barat, Kab.
Bekasi Jawa Barat, 17530.

Surat tugas dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 4 September 2023

Ketua LPPM

Universitas Bina Sarana Informatika



Dr. Taufik Baldawi, M.kom

Tembusan

- Rektor UBSI
- Arsip
- Ybs



SERTIFIKAT



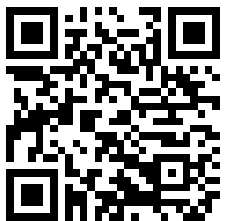
Diberikan Kepada

Melyani SPD,MM

Sebagai Ketua Pelaksana

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di Anggota PKK Desa Cibening Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 4 November 2023 dengan materi Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi.

Jakarta, 11 November 2023
Ketua LPPM




Dr. Taufik Baidawi, M.kom





SERTIFIKAT



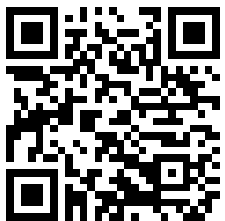
Diberikan Kepada

- Dian Indah Sari SE, MM

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di Anggota PKK Desa Cibening Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 4 November 2023 dengan materi Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi.

Jakarta, 11 November 2023
Ketua LPPM



Dr. Taufik Baidawi, M.kom



SERTIFIKAT



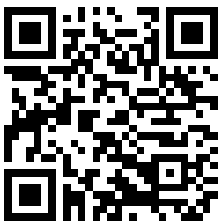
Diberikan Kepada

Etik Dwi Styaningrum M.Pd

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di Anggota PKK Desa Cibening Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 4 November 2023 dengan materi Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi.

Jakarta, 11 November 2023
Ketua LPPM


Dr. Taufik Baidawi, M.kom



SERTIFIKAT



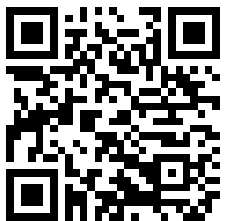
Diberikan Kepada

Isyana Emita SS.MM

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di Anggota PKK Desa Cibening Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 4 November 2023 dengan materi Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi.

Jakarta, 11 November 2023
Ketua LPPM


Dr. Taufik Baidawi, M.kom



SERTIFIKAT



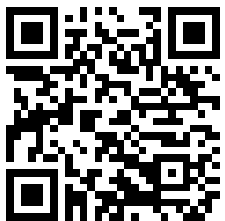
Diberikan Kepada

Kiren Agnelia Sugianto

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di Anggota PKK Desa Cibening Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 4 November 2023 dengan materi Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi.

Jakarta, 11 November 2023
Ketua LPPM



Dr. Taufik Baidawi, M.kom





SERTIFIKAT



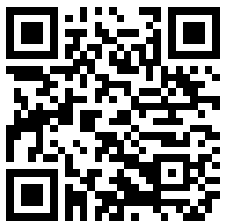
Diberikan Kepada

Meilani Salhsabila

Sebagai Anggota

Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan di Anggota PKK Desa Cibening Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UBSI pada tanggal 4 November 2023 dengan materi Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi.

Jakarta, 11 November 2023
Ketua LPPM



Dr. Taufik Baidawi, M.kom



LAPORAN
PENGABDIAN MASYARAKAT
SKEMA PENGABDIAN MASYARAKAT MANDIRI



WORKSHOP STRATEGI PEMASARAN ONLINE
DENGAN MEDIA SOSIAL BAGI ANGGOTA PKK
DESA CIBENING BEKASI

Oleh :

MELYANI, S.PD, MM (200904432)

DIAN INDAH SARI, SE.AK, MM (201104360)

ETIK DWI STYANINGRUM, S.PD, M.PD (200109612)

ISYANA EMITA SS, MM (201609575)

MEILANI SALHSABILA (11220325)

KIREN AGNELIA SUGIANTO (11220284)

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

DESEMBER 2023

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
2. Mitra : Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
3. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Melyani S.Pd, MM
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP : 200904432
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : Sistem Informasi Akuntansi (D3)
 - f. Email : melyani.myn@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 5
- Nama Anggota : Dian Indah Sari SE.AK.MM
Etik Dwi Styaningrum S.Pd, M.Pd
Isyana Emita SS. MM
- Mahasiswa yang terlibat: 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
- a. Wilayah Mitra : Setu
 - b. Kabupaten/Kota : Bekasi
 - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya yang disetujui : Rp.3.200.000,-

Jakarta, 22 Desember 2023

Mengetahui
Rektor UBSI

Ketua Pelaksana



Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd,
IPU, ASEAN Eng

A blue ink signature of Melyani S.Pd, MM.

Melyani S.Pd, MM

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Dr. Taufik Baidawi, M.kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN.....	iv
I. PENDAHULUAN	1
II. METODE PELAKSANAAN.....	5
III. LUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT)	6
IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)	7
V. REALISASI BIAYA	9
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	12
DAFTAR PUSTAKA.....	12
LAMPIRAN	13

RINGKASAN

Balai desa Cibening Bekasi yaitu balai latihan kerja yang berada di wilayah desa Cibening Kec. Setu, Kabupaten Bekasi. Balai ini dikhususkan untuk warga dan anggota PKK desa Cibening Bekasi yang mencari penghasilan tambahan dengan cara menciptakan produk kreatif. Anggota PKK desa Cibening Bekasi memiliki berminat menambah keterampilan agar dapat digunakan untuk menambah penghasilan. Yang menjadi permasalahan yang dihadapi oleh anggota PKK desa Cibening Bekasi yaitu mereka belum memiliki banyak keterampilan dan pengetahuan yang harus dimiliki bagi anggota PKK agar dapat menambah penghasilan. Permasalahan yang dihadapi Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi antara lain : 1. Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi tidak memahami tentang cara memasarkan produk secara online. 2. Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi tidak memahami tentang jenis media sosial. 3. Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi tidak memahami tentang cara memasarkan produk secara online menggunakan media sosial. Hasil luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu : a. Memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran online dengan media sosial agar anggota PKK desa Cibening Bekasi memperoleh pengetahuan tentang strategi pemasaran online. b. Memberikan modul tentang jenis media sosial agar anggota PKK desa Cibening Bekasi dapat memahami tentang jenis jenis media sosial dan cara penggunaannya. Adapun luaran dan target capaian dari kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut: 1. Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik yaitu artikel di jurnal nasional tidak terakreditasi. 2. Artikel di media masa cetak atau elektronik. 3. Mitra non produktif yaitu pengetahuannya meningkat dan keterampilannya meningkat.

I. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional.

Balai desa Cibening Bekasi yaitu balai latihan kerja yang berada di wilayah desa Cibening Kec. Setu, Kabupaten Bekasi. Balai ini dikhususkan untuk warga dan anggota PKK desa Cibening Bekasi yang mencari penghasilan tambahan dengan cara menciptakan produk kreatif. Anggota PKK desa Cibening Bekasi memiliki berminat menambah keterampilan agar dapat digunakan untuk menambah penghasilan. Yang menjadi permasalahan yang dihadapi oleh anggota PKK desa Cibening Bekasi yaitu mereka belum memiliki banyak keterampilan dan pengetahuan yang harus dimiliki bagi anggota PKK agar dapat menambah penghasilan.

Menurut hasil penelitian (1) menyatakan bahwa Alex Online Shop melakukan Kegiatan pemasaran dengan menjual retail pakaian online dengan menggunakan jejaring sosial melalui *platform* Instagram. Alex Online Shop melakukan strategi media online untuk memberikan informasi produk secara digital dengan menampilkan gambar produk yang disebar melalui internet. Alex Online Shop memberikan promo atau diskon dan gratis ongkos parkir di wilayah sekitar penjualannya. Online Alex Sho memiliki penjualan yang lebih ramai dibandingkan penjualan secara offline karena pelanggan tidak harus keluar rumah hanya dengan melihat media *social* Alex Online shop maka dapat langsung membeli barangnya.

Penelitian (2) menyimpulkan bahwa pemanfaatan atau penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk memasarkan jasa atau produk oleh para pelaku bisnis merupakan hal yang menguntungkan. Perkembangan teknologi dan informasi memberikan efek terhadap peningkatan Internet untuk memfasilitasi kehidupan masyarakat saat ini menggunakan media untuk berkomunikasi yang tidak terbatas ruang dan waktu. Hal ini menjadi kesempatan besar untuk individu yang mempunyai bisnis dengan jangkauan pemasaran tidak terbatas dan dapat menjangkau konsumen dengan target pasar luas hingga seluruh penjuru dunia. Proses pemasaran menggunakan media sosial Instagram dengan menggunakan iklan informatif dan persuasif yang memberikan makna positif sehingga

konsumen memiliki keinginan untuk membeli jasa atau produk. Ada dua sudut pandang untuk dijadikan pegangan oleh pelaku bisnis pada strategi ini dengan menyusun program jangka panjang dengan memberikan jadwal memasang iklan di Instagram, dengan mengamati apa yang menjadi tren saat itu sehingga pemasangan iklan dilaksanakan sesuai tren yang menarik di masyarakat.

Hasil penelitian (3) menunjukkan bahwa strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Online shop '*Queenstreet*' menjual produk pakaian khusus perempuan remaja hingga dewasa dan dilengkapi berbagai model terbaru dengan variasi warna dan size yang lengkap. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan disesuaikan kualitas produk dimiliki. Sistem penjualan dilakukan dengan secara online dan offline. Toko offline di lokasi cukup strategis yang mudah diakses konsumen dan tersedia tempat yang nyaman dengan beberapa fasilitas. Promosi dengan memfokuskan pada media sosial yaitu Instagram. Dengan menggunakan analisis IFAS dan EFAS diketahui bahwa Online Shop '*Queenstreet*' mempunyai skor kekuatan sebesar 1,94 dan skor kelemahan sebesar 0,75 sementara skor peluang sebesar 1,95 sedangkan skor ancaman sebesar 0,88. Dari hasil analisis IFAS dan EFAS menggunakan diagram Analisis SWOT menunjukkan hasil tepat pada kuadran I (satu), kuadran ini merupakan situasi sangat menguntungkan. Online shop '*Queenstreet*' mempunyai peluang dan kekuatan lebih besar sehingga dengan mengarahkan faktor internal dapat digunakan untuk memperoleh peluang. Strategi pada kondisi ini merupakan strategi yang dapat mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*).

Menurut (4) menyatakan pada penelitiannya pertama *platform* Facebook, pengguna media sosial terbanyak Facebook dijadikan sarana oleh Stayhoops memperluas pangsa pasar baru dengan cara membangun komunitas dimana perusahaan berinteraksi dengan konsumen, memberikan pelayanan *after sales* kepada konsumen dengan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Apabila konsumen terpuaskan maka konsumen akan membagikan pengalamannya pada orang lain dan meningkatkan *awareness* Stayhoops dan meningkatkan citra merek Stayhoops. Kedua *platform* Instagram merupakan *platform* yang digunakan oleh konsumen Stayhoops berusia 15-24 tahun. Tujuan pemasaran dengan Instagram adalah untuk *memfollow up* pelanggan dengan terus membagikan konten foto menarik dan informatif tentang produk agar konsumen tertarik untuk membeli produknya. Stayhoops berhasil membuat konten yang menarik dan diperlukan *caption* dan waktu *posting* sesuai dengan target pasar. Stayhoops juga memperhatikan dan memaksimalkan Instagram *story*. *Platform*

chatting seperti Whatsapp dan LINE berfungsi untuk memberikan pelayanan nyaman kepada konsumen karena sifatnya yang pribadi. Lewat percakapan melalui Whatsapp dan LINE dapat menyakinkan pelanggan untuk melakukan pembelian. Sesuatu yang harus diperhatikan oleh *scustomer service* adalah bekerja secara profesional, memberikan jawaban cepat dan memberikan informasi dibutuhkan konsumen. Media terakhir yaitu Website, Website merupakan alat paling cocok untuk berbisnis karena dapat menyimpan banyak informasi tentang produk, harga, bagaimana cara membeli dan mengarahkan konsumen melakukan transaksi langsung. Caranya dengan menampilkan sesuatu mudah dimengerti dan menarik.

Menurut hasil penelitian (5) menyatakan bahwa hasil penjualan subur batik meningkat setelah menggunakan instagram, sebelum menggunakan instagram penjualan dalam satu bulan hanya 70 kain batik dengan keuntun Rp 10.000 untuk 1 buah kain batik maka keuntungan diperoleh satu bulan sebesar Rp 700.000. Setelah menggunakan media sosial instagram penjualan subur batik mengalami peningkatan dapat dilihat dari tabel penjualan subur batik dalam satu bulan sekitar 200 sampai 500 kain batik. Media sosial merupakan cara ampuh untuk mempromosikan barang dan jasa dengan internet marketing. Caranya mudah dan sederhana tetapi memiliki efek luar biasa. Dengan 700 juta pengguna aktif setiap bulan kekuatan dan jangkauan Instagram tidak dapat disangkal. Instagram dimulai dengan aplikasi foto sederhana. Sekarang, Instagram mengalami banyak perubahan dan menjadi platform memungkinkan pengguna untuk membangun identitas visual bisnis. Pengguna Instagram menghargai konten berkualitas tinggi. Foto dan video dengan informasi yang menarik audiens cara baru dan unik. Dengan mengoptimalkan konten subur batik berisi tulisan yang menghibur sehingga mendorong pelanggan untuk terlibat.

Anggota PKK Cibening Bekasi merupakan warga yang tergabung pada PKK di Desa Cibening Bekasi dimana fokus dari kelompok ini menyediakan kegiatan untuk menambah penghasilan bagi warga yang ingin menambah penghasilan. Anggota PKK Cibening Bekasi sangat membutuhkan pelatihan yang dapat memberikan mereka keterampilan supaya keterampilan tersebut dapat dipakai di dunia kerja. Permasalahan yang dimiliki oleh Anggota PKK Cibening Bekasi yakni mereka tidak mempunyai pengetahuan tentang memasarkan produk secara online sehingga mereka sangat membutuhkan bimbingan atau pelatihan yang dapat memberikan mereka skill dan pengetahuan yang dapat digunakan untuk memasarkan produk mereka.

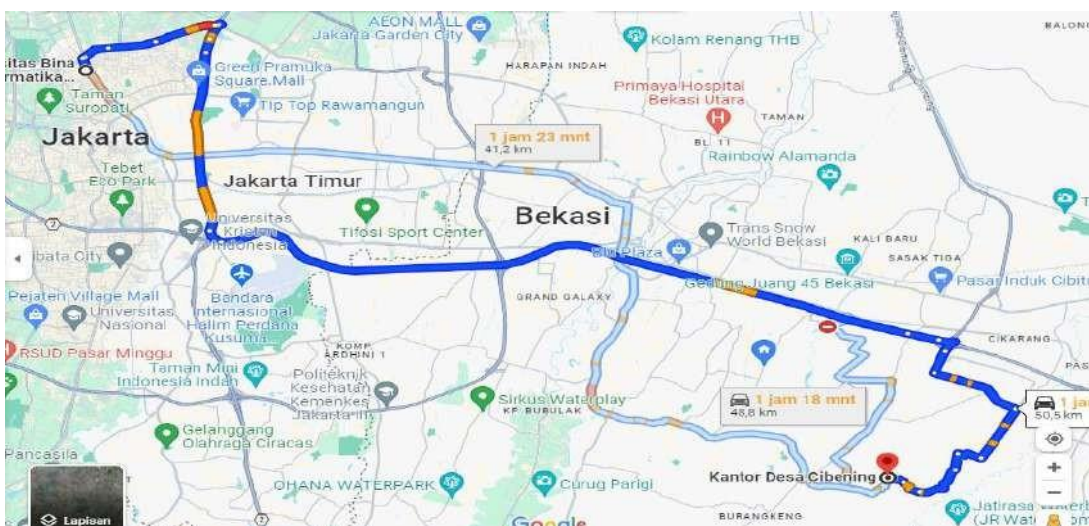
Berdasarkan dari pemaparan diatas bahwa anggota PKK Cibening Bekasi belum memiliki pengetahuan tentang cara memasarkan produk secara online sehingga anggota PKK

Cibening Bekasi sangat membutuhkan pelatihan yang dapat memberikan keterampilan kepada mereka agar dapat menjual produk mereka secara online. Untuk mengatasi permasalahan diatas maka dosen dari Universitas Bina Sarana Informatika memberikan bantuan kepada anggota PKK Cibening Bekasi dengan mengadakan pengabdian masyarakat dengan judul “Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi”. Beralamat yaitu Jl. Raya Cibening - Cikedokan, Cibening, Kec. Setu, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17320.



Gambar 1. Kantor Kepala Desa Cibening Setu Bekasi

2. Peta Lokasi Mitra



Gambar 2. Peta Lokasi Kantor Kepala Desa Cibening Bekasi

Jarak antara mitra yaitu Kantor Kepala Desa Cibening Bekasi dengan Kampus Universitas Bina Sarana Informatika Jl. Raya Cibening - Cikedokan, Cibening, Kec. Setu, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17320 sekitar 50 km.

3. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi antara lain :

1. Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi tidak memahami tentang cara memasarkan produk secara online.
2. Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi tidak memahami tentang jenis media sosial.
3. Anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi tidak memahami tentang cara memasarkan produk secara online menggunakan media sosial.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan pada tanggal 8 Oktober 2023, waktu 08.00 – 14.00 WIB, dilaksanakan di Balai Desa Cibening Setu Bekasi, Jl. Raya Cibening - Cikedokan, Cibening, Kec. Setu, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17320. Peserta pengabdian masyarakat yaitu anggota PKK Desa Cibening Bekasi. Susunan panitia pengabdian masyarakat sebagai berikut:

Penanggung jawab : Dr. Mochamad Wahyudi, M.Pd,MM, M.Kom.

Ketua pelaksana : Melyani, S.Pd, MM. Membuat proposal dan laporan pengabdian.

Tutor : Dian Indah Sari, SE.AK,MM. Membuat press release dan modul pelatihan.

Etik Dwi Styaningrum, S.Pd, M.Pd. Membuat dokumentasi pengabdian.

Isyana Emita, SS,MM. Membuat absen panitia dan absen peserta pengabdian.

.Anggota : Meilani Salhsabila. Bertugas mendampingi tutor ketika menyampaikan materi pelatihan.

Kiren Agnelia Sugianto. Bertugas mendampingi peserta pengabdian Ketika tutor menyampaikan materi pelatihan.

Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut tahap pertama yaitu menentukan metode pengumpulan data. Pengumpulan data diperoleh melalui survey dan wawancara. Tahap kedua yaitu pembuatan jadwal pelatihan. Tahap ketiga yaitu pembuatan modul. Tahap keempat yaitu pembuatan kuesioner. Tahap kelima yaitu pelaksanaan pelatihan. Tahap keenam yaitu pembagian kuesioner. Tahap ketujuh yaitu evaluasi terhadap kegiatan pelatihan.

Adapun metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan tentang strategi pemasaran online dengan media sosial bagi anggota PPK desa Cibening Bekasi dengan melibatkan dosen dari Universitas Bina Sarana Informatika. Dalam pelatihan ini diajarkan tentang strategi pemasaran online dan jenis media sosial.

Teknik yang digunakan dalam menyampaikan pelatihan secara offline dengan cara memberikan materi secara langsung kepada anggota PPK desa Cibening Bekasi. Setiap peserta pelatihan diharapkan dapat berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian dengan cara mengikuti perintah yang diberikan oleh panitia pengabdian. Diharapkan setelah kegiatan pengabdian masyarakat peserta pelatihan dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan.

III. LUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT)

Adapun luaran dan target capaian dari kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut berupa press release yang sudah dipublikasikan di LPPM BSI News yaitu

<https://lppm.bsi.ac.id/press/detail/workshop-strategi-pemasaran-online-dengan-media-sosial-bagi-anggota-pkk-desa-cibening-bekasi>

Tabel 1. Luaran dan Target Capaian

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik	Artikel di Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi	Ada
2	Artikeldi media masa cetak atau elektronik	Lokal https://lppm.bsi.ac.id/press/detail/workshop-strategi-pemasaran-online-dengan-media-sosial-bagi-anggota-pkk-desa-cibening-bekasi	Ada
3	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Ada
		Keterampilannya meningkat	Ada

IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)

Kontribusi Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut :

1. Mitra berperan penting dalam terselenggaranya kerjasama antara panitia kegiatan pengabdian masyarakat dan peserta pengabdian masyarakat, antara lain mitra menyediakan saran dan prasarana yang dibutuhkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Sarana dan prasarana yang disiapkan oleh mitra antara lain Sound System dan Proyektor untuk acara kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh panitia pengabdian masyarakat.
2. Mitra ikut serta dalam menyelesaikan masalah perizinan kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan oleh panitia pengabdian masyarakat agar kegiatan pengabdian masyarakat dapat terselenggara.
3. Mitra memiliki peran penting dalam memonitor kegiatan yang dilaksanakan oleh panitia kegiatan pengabdian masyarakat. Mitra mengecek apakah kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan sesuai dengan tanggal yang telah ditetapkan oleh panitia pengabdian masyarakat.

4. Mitra berperan aktif dalam membantu kegiatan sosialisasi pengabdian masyarakat kepada peserta kegiatan pengabdian masyarakat agar mereka dapat menghadiri acara kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh panitia pengabdian masyarakat.

Manfaat yang diperoleh oleh peserta dan panitia pengabdian masyarakat sebagai berikut :

1. Bagi peserta, kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh panitia pengabdian masyarakat, peserta memperoleh pengetahuan tentang cara memasarkan produk secara online agar anggota PKK Desa Cikedokan Bekasi memperoleh pengetahuan tentang memasarkan produk secara online menggunakan media sosial
2. Bagi panitia, kegiatan pelatihan yang diselenggarakan sebagai sarana untuk berbagi pengetahuan kepada peserta pengabdian sehingga peserta pelatihan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat.

Manfaat yang diperoleh oleh peserta pengabdian masyarakat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Manfaat Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Parameter	Kondisi Sebelum PM	Kondisi Sesudah PM
1	Pengetahuan	Peserta kurang memahami tentang cara memasarkan produk secara online. Pengetahuan yang dimiliki peserta tentang cara memasarkan produk secara online sebelum mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat sekitar 20%.	Peserta memahami cara memasarkan produk secara online. Pengetahuan peserta tentang cara memasarkan produk secara online setelah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat meningkat menjadi 80%.

2	Keterampilan	Peserta kurang memahami tentang cara memasarkan produk secara online menggunakan media sosial. Keterampilan dimiliki peserta khususnya penerapan media sosial untuk memasarkan produk secara online sebelum mengikuti pengabdian masyarakat sekitar 10%.	Peserta PM dapat memasarkan produk secara online dengan menggunakan media sosial. Keterampilan peserta dalam penerapan cara memasarkan produk dengan media sosial sesudah mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat mengalami peningkatan menjadi 80%.
---	--------------	--	---

V. REALISASI BIAYA

Adapun realisasi biaya kegiatan pengabdian masyarakat pada anggota PKK Desa Cibening Bekasi sebagai berikut :

Tabel 3. Realisasi Anggaran

HONOR					
No	ItemHonor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total(Rp)
1	Pembuatan Proposal Pengabdian		2	Rp 100.000	Rp 200.000
2	Pembuatan Laporan Pengabdian		2	Rp 100.000	Rp 200.000
3	Pembuatan Press Release		1	Rp 100.000	Rp 100.000
Total Honor					Rp 500.000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total(Rp)
1	Spidol		4	Rp 25.000	Rp 100.000
2	Note		10	Rp 20.000	Rp 200.000
3	Pena		10	Rp 10.000	Rp 100.000
4	Merchandise Gelas BSI		10	Rp 50.000	Rp 500.000
5	Spanduk		1	Rp 200.000	Rp 200.000
Total Belanja Bahan					Rp 1.100.000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total(Rp)
1	Foto CopyModul		10	Rp 60.000	Rp 600.000
2	Jilid ProposalPengabdian		2	Rp 50.000	Rp 100.000
3	Jilid Laporan Pengabdian		2	Rp 50.000	Rp 100.000
Total Belanja Barang Non Operasional					Rp 800.000

BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total(Rp)
1	Transport Survey LokasiPM	5		Rp 100.000	Rp 500.000
2	Konsumsi Survey LokasiPM	5		Rp 30.000	Rp 150.000
3	Pulsa untuk Survey Lokasi PM	5		Rp 30.000	Rp 150.000
Total Biaya Perjalanan					Rp 800.000
Total Keseluruhan					Rp 3.200.000

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan pelatihan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat untuk peserta pengabdian masyarakat karena peserta memperoleh wawasan tentang cara memasarkan produk secara online.
2. Kegiatan pelatihan ini bermanfaat bagi panitia pengabdian masyarakat sebagai sarana berbagi pengetahuan kepada peserta pengabdian masyarakat tentang jenis media sosial.
3. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat bermanfaat untuk peserta pengabdian masyarakat karena peserta memperoleh wawasan tentang cara memasarkan produk secara online menggunakan media sosial.

B. SARAN

Adapun saran yang diperoleh dari kegiatan pelatihan sebagai berikut :

1. Disarankan untuk dosen lain apabila ingin memberikan materi pelatihan tentang strategi pemasaran secara online menggunakan media sosial supaya dapat memberikan materi yang lebih mendalam tentang jenis media sosial dan memberikan praktek secara langsung sehingga peserta bisa lebih memahami tentang pemasaran secara online menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

1. Putra RT, Salsabila NE, Al-Azahar, Adhinata MAM. 2020. Strategi Pemasaran Melalui Internet di Media Sosial. Jurnal ICTEE. 3(1), 35-38
2. Kurniawan EP, Irwansyah. 2022. Strategi Pemasaran Pada Media Sosial Melalui Iklan Instagram, Jurnal Komunikasi, 8(2), 885-900
3. Lukitasari & Nirawati L. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop *Queenstreet*. Jurnal Disrupsi Bisnis. 4(3), 190-200
4. Agustina, I. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Pada PT. Esa Kreasio Sportindo (Stayhoops). Journal of Accounting and Business Studies. 4(1), 77-93
5. Untari D, Fanjariana DE. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). Widya Cipta. 2(2). 271-278

LAMPIRAN

Lampiran A. Absen Panitia PM Kantor Desa Cibening Bekasi

Lampiran B. Absen Peserta PM Kantor Desa Cibening Bekasi

Lampiran C. Surat Keterangan Kantor Desa Cibening Bekasi

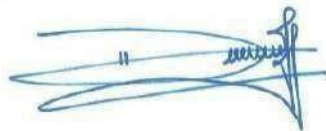
Lampiran D. Luaran PM (press release yang sudah terbit)

Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan PM Kantor Desa Cibening Bekasi

Lampiran A. Absen Panitia PM Kantor Desa Cibening Bekasi

**ABSENSI KEHADIRAN PESERTA
PENGABDIAN MASYARAKAT SEMESTER GASAL 2023-2024
KANTOR DESA CIBENING SETU BEKASI**

Sabtu, 4 November 2023

NO	NIP	NAMA	TANDA TANGAN
1	201104360	DIAN INDAH SARI, SE.AK,MM	
2	200904432	MELYANI, S.PD, MM	
3	200109612	ETIK DWI STYANINGRUM, S.PD, M.PD	
4	201609575	ISYANA EMITA SS, MM	
5	11220325	MEILANI SALHSABILA	
5	11220284	KIREN AGNELIA SUGIANTO	

Lampiran B. Absen Peserta PM Kantor Desa Cibening Bekasi

**ABSENSI KEHADIRAN PESERTA
PENGABDIAN MASYARAKAT SEMESTER GASAL 2023-2024
KANTOR DESA CIBENING SETU BEKASI**

Sabtu, 4 November 2023

No	NAMA	TANDA TANGAN	
1	AROH ROHAYATI	1	
2	Galang. Santari	2	
3	H. Umar Said	3	
4	SRI DEWI P	4	
5	NASIH	5	
6	SITI RAHAYU	6	
7	Herica	7	
8	Amah Lestari	8	
9	musih	9	
10	Sopyanai	10	
11	Misnawati	11	
12	Neyno	12	
13	Santi	13	
14	Lun Suryana	14	
15		15	
16		16	
17		17	
18		18	
19		19	
20		20	

Lampiran C. Surat Keterangan Kantor Desa Cibening Bekasi



**PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
KECAMATAN SETU
DESA CIBENING**

Jl. Amaraden No.1 Kp. Rawa Atug RT.003/006
e-Mail.desacibening@bekasikab.go.id Kode Pos 17320

SURAT KETERANGAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Nomor : PM.06.02/ ~~356~~ /CBN/ XI /2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Cibening Bekasi, dengan ini menerangkan bahwa :

Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Fakultas : Fakultas Teknik dan Informatika

Program Studi : Sistem Informasi (D3)

Alamat : Jl. Kramat Raya No.98 RT.02 Rw.9, Kwitang Kecamatan Senen, Jakarta
Pusat, DKI Jakarta 10450

Telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi” yang dilaksanakan pada :

Hari,Tanggal : Sabtu , 4 November 2023

Waktu : 9.00 s/d 12.00 WIB

Tempat : Balai Desa Cibening Bekasi

Alamat : Jln. Raya Cibening Kec.Setu, Kabupaten Bekasi

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cibening, 7 November 2023

Pj. Kepala Desa Cibening

ABDUL RACHMAT,S.STP
NIP.19920702 201406 1 001

Lampiran C. Surat Keterangan Kantor Desa Cibening Bekasi



**PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
KECAMATAN SETU
DESA CIBENING**

Jl. Amaraden No.1 Kp. Rawa Atug RT.003/006
e-Mail.desacibening@bekasikab.go.id Kode Pos 17320

SURAT KETERANGAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Nomor : PM.06.02/ 356/ CBN/ XI /2023

Dengan susunan panitia sebagai berikut :

Penanggung Jawab : Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana : Melyani, S.Pd, MM
Tutor : Dian Indah Sari, SE.AK,MM
Anggota : Etik Dwi Styaningrum, S.Pd, M.Pd
Isyana Emita, SS, MM
Mahasiswa : Meilani Salhsabila
Kiren Agnelia Sugianto

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cibening, 7 November 2023

Pj. Kepala Desa Cibening


ABDUL RACHMAT,S.STP
NIP.19920702-201406 1 001

Lampiran D. Luaran PM (press release yang sudah terbit)

<https://lppm.bsi.ac.id/press/detail/workshop-strategi-pemasaran-online-dengan-media-sosial-bagi-anggota-pkk-desa-cibening-bekasi>



BERANDA
Info Terbaru

PROFIL
Kenali Kami

BERITA
Terpercaya

PUBLIKASI
Buku, Jurnal, Prosiding

BLOG & DATA
Untuk Anda

Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi

04 November 2023 / Yoseph Tajul Arifin



2023/11/4 10:35

Sosial Media

- Youtube LPPM
- Instagram LPPM

Tautan Penting

- BEASISWA KEMENDIK
- SIMLITABMA
- UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
- OJS V.2 Ejournal
- OJS V.3 Ejournal

Press Release Dosen Universitas Bina Sarana Informatika (UBSi) kampus Bekasi hari Minggu (4/11/2023) melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi. Pengabdian Masyarakat ini mengusung tema tentang "Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Medsos". Anggota tim pada kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain Melyani, S.Pd, MM, sebagai ketua pelaksana dan dibantu tutor yaitu Dian Indah Sari, SE, AK, MM dan Etik Dwi Styaningrum, S.Pd, M.Pd serta Isyana Emita, SS, MM sedangkan anggota yaitu Meilani Salhsabila dan Kiren Agnelia Sugianto. Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan kata sambutan oleh perwakilan salah satu panitia pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan oleh Kepala Desa Cibening selanjutnya panitia memberikan materi pelatihan. Pengabdian masyarakat ini mengusung tema "Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Medsos" yang dilaksanakan di Balai Desa Cibening Bekasi dan yang menjelaskan materi pengabdian masyarakat ini Melyani, S.Pd, M.Pd. Pengabdian masyarakat ini menjelaskan tentang strategi pemasaran online, menjelaskan tentang jenis media sosial dan cara memasarkan barang dagangan secara online.

Peserta pengabdian masyarakat yaitu anggota PKK Desa Cibening Bekasi sangat antusias mendengarkan materi yang disampaikan oleh panitia pengabdian masyarakat. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh Dosen Universitas Bina Sarana Informatika sangat bermanfaat bagi anggota PKK Desa Cibening Bekasi, karena menjelaskan tentang strategi pemasaran online, meliputi cara memasarkan produk menggunakan media sosial seperti Lazada, Shopee dan Tokopedia serta jenis-jenis media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana menjual produk secara online. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk berbagi pengetahuan tentang strategi pemasaran secara online menggunakan media sosial, khususnya kepada anggota PKK Desa Cibening Bekasi, agar peserta pengabdian masyarakat dapat memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diakhiri dengan kata penutup oleh perwakilan dari panitia pelatihan dan diikuti oleh Kepala Desa Cibening Bekasi dan perwakilan dari anggota PKK Desa Cibening Bekasi mengucapkan terima kasih kepada panitia pengabdian masyarakat harapan mereka agar kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terselenggara lagi di semester depan.

Analisis

- QUI
- ANS
- ANA
- ART
- ANA
- JUR

Flag Co

<https://lppm.bsi.ac.id/press/detail/workshop-strategi-pemasaran-online-dengan-media-sosial-bagi-anggota-pkk-desa-cibening-bekasi>

Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan PM Kantor Desa Cibening Bekasi

Foto Kegiatan 1

Foto Panitia Menyampaikan Materi Pelatihan Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi



Foto Kegiatan 2

Foto Panitia Menyampaikan Materi Pelatihan Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi



Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan PM Kantor Desa Cibening Bekasi

Foto Kegiatan 3

Foto Panitia Menyampaikan Materi Pelatihan Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi



Foto Kegiatan 4

Foto Panitia Menyampaikan Materi Pelatihan Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi



Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan PM Kantor Desa Cibening Bekasi

Foto Kegiatan 5

**Foto Panitia Menyampaikan Materi Pelatihan Bagi Anggota PKK
Desa Cibening Bekasi**



Foto Kegiatan 6

**Foto Panitia Menyampaikan Materi Pelatihan Bagi Anggota PKK
Desa Cibening Bekasi**



Press Release

PENGABDIAN MASYARAKAT



**Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media
Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi**

Anggota PKK Desa Cibening Bekasi

2023

Press Release

Dosen Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) kampus Bekasi hari Minggu (4/11/2023) melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi. Pengabdian Masyarakat ini mengusung tema tentang “Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Medsos”.

Anggota tim pada kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain Melyani, S.Pd, MM, sebagai ketua pelaksana dan dibantu tutor yaitu Dian Indah Sari, SE.AK,MM dan Etik Dwi Styaningrum, S.Pd, M.Pd serta Isyana Emita, SS, MM sedangkan anggota yaitu Meilani Salhsabila dan Kiren Agnelia Sugianto.

Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan kata sambutan oleh perwakilan salah satu panitia pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan oleh Kepala Desa Cibening selanjutnya panitia memberikan materi pelatihan. Pengabdian masyarakat ini mengusung tema “Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Medsos” yang dilaksanakan di Balai Desa Cibening Bekasi dan yang menjelaskan materi pengabdian masyarakat ini Melyani, S.Pd, M.Pd.

Pengabdian masyarakat ini menjelaskan tentang strategi pemasaran online, menjelaskan tentang jenis media sosial dan cara memasarkan barang dagangan secara online. Peserta pengabdian masyarakat yaitu anggota PKK Desa Cibening Bekasi sangat antusias mendengarkan materi yang disampaikan oleh panitia pengabdian masyarakat.

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh Dosen Universitas Bina Sarana Informatika sangat bermanfaat bagi anggota PKK Desa Cibening Bekasi, karena menjelaskan tentang strategi pemasaran online, meliputi cara memasarkan produk menggunakan media sosial seperti Lazada, Shopee dan Tokopedia serta jenis-jenis media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana menjual produk secara online.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk berbagi pengetahuan tentang strategi pemasaran secara online menggunakan media sosial, khususnya kepada anggota PKK Desa Cibening Bekasi, agar peserta pengabdian masyarakat dapat memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diakhiri dengan kata penutup oleh perwakilan dari panitia pelatihan dan diikuti oleh Kepala Desa Cibening Bekasi dan perwakilan dari anggota PKK Desa Cibening Bekasi mengucapkan terima kasih kepada panitia pengabdian masyarakat harapan mereka agar kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terselenggara lagi di semester depan.

<https://lppm.bsi.ac.id/press/detail/workshop-strategi-pemasaran-online-dengan-media-sosial-bagi-anggota-pkk-desa-cibening-bekasi>



Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi

04 November 2023 / Yoseph Tajul Arifin



Sosial Media

Youtube LPPM

Instagram LPPM

Tautan Penting

BEASISWA KEMENDIKES

SIMLITABMA

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

OJS V.2 Ejournal

OJS V.3 Ejournal

Press Release Dosen Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) kampus Bekasi hari Minggu (4/11/2023) melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi. Pengabdian Masyarakat ini mengusung tema tentang "Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Medsos". Anggota tim pada kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain Melyani, S.Pd, MM, sebagai ketua pelaksana dan dibantu tutor yaitu Dian Indah Sari, SE, AK, MM dan Etik Dwi Styaningrum, S.Pd, M.Pd serta Isyana Emita, SS, MM sedangkan anggota yaitu Meilani Salhsabila dan Kiren Agnelia Sugianto. Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan kata sambutan oleh perwakilan salah satu panitia pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan oleh Kepala Desa Cibening selanjutnya panitia memberikan materi pelatihan. Pengabdian masyarakat ini mengusung tema "Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Medsos" yang dilaksanakan di Balai Desa Cibening Bekasi dan yang menjelaskan materi pengabdian masyarakat ini Melyani, S.Pd, M.Pd. Pengabdian masyarakat ini menjelaskan tentang strategi pemasaran online, menjelaskan tentang jenis media sosial dan cara memasarkan barang dagangan secara online.

Peserta pengabdian masyarakat yaitu anggota PKK Desa Cibening Bekasi sangat antusias mendengarkan materi yang disampaikan oleh panitia pengabdian masyarakat. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh Dosen Universitas Bina Sarana Informatika sangat bermanfaat bagi anggota PKK Desa Cibening Bekasi, karena menjelaskan tentang strategi pemasaran online, meliputi cara memasarkan produk menggunakan media sosial seperti Lazada, Shopee dan Tokopedia serta jenis-jenis media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana menjual produk secara online. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk berbagi pengetahuan tentang strategi pemasaran secara online menggunakan media sosial, khususnya kepada anggota PKK Desa Cibening Bekasi, agar peserta pengabdian masyarakat dapat memahami cara memasarkan produk menggunakan media sosial. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diakhiri dengan kata penutup oleh perwakilan dari panitia pelatihan dan diikuti oleh Kepala Desa Cibening Bekasi dan perwakilan dari anggota PKK Desa Cibening Bekasi mengucapkan terima kasih kepada panitia pengabdian masyarakat harapan mereka agar kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terselenggara lagi di semester depan.

Analisis

QUE ANS

ANA ART

ANA JUP

Flag Co

MODUL
PENGABDIAN MASYARAKAT
SKEMA PENGABDIAN MASYARAKAT MANDIRI



WORKSHOP STRATEGI PEMASARAN ONLINE
DENGAN MEDIA SOSIAL BAGI ANGGOTA
PKK DESA CIBENING BEKASI

Oleh :

MELYANI, S.PD, MM (200904432)

DIAN INDAH SARI, SE.AK, MM (201104360)

ETIK DWI STYANINGRUM, S.PD, M.PD (200109612)

ISYANA EMITA SS, MM (201609575)

MEILANI SALHSABILA (11220325)

KIREN AGNELIA SUGIANTO (11220284)

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
DESEMBER 2023

STRATEGI PEMASARAN ONLINE DENGAN MEDIA SOSIAL

A. PEMASARAN MEDIA SOSIAL

Pemasaran media sosial adalah strategi marketing dengan memanfaatkan platform media sosial. Pemasaran melalui media sosial dinilai efektif dibandingkan metode lainnya. Pasalnya bisnis dan pelanggan langsung dapat berinteraksi untuk menyelesaikan permintaan pelanggan.

Beberapa platform sosmed bahkan menyediakan iklan berbayar untuk membantu mempromosikan produk bisnis Anda. Misalnya Facebook dan Instagram menjadi media sosial yang cukup banyak melakukan perubahan. Kedua platform ini juga mendukung aktivitas pemasaran bisnis dengan mengeluarkan fitur ads dan akun business.

Bisnis juga akan mendapatkan umpan balik baik dalam bentuk rekomendasi atau testimoni pelanggan yang merasa puas dengan produk Anda. Hal ini tentu menguntungkan bagi bisnis karena meningkatkan kredibilitas *brand* sekaligus konversi penjualan.

B. TUJUAN BISNIS MELAKUKAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL

Tujuan utama pemasaran media sosial adalah memperluas jangkauan target pasar. Dengan pasar yang lebih luas, peluang untuk mendapatkan pelanggan baru lebih besar. Selain itu, masih banyak tujuan pemasaran media sosial antara lain:

1. Menjalin Hubungan Pelanggan dengan Baik

Media sosial memudahkan Anda untuk menjalin hubungan pelanggan. Melalui medsos, hubungan yang terjalin lebih transparan dan interkatif layaknya dengan teman. Hal ini membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

2. Membangun [Brand Awareness](#)

Akun media sosial Anda dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi terkait bisnis Anda. Misalnya dengan mengenalkan produk yang Anda jual atau kelebihan bisnis Anda dibandingkan kompetitor.

3. Lakukan Promosi

Media sosial dapat Anda manfaatkan untuk mempromosikan produk yang Anda jual. Misalnya dengan menawarkan diskon eksklusif bagi pengikut platform media sosial Anda. Hal ini mampu mendorong loyalitas pelanggan Anda.

4. Publikasi

Platform media sosial dapat Anda manfaatkan sebagai media publikasi gratis yang mengenalkan produk baru Anda. Selain itu, Anda juga bisa mendorong pelanggan untuk menyebarkan informasi bisnis melalui akun media sosial mereka.

5. Market Research

Media sosial mempermudah bisnis Anda mempelajari perilaku pelanggan dan kompetitor. Hal ini memudahkan Anda memahami kebutuhan pelanggan. Hasil research tersebut dapat Anda manfaatkan untuk menyusun strategi pemasaran media sosial yang lebih efektif.

C. MANFAAT PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL BAGI BISNIS

Manfaat utama pemasaran media sosial bisnis adalah membangun brand awareness ke pasar yang lebih luas. Survei We Are Social mengungkapkan penggunaan media sosial mencapai angka 167 juta atau setara 60,4% masyarakat main Facebook, Instagram, TikTok, dan lainnya.

Angka besar untuk bisnis mengembangkan pasar. Terlebih pemasaran media sosial tidak terbatas geografis. Artinya bisnis Anda yang melakukan pemasaran media sosial, audience atau target pasarnya tidak dibatasi lokasi tertentu.

Selain poin tersebut, masih ada manfaat bisnis mengimplementasikan sosial media marketing, diantaranya:

- Promosi bisa dilakukan reguler atau terus menerus, baik berbayar maupun gratis.
- Membangun kredibilitas brand Anda dengan semakin banyaknya interaksi bisnis dengan pelanggan
- Mendapatkan lebih banyak leads atau prospek dengan cara lebih mudah
- Meningkatkan konversi penjualan dan pendapatan bisnis
- Ekonomis atau lebih murah dibandingkan promosi konvensional
- Menjalin hubungan lebih baik dengan pelanggan.

D. JENIS-JENIS MEDIA SOSIAL YANG DIGUNAKAN UNTUK MARKETING

Seiring dengan perkembangan digital, banyak platform media sosial yang ditawarkan. Namun tidak semua media sosial memiliki engagement cukup sebagai media pemasaran.

Berikut ini beberapa platform media sosial yang populer bisnis gunakan untuk marketing adalah:

– Facebook



Popularitas Facebook tidak perlu diragukan lagi. Dengan pengguna lebih dari 2,38 miliar, aplikasi ini sangat cocok digunakan sebagai media pemasaran baik untuk bisnis kecil maupun besar.

Facebook juga memiliki fitur-fitur terbaik untuk pemasaran seperti berbagi konten promosi, interaksi langsung dengan pelanggan, iklan berbayar ([Facebook ads](#)) dan lainnya. Fitur tersebut akan mempermudah Anda untuk melakukan pemasaran.

– Instagram



Pengguna Instagram beberapa tahun terakhir terus meningkat. Menyadari platformnya diminati untuk media promosi, Instagram meluncurkan fitur pendukung seperti [Instagram shopping](#), ads, Live, IGTV, Instagram Ads dan banyak lagi.

Fitur-fitur Instagram tersebut dapat bisnis manfaatkan untuk menarik lebih banyak prospek dan menjalin hubungan dekat dengan pelanggan.

– YouTube



Youtube menjadi platform media sosial populer selanjutnya. Dimana bisnis dapat memanfaatkan konten video untuk membangun brand awareness dengan membagikan atau mengupload konten video.

Bisnis juga bisa beriklan pada kreator yang memiliki engagement tinggi atau melalui Youtube ads. Bahkan Anda dapat melakukan Youtube live yang merupakan layanan streaming langsung untuk berkomunikasi dengan pelanggan

– Twitter



Twitter masih menjadi primadona di kalangan pengguna sosial media, terutama bisnis. Meski dibatasi 280 karakter dalam satu cuitan, percakapan terkait keuangan dan bisnis di Twitter meningkat hingga dari tahun ke tahun.

Fakta tersebut peluang bagi bisnis untuk menarik perhatian prospek atau pelanggan baru. Bahkan jika Twitter dimanfaatkan baik dapat menguntungkan bisnis seperti yang dilakukan Indihome menanggapi keluhan pelanggan dan bagaimana mereka memproyeksikan citra merek mereka.

– LinkedIn



LinkedIn menjadi media sosial marketing yang paling diminati B2B (Business to Business). Melalui medsos ini dapat mengembangkan bisnisnya.

Sementara, kebanyakan B2C (Business to Customer) memanfaatkan LinkedIn untuk mencari pekerja atau karyawan. Sebab sebagian pencari pekerjaan akan menampilkan keahlian atau portofolio mereka pada laman LinkedIn.

– TikTok

Saat ini TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digandrungi berbagai lapisan masyarakat. Sehingga banyak pebisnis yang ingin memanfaatkan momentum tersebut.

TikTok kini menawarkan alternatif baru kepada para pelaku bisnis atau penjual dalam meningkatkan penjualannya secara langsung.

Dalam penerapannya, Anda dapat melakukan penjualan secara langsung melalui live streaming dan video pendek yang menarik di akun TikTok Anda. Selain itu, Anda juga dapat bekerja sama dengan kreator TikTok untuk meningkatkan penjualan bisnis Anda.

E. 8 STRATEGI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA UNTUK BISNIS

Setiap bisnis pasti ingin mencapai kesuksesan dalam pemasaran, sehingga tercapai target [KPI marketing](#). Begitu juga dalam sosial media marketing.

Berikut 8 strategi pemasaran media sosial dijamin berhasil mendatangkan pelanggan adalah

1. Kenali Target Pasar Anda

Sebelum menentukan strategi pemasaran media sosial, sangat penting bagi Anda untuk memahami pasar yang akan Anda ditargetkan. Misalnya terkait selera, kebiasaan, kebutuhan dan lainnya untuk menjadi tolak ukur produk Anda telah sesuai yang tawarkan.

Selain itu, juga mempermudah Anda membuat konten menarik untuk mendapatkan engagement yang lebih besar.

2. Pilih Platform Media Sosial yang akan Digunakan

Tentukan platform mana yang akan Anda gunakan sebagai media marketing. Pilihlah platform sesuai dengan kebutuhan strategi pemasaran media sosial Anda. Misalnya Anda ingin menargetkan kaum milenial, platform yang cocok digunakan adalah Instagram. Disana Anda bisa membuat konten marketing yang dikemas relevan mungkin.

3. Buatlah Konten Marketing yang Menarik

Konten yang Anda buat harus bisa meningkatkan engagement dan sharing. Buatlah konten yang mampu membuat leads merasa membutuhkan produk yang Anda tawarkan.

Dengan begitu, mereka akan mempertimbangkan untuk membeli produk Anda. Caranya Anda bisa mencari tahu apa yang dibutuhkan pelanggan melalui aktivitas mereka di sosmed.

4. Buatlah Gambar yang Baik dan Menarik

Penggunaan gambar yang menarik akan dapat menarik perhatian pelanggan dengan cepat. Gambar bisa kamu gunakan ketika membuat gambaran bisnis dan siapa saja orang-orang yang ada dibelakangnya.

Selain itu, kamu juga dapat menggunakannya untuk mengedukasi pelanggan serta membuat informasi menjadi mudah dicerna bagi pelanggan.

5. Agendakan Kapan Anda akan Memposting Konten

Waktu menjadi salah satu faktor penting keberhasilan strategi pemasaran media sosial. Pilihlah waktu dimana pengguna aktif membuka sosial media.

Misalnya saat mereka tidak bekerja seperti jam berangkat, istirahat atau pulang kerja. Tujuannya agar konten Anda dilihat mereka tanpa tertutup dari konten pengguna lainnya.

6. Manfaatkan Iklan Berbayar

Meski Anda bisa melakukan pemasaran media sosial secara gratis, tapi tidak ada salahnya untuk memasang iklan berbayar.

Hal ini akan memperluas jangkauan pasar, membangun brand awareness dan meningkatkan traffic. Sebab biasanya jangkauan pemasaran organik sangatlah terbatas. Rencanakan dan tentukan anggaran yang akan Anda keluarkan untuk beriklan sebaik mungkin.

7. Gunakan Omnichannel



Terdapat berbagai jenis media sosial yang bisa Anda gunakan untuk kampanye. Untuk mendapatkan hasil optimal, sebagian bisnis menggunakan lebih dari satu media sosial. Hal ini tentu sangat sulit untuk mengelola semua. Jangan sampai interaksi pelanggan terabaikan, karena sibuk mengurus satu sosmed.

Omnichannel menjadi solusi tepat untuk Anda yang menggunakan banyak sosmed. Sebab Omnichannel dapat menghubungkan beberapa sosial media dalam satu platform terpadu. Jadi, Anda tidak perlu takut lagi kehilangan interaksi pelanggan.

8. Pantau, Ukur dan Evaluasi

Keberhasilan strategi pemasaran media sosial Anda tidak bisa diketahui, apabila Anda tidak memantau secara berkala. Evaluasi dengan melihat poin mana yang tidak bekerja efektif. Sebagai gantinya, perbaiki atau memodifikasi dengan pendekatan baru hingga mencapai target yang Anda inginkan.

F. PREDIKSI TREN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI TAHUN 2023

Tahun 2022 telah berakhir. Banyak pelajaran yang bisa dipelajari dari trend media sosial 2022. Saat ini banyak bisnis mulai menyusun strategi pemasaran untuk tahun 2023. Namun sebelum itu, Anda perlu mengetahui prediksi tren pemasaran yang akan populer pada tahun 2023, diantaranya sebagai berikut:

– Insta Story yang Dapat Tingkatkan Popularitas

Saat ini Instagram telah berhasil menggeser kepopuleran SnapChat dalam hal story. Semenjak meluncurkan fitur terbarunya, yakni Insta Story, kepopuleran platform ini pun kian meninggi. Bahkan dari beberapa data yang dihimpun ada sekitar 200 juta orang menggunakan Instastory setiap bulannya.

Melihat kepopuleran **Insta Story**, tak sedikit merek-merek ternama mulai menjajalnya sebagai sarana pemasaran. Hal ini tentu akan berpengaruh pada tren media sosial di 2023. Apalagi fitur serupa juga telah diadopsi oleh Facebook. Artinya kepopuleran fitur Story terus meningkat, dan sangat sayang dilewatkan.

– Fokus pada Generasi Z

Tahun 2023 sudah bukan lagi masanya Milenial, tetapi memasuki era baru, yaitu [Generasi Z](#). Berdasarkan dari berbagai studi, Generasi Z akan mulai menjadi konsumen potensial berharga di tahun 2023. Usia produktif yang mulai masuk angkatan kerja dan tentu berpotensi meningkatkan daya beli.

Beberapa penelitian mengenai kegemaran, pandangan politik, ekonomi hingga ketertarikan para Generasi Z sudah banyak beredar. Anda perlu mencari informasi tersebut untuk bisa lebih mengenal Generasi Z. Dua platform media sosial yang kemungkinan digemari oleh Generasi Z adalah SnapChat dan Instagram.

– Influencer Marketing Masih Jadi Pilihan Tepat

Merek-merek besar masih banyak memilih investasi marketing melalui influencer media sosial. Pasalnya, strategi dengan menggunakan [influencer marketing](#) dipercaya lebih ampuh untuk meningkatkan keterlibatan konsumen potensial di media sosial.

Di tahun 2023 diprediksi banyak merek akan banyak merangkul influencer media sosial sebagai upaya terhubung dengan konsumen potensial.

– Perbanyak Konten Live Streaming

Media sosial telah membawa banyak perubahan pada cara konsumen melihat sebuah merek. Keterlibatan pelanggan dalam pemasaran sebuah merek bisa sangat berpengaruh pada popularitas merek. Sebab pelanggan akan merasa semakin dekat dan menjadi bagian dari perjalanan merek itu sendiri.

Inilah yang terjadi seiring semakin menariknya konten live streaming bagi para pelanggan. Berbagai kegiatan yang dilakukan merek dapat langsung dibagikan kepada pelanggan saat itu juga.

Di tahun 2023 juga diprediksi akan banyak merek mulai menyadari kekuatan live streaming. Sehingga akan memasukkannya ke dalam strategi media sosial. Sebab itu, lebih baik segera terjun dalam strategi konten live streaming ini sebelum lebih banyak lagi yang menyadari kekuatannya.

– Aplikasi Chatting

Di samping platform media sosial (Facebook, Instagram dan Twitter), ada lagi salah satu platform yang perlu diperhatikan, yaitu aplikasi chatting. [Aplikasi chatting](#) juga telah berperan sebagai media sosial bagi banyak merek di tahun 2023 ini. Salah satunya yang paling dominan adalah WhatsApp.

Dengan memanfaatkan betul aplikasi chatting, diprediksi akan semakin mendekatkan merek dengan pelanggan. Pasalnya, sudah banyak fitur yang tersedia di sana, seperti kecerdasan buatan, asisten suara dan chatbots yang membuat pelanggan merasakan pengalaman berbelanja pribadi.

G. STRATEGI MEMASARKAN PRODUK DENGAN MEDIA SOSIAL, MENURUT DWMAL.COM

1. Pilih Media Sosial yang Akan Digunakan

Ada berbagai macam sosial media yang beredar di Indonesia di antaranya facebook, twitter, dan instagram. Strategi pemasaran *online* di sosmed harus menerapkan beberapa hal agar *marketing online* yang dilakukan berhasil dan tepat sasaran. Setiap media sosial memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda.

Pengguna sosmed pun berbeda-beda. Sebagai contoh, facebook lebih general karena tua hingga muda banyak yang memakai sosmed ini. Ini hal yang wajar sebab facebook telah lama hadir dibanding sosmed lainnya.

Di facebook ini pengguna bisa mengunggah foto, berita, atau video. Selain itu, ada pula twitter yang banyak digunakan anak muda. Pengguna twitter biasanya akan memberikan *link* ke *website* atau sosmed yang lainnya ketika update status. Sayangnya, jumlah kata di medsos ini dibatasi yaitu 140 kata.

Selain itu, ada instagram yang saat ini sangat digemari anak muda di Indonesia. Instagram lebih fokus pada foto atau gambar yang disajikan. Jika Anda memasarkan barang dan memiliki kualitas foto yang cukup bagus, silakan gunakan instagram. Meskipun Anda berencana memiliki semua sosmed di atas untuk promosi, akan lebih baik untuk memiliki sosmed utama yang selalu Anda *update* setiap harinya.

2. Konten Sosial Media Menarik dan Kreatif

Setelah memilih jejaring sosial yang akan digunakan, strategi pemasaran *online* di sosmed adalah membuat konten atau postingan yang menarik yang bisa menarik minat pembeli. Postingan yang monoton akan membuat pelanggan bosan dan bukan hal yang tak mungkin jika pelanggan kabur dan unfollow akun Anda. Maka dari itu, dibutuhkan ide-ide segar agar postingan Anda bisa membuat netizen tertarik untuk membeli.

Tak hanya bagus saat memposting foto ataupun gambar produk, admin sosmed diharapkan mampu menjawab pertanyaan para customer yang bertanya dengan sabar dan kreatif. Konten yang menarik sebaiknya didukung gambar berkualitas dengan resolusi yang baik. Jika foto yang diunggah asal-asalan, bisa dijamin calon pelanggan pun akan malas melirik ataupun follow akun Anda.

3. Promosikan Akun Sosmed Pada Khalayak

Salah satu cara cepat mempromosikan akun olshop Anda adalah dengan promosi via akun pribadi Anda. Perkenalkan pada follower setia Anda bahwa Anda memiliki bisnis barang atau jasa dengan mencantumkan *link* atau akun olshop tersebut. Strategi pemasaran *online* di sosmed ini adalah cara yang pas bagi Anda yang ingin memperkenalkan bisnis pada orang terdekat dan keluarga.

Ada lagi cara lain yaitu dengan bekerja sama dengan akun-akun yang telah memiliki banyak *follower*. Cara alternatif yang bisa dilakukan adalah menambah *follower* atau *liker* akun Anda yaitu dengan menggunakan cara cepat yaitu dengan bantuan jasa penambah *follower* secara *real*. Meskipun berbayar,? namun ini sangat efektif dalam memperkenalkan akun pada masyarakat.

H. JENIS DAN PLATFORM DALAM SOSIAL MEDIA MARKETING

Seperti yang kita tahu bahwa populasi manusia yang ada di dunia ini mencapai 7 miliar orang, dan 3 miliar diantaranya merupakan orang-orang yang aktif di media sosial. Pada bagian ini, kita akan membahas mengenai beberapa platform media sosial yang cukup penting untuk dipahami, terlebih untuk Anda yang akan melakukan social media marketing.

1. Facebook

- MAU: Kurang lebih 2,38 miliar
- Kelompok Umur: 18-45+ ??tahun
- Industri (B2B dan B2C): E-commerce, retail, Perbankan, layanan keuangan dan asuransi (BFSI), Fast-Moving Consumer Goods (FMCG), hiburan, fashion, real estate, berita, kesehatan, olahraga

Terlepas apakah Anda termasuk pengelola bisnis B2B ataupun merk B2C, Anda tetap harus mengetahui platform Facebook sebagai sarana social media marketing yang cukup efektif. Platform tersebut menggabungkan fitur-fitur yang terbaik dari berbagai macam social media yang ada dan besar kemungkinan bahwa target pasar Anda juga ikut menggunakan Facebook. Sebuah bisnis bisa menggunakan Facebook untuk membagikan berbagai macam konten marketing, berinteraksi dengan para pelanggan, menjalankan iklan, dan menggunakan platform tersebut untuk memberikan dukungan kepada pelanggan.

2. Twitter

- MAU: Kurang lebih 321 juta
- Kelompok Umur: 18-45+
- Industri (B2B dan B2C): Berita, teknologi, e-commerce, ritel, hiburan, perjalanan, olahraga, kesehatan, telekomunikasi, BFSI

Twitter adalah salah satu media sosial yang dapat memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan pendapat mereka dalam 280 karakter. Aplikasi yang satu ini dikenal sebagai pelopor penggunaan hashtag. Dimana Twitter merupakan sebuah platform media sosial yang dapat digunakan oleh para penggunanya untuk berbagi pemikiran, ide, dan menjangkau brand ataupun selebriti serta konsumsi berita dan cuplikan informasi.

Sebuah brand atau merek biasanya menggunakan Twitter untuk layanan pelanggan. Sebab, Twitter merupakan platform yang lebih sering digunakan para pelanggan untuk berinteraksi dengan berbagai brand dengan tepat waktu. Misalnya saja, kita bisa melihat bagaimana salah satu brand layanan Wifi dalam menanggapi keluhan para

pelanggannya dan bagaimana mereka bisa memproyeksikan citra brand mereka. Pengguna Twitter lebih cenderung paham mengenai teknologi. Sehingga Twitter lebih menjadi pusat dari segala informasi. Oleh sebab itu, merek B2B atau B2C harus menggunakan aplikasi Twitter sebagai media publikasi konten promosi mereka.

3. LinkedIn

- MAU: sekitar 303 juta pengguna
- Kelompok Umur: 25-45 tahun
- Industri (Mayoritas B2B): Hukum, BFSI, teknologi, manufaktur, pemasaran, pendidikan, pekerjaan

LinkedIn merupakan salah satu aplikasi yang wajib digunakan oleh organisasi B2B. Sebab, platform tersebut menawarkan banyak sekali peluang bagi bisnis Anda. Walaupun brand B2B lebih banyak mendominasi LinkedIn, namun brand B2C juga menggunakan platform ini walaupun hanya untuk mencari calon karyawan saja. Untuk individu, LinkedIn merupakan salah satu platform yang cukup bagus untuk menunjukkan keahlian dan menjadikan diri sendiri sebagai pemimpin untuk diri sendiri. Kita bisa menggunakan halaman perusahaan LinkedIn seperti halaman Facebook namun tetap memiliki tampilan yang profesional.

4. Instagram

- MAU: sekitar 1 miliar
- Kelompok Umur: 18-35 tahun
- Industri (B2C): E-commerce, fashion, retail, makanan dan minuman, kecantikan, perjalanan, fotografi, hiburan, real estat

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang berbasis seluler dan bisa memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga video. Popularitas Instagram semakin meningkat dalam beberapa waktu terakhir dan diperkirakan akan terus berkembang lebih besar. Sebab, konsumen harus menyukai story, video, video langsung, dan lainnya. Saat ini Instagram telah meluncurkan fitur yang diberi nama Reels, yang mana fitur ini bisa memungkinkan penggunanya untuk berbagai video dengan lebih estetik dan filter yang lebih beragam. Apabila Anda menjual produk fisik, maka Anda perlu mencoba untuk melakukan social media marketing di Instagram. Ini merupakan salah satu platform media sosial yang diyakini oleh banyak pakar sebagai masa depan perdagangan sosial.

5. YouTube

- MAU: Sekitar 1,9 miliar
- Kelompok Umur: 18-55+ tahun
- Industri (B2B dan B2C): Semua bidang bisnis bisa membuat konten video untuk promosi

Youtube merupakan platform untuk berbagi video online yang akan memungkinkan penggunanya melihat, membagikan, dan mengunggah video. Pertumbuhan eksponensial pemasaran video sudah mendorong berbagai brand untuk membuat dan membagikan

konten video di Youtube secara berkala. Apabila Anda berencana untuk bergabung dengan Youtube, maka berikut ini adalah beberapa fakta yang perlu Anda pahami:

- a. Youtube merupakan search engine yang paling populer kedua setelah Google.
- b. Milik Google.
- c. Apabila pesaing Anda sudah lebih dulu di Youtube, hal itu tentu akan lebih menantang untuk membuat brand Anda lebih menonjol.

6. Pinterest

- MAU: 265 juta (per Desember 2018)
- Kelompok Umur: 18-45 tahun
- Industri (Mayoritas B2C): Seni, DIY, kerajinan, kecantikan, fashion, e-commerce, arsitektur, makanan, fotografi

Pinterest merupakan salah satu platform visual yang bagus untuk individu ataupun brand untuk mencari inspirasi yang lebih artistik dan dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan aktivitas DIY. Disini, Anda akan menemukan banyak sekali ide dalam bentuk gambar dan ilustrasi mengenai suatu topik. Walaupun Pinterest sangat populer di kalangan perempuan pada tahun-tahun awalnya. Perubahan justru terjadi secara signifikan, dimana pengguna perempuan turun dari 80 menjadi 60 persen. Berbagai brand dapat membuat akun bisnis di Pinterest dan menjalankan promosi untuk menjangkau banyak target audiens.

7. TikTok

- MAU: lebih dari 1 miliar
- Kelompok Umur: 10-29 tahun
- Industri (Mayoritas B2C): Hiburan, Fashion, Drama, hampir semua industri yang bisa membuat konten video promosi yang menarik

Aplikasi yang satu ini memang sangat mirip dengan Instagram ataupun Snapchat, namun Tiktok lebih bersifat eksklusif untuk seluler. Aplikasi yang satu ini berorientasi pada video dan melayani para penggunanya yang jauh lebih muda. Sehingga para marketer dapat memilih platform ini secara khusus untuk menargetkan pengguna Gen Z. Pemasaran influencer ataupun promosi berbayar baru saja muncul di platform ini. Oleh sebab itu, TikTok mempunyai potensi yang luar biasa untuk mendorong kampanye viral berbayar yang terjangkau.

I. 5 CARA MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN MEMANFAATKAN MEDSOS

Agar strategi pemasaran online Anda menghasilkan konversi penjualan yang menguntungkan, berikut beberapa hal yang perlu Anda implementasikan.

1. Gunakan media sosial khusus untuk penjualan

Ini merupakan kesalahan umum yang sering dilakukan oleh para pebisnis, yaitu menggunakan akun pribadi untuk menjual produk mereka. Hal ini dapat menghambat promosi Anda karena algoritma media sosial tidak mendeteksi bahwa akun pribadi Anda diperuntukkan untuk jualan. Oleh karena itu, Anda harus menggunakan akun bisnis di media sosial yang Anda gunakan, contohnya di Instagram. Akun Instagram yang sudah terdaftar sebagai akun bisnis maka Anda akan diberikan fitur-fitur penting untuk mendukung penjualan.

2. Gunakan foto produk yang menarik

Hal yang sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan yaitu menggunakan [teknik fotografi](#) untuk foto produk Anda. Jika Anda menjual makanan, maka Anda harus mengambil angle foto sebaik mungkin sehingga dapat membuat orang yang melihat tertarik dan penasaran untuk mencoba produk Anda. Apa pun produk yang Anda jual, foto produk yang akan ada post ke media sosial harus terlihat profesional. Anda bisa melakukan editing dengan filter yang ada di aplikasi atau menggunakan software khusus foto editing.

3. Gunakan influencer untuk memperluas pemasaran

Jika produk Anda sudah menarik dari segi gambar dan juga desain feed media sosialnya, kini saatnya Anda mulai mencari influencer untuk mengiklankan produk Anda. Influencer umumnya memiliki banyak follower. Dengan bekerjasama dengan mereka maka produk Anda akan langsung tersebar ke follower influencer tersebut. Sehingga ini menjadi kanal pemasaran yang cukup menarik untuk meningkat penjualan produk Anda. Untuk bekerjasama dengan influencer pastikan follower mereka sesuai dengan segmen pasar produk Anda. Jika Anda tidak memperhatikan hal ini, konversi penjualan Anda akan rendah dan rugi biaya promosi.

4. Media sosial harus selalu aktif

Influencer yang Anda gunakan tidak akan berguna jika akun sosial media Anda tidak aktif atau jarang aktif. Rutinkan untuk terus memposting produk dan memanfaatkan fitur story. Semakin aktif akun Anda, semakin besar peluang Anda untuk mendapatkan banyak orderan dan follower pun juga akan bertambah.

5. Gunakan fitur iklan yang sudah di sediakan media sosial

Jika menurut Anda menggunakan influencer masih kurang untuk mendapatkan pelanggan, Anda juga bisa menggunakan fitur [iklan](#) yang sudah disediakan oleh media sosial. Dengan beriklan akan membuat produk Anda ditampilkan ke pengguna-pengguna media sosial yang memiliki ketertarikan dengan produk Anda. Beriklan dengan Facebook atau Instagram akan memberikan Anda kemudahan dalam menentukan siapa saja market yang ingin Anda target. Anda bisa mentarget mulai dari usia, gender, lokasi, jenis smartphome yang digunakan, minat, dan masih banyak pengaturan lainnya. Menggunakan media sosial sebagai cara meningkatkan penjualan adalah pilihan tepat untuk memasarkan produk Anda. Ibaratnya media sosial sudah menyediakan orang yang siap membeli produk Anda. Tugas Anda tinggal memanfaatkannya.



PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
KECAMATAN SETU
DESA CIBENING

Jl. Amaraden No.1 Kp. Rawa Atug RT.003/006
e-Mail.desacibening@bekasikab.go.id Kode Pos 17320

SURAT KETERANGAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Nomor : PM.06.02/356/CBN/ XI /2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Cibening Bekasi, dengan ini menerangkan bahwa :

Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Fakultas : Fakultas Teknik dan Informatika

Program Studi : Sistem Informasi (D3)

Alamat : Jl. Kramat Raya No.98 RT.02 Rw.9, Kwitang Kecamatan Senen, Jakarta
Pusat, DKI Jakarta 10450

Telah melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi” yang dilaksanakan pada :

Hari,Tanggal : Sabtu , 4 November 2023

Waktu : 9.00 s/d 12.00 WIB

Tempat : Balai Desa Cibening Bekasi

Alamat : Jln. Raya Cibening Kec.Setu, Kabupaten Bekasi

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cibening, 7 November 2023

Pj. Kepala Desa Cibening



ABDUL RACHMAT,S.STP
NIP.19920702-201406 1 001



PEMERINTAH KABUPATEN BEKASI
KECAMATAN SETU
DESA CIBENING

Jl. Amaraden No.1 Kp. Rawa Atug RT.003/006
e-Mail.desacibening@bekasikab.go.id Kode Pos 17320

SURAT KETERANGAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Nomor : PM.06.02/356/CBN/ XI /2023

Dengan susunan panitia sebagai berikut :

Penanggung Jawab : Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana : Melyani, S.Pd, MM
Tutor : Dian Indah Sari, SE.AK,MM
Anggota : Etik Dwi Styaningrum, S.Pd, M.Pd
Isyana Emita, SS, MM
Mahasiswa : Meilani Salhsabila
Kiren Agnelia Sugianto

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cibening, 7 November 2023

Pj. Kepala Desa Cibening

ABDUL RACHMAT, S.STP
NIP. 19920702-201406 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial
Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
2. Mitra : Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Melyani
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP : 200904432
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : Manajemen (S1)
 - f. Email : melyani.myn@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 3
Nama Anggota : 201104360 Dian Indah Sari
200109612 Etik Dwi Styaningrum
201609575 Isyana Emita
Mahasiswa yang terlibat : 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Setu
 - b. Kabupaten/Kota : Bekasi
 - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya yang disetujui : Rp.3.200.000,-

Jakarta, 22 Desember 2023

Mengetahui
Rektor UBSI

Ketua Pelaksana



Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi,
M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng

Melyani SPD,MM

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Dr. Taufik Baidawi, M.kom

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Workshop Strategi Pemasaran Online Dengan Media Sosial
Bagi Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
2. Mitra : Anggota PKK Desa Cibening Bekasi
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Melyani
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIP : 200904432
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : Manajemen (S1)
 - f. Email : melyani.myn@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 3
Nama Anggota : Dian Indah Sari
Etik Dwi Styaningrum
Isyana Emita
Mahasiswa yang terlibat : 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Setu
 - b. Kabupaten/Kota : Bekasi
 - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya : Rp.3.300.000,-

Jakarta, 21 Agustus 2023

Mengetahui
Rektor UBSI

Ketua Pelaksana



Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi,
M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng

Melyani SPD,MM

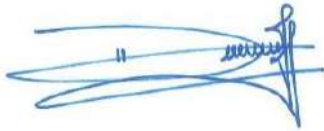
Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Dr. Taufik Baidawi, M.kom

ABSENSI KEHADIRAN PANITIA
PENGABDIAN MASYARAKAT SEMESTER GASAL 2023-2024
KANTOR DESA CIBENING BEKASI

TANGGAL : 4 NOVEMBER 2023

NO	NIP	NAMA	TANDA TANGAN
1	201104360	DIAN INDAH SARI, SE.AK,MM	
2	200904432	MELYANI, S.PD, MM	
3	200109612	ETIK DWI STYANINGRUM, S.PD, M.PD	
4	201609575	ISYANA EMITA SS, MM	
5	11220325	MEILANI SALHSABILA	
5	11220284	KIREN AGNELIA SUGIANTO	

ABSENSI KEHADIRAN PESERTA
PENGABDIAN MASYARAKAT SEMESTER GASAL 2023-2024
KANTOR DESA CIBENING SETU BEKASI

Sabtu, 4 November 2023

No	NAMA	TANDA TANGAN	
1	AROH ROHAYATI	1	
2	Galys. Surtan.		2
3	H. Umar Saio	3	
4	SRI DEW. P		4
5	NASIH	5	
6	SITI RAHAYU		6
7	Herika	7	
8	Amah Lestari		8
9	misih	9	
10	Sopyaneri		10
11	Munawati	11	
12	Neyna		12
13	Santi	13	
14	Uun Suryana		14
15		15	
16			16
17		17	
18			18
19		19	
20			20