

## PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA ONLINE UNTUK MEMASARKAN BARANG PADA IBU-IBU PKK RT.01 RW. 11 KEDUNG KANDANG MALANG

Novi Nugrahani, Atika Syuliswati, Siti Amerieska, Aang Afandi, Ahmad Jarnuzi

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang

email: novinugrahani@polinema.ac.id

### *Abstract*

*The purpose of this Community Service activity is to provide marketing training with online media namely Instagram. Moms households can take advantage of the internet by doing online business without having to leave the house so that you can keep an eye on your family. This community service was held on September 13, 2020 by inviting all member of PKK Grup RT. 01 RW. 11 Kedung Kandang Malang. The training was carried out materials and discussion. The presence of the team majoring in Accountancy at the State Polytechnic of Malang has provide enlightenment and new knowledge that is quite meaningful for all participants. Thing This is proven after Community Service activities, several mothers have started selling businesses online.*

*Keywords: Online Media, Kedung Kandang, Instagram*

### **1. PENDAHULUAN**

Penggunaan teknologi saat ini sudah tidak terhindarkan. Salah satunya adalah internet yang digunakan untuk mengakses informasi dan menjalin komunikasi. Kehadiran internet sebagai media informasi online terbukti memberikan manfaat yang sangat besar bagi semua aspek kehidupan saat ini. Media sosial menjadi pilihan yang tepat bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usaha. Hal ini karena kemudahan akses internet dan biaya yang terjangkau.

Dengan media online, para pelaku ekonomi dapat memperoleh banyak sumber informasi yang pada akhirnya dapat mendukung perkembangan bisnis. Dari situ lahirlah ide-ide baru yang berguna untuk kemajuan bisnis. Selain itu juga mendapatkan informasi peluang usaha, supplier bahan baku, harga jual dari produk sejenis yang ada di pasaran, tips mengatasi masalah bisnis dan informasi lainnya yang bermanfaat. untuk pengembangan bisnis.

Salah satu bentuk media online adalah media sosial. Media sosial yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia adalah Instagram. Dalam Instagram dapat ditampilkan dan dipromosikan produk atau

jasa. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakuakn kepada ibu-ibu PKK karena umumnya berpikir untuk memulai bisnis sebagai penghasilan tambahan. Bisnis ini dijalankan di rumah sambil sekaligus mengurus keluarga. Biasanya ibu-ibu ini menjalankan bisnis kerajinan, catering, menjual produk fashion, kosmetik, keperluan anak, jasa make up dan sebagainya.

### **2. KAJIAN LITERATUR**

Promosi penjualan adalah elemen kunci dari proses penjualan sebuah perusahaan. Promosi yang terbaik didapatkan dari pelanggan yang puas. Media promosi harus ditangani dengan hati-hati karena tidak hanya terkait dengan bagaimana berkomunikasi dengan klien, tetapi juga berkaitan dengan berapa biayanya. Biaya ini seharusnya menyesuaikan diri dengan keadaan dan kemampuan perusahaan. Promosi membuat orang yang sebelumnya tidak tertarik membeli suatu produk tertarik dan mencoba produk tersebut sehingga konsumen dapat melakukan pembelian.

Dalam promosi terdapat 4 (empat) komponen yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*),

penjualan pribadi (*personal selling*), dan publisitas. Periklanan adalah proses mengeluarkan biaya untuk membuat presentasi dalam bentuk ide, barang atau jasa untuk mempengaruhi audiens. *Personal selling* adalah interaksi antara orang-orang yang bertemu langsung sehingga terjadi penjualan sehingga mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang melibatkan penggunaan alat seperti demo, pameran, demonstrasi, dll. Dan publisitas adalah kumpulan informasi tentang seseorang, penyebab atau organisasi yang didistribusikan kepada publik melalui media secara gratis atau tanpa pengawasan sponsor.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008) proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap, yaitu: 1) Identifikasi kebutuhan proses pembelian dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pada bagian dari pembeli. 2) Mencari informasi dari konsumen yang berupaya mencari informasi lebih lanjut. Sumber informasi adalah keluarga, iklan, media, atau pengguna produk. 3) Evaluasi alternatif yaitu mempertimbangkan sebuah produk dengan membandingkan satu produk dengan produk lainnya. 4) Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi bagi konsumen membentuk preferensi untuk merek dalam rangkaian pilihan. Konsumen membentuk niat beli berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan keuntungan yang diharapkan dari produk. 5) Perilaku pasca pembelian yaitu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli. Setelah pembelian, konsumen mengambil tindakan selanjutnya berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka.

Saat ini, praktik pemasaran dengan media sosial mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk. Menurut Thoyibie (2010), media sosial adalah konten yang memuat informasi, pembuatnya adalah orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, dengan akses yang sangat mudah dan bertujuan sebagai sarana komunikasi, memberikan pengaruh dan forum interaksi dengan sesama serta khalayak umum. Media sosial memiliki karakteristik tersendiri untuk melakukan kegiatan promosi produk kepada konsumennya. Karakteristik promosi melalui media sosial (Kurniawan 2015), adalah : 1.

Promosi dan pemasaran dilakukan kapan saja selama tersambung dengan jaringan internet. 2. Jangkauan luas dan tak terbatas. 3. Dapat memilih beragam sosial media yang ada. 4. Penyebaran informasi cepat. 5. Akses konsumen mudah. 6. Waktu promosi 24 jam 7. Rawan akan resiko. 8. Biaya promosi rendah karena tidak perlu mencetak poster atau memasang iklan di media (contoh : televisi atau radio). Dewasa ini, praktek pemasaran melalui media sosial mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran merk produk dan brand suatu perusahaan. Kini orang lebih sering menggunakan media sosial sebagai tempat berkumpul, bertukar informasi, mencari teman baru dan berinteraksi dengan teman lain secara online. Jejaring media sosial berkembang sangat cepat yaitu Facebook, Twitter, WhatsApp dan Instagram. Dengan media sosial memungkinkan membangun hubungan sosial yang lebih pribadi dan dinamis dibandingkan dengan strategi pemasaran tradisional. Kegiatan pemasaran dengan media sosial difokuskan pada pembuatan konten yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk berinteraksi dan membagikannya di jejaring sosial teman-teman mereka. Dampak media sosial berbeda-beda, namun yang umumnya terjadi informasi yang berasal dari media sosial berdampak pada keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

### 3. METODE

Pada program pengabdian kepada masyarakat ini, tim penyaji penyuluhan antara lain dari tim dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Malang. Program ini merupakan suatu program yang berkesinambungan yang didanai dari lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P2M) Politeknik Negeri Malang setiap tahunnya. Peserta kegiatan PKM ini adalah Ibu-ibu PKK RT.01 RW.11 Kedung Kandang Malang. Pelaksanaan kegiatan dengan menggunakan protokol kesehatan yang ketat karena adanya pandemi Covid 19. Kegiatan dilakukan tanggal 13 September 2020 pukul 10.00 WIB. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah :

- Ceramah, dimana penyajian informasi dilakukan secara lisan baik formal maupun informal.

- b. Diskusi dan Tanya jawab  
Selama penyajian materi juga dilakukan diskusi sehingga interaksi berjalan dua arah.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid 19 membuat masyarakat tidak leluasa untuk melakukan aktivitas diluar rumah. Untuk menekan menularnya virus maka pemerintah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang seluruh masyarakat Indonesia berusaha mematuhi. Namun dari kebijakan tersebut muncul masalah terutama dalam kesulitan mencari nafkah bagi keluarga. Hal ini membawa perubahan pada sistem perekonomian masyarakat. Peranan perempuan dalam bidang ekonomi juga berubah, yaitu ikut membantu perekonomian keluarga.

Mayoritas Ibu-Ibu PKK RT 01 RW 11 mayterdiri dari keluarga kelas menengah yang ingin membantu perekonomian keluarga. Keinginan mereka tidak hanya sebagai istri atau seorang ibu, tetapi membantu suami mereka dalam memakmurkan, mensejahterakan dan menjaga kestabilan kebutuhan ekonomi keluarganya. Kebanyakan dari mereka memiliki keahlian dalam memasak, sehingga seringkali menerima pesanan membuat masakan ataupun kue. Dalam pemasaran masih disekitar lingkungan rumah dan secara mukut ke mulut.



Dalam kegiatan ini materi dititikberatkan ke media sosial Instagram. Karena kebanyakan sering menggunakan Instagram terutama dalam mengunggah foto. Dalam kegiatan ini dijelaskan fitur-fitur

yang dimiliki Instagram, antara lain pada sebuah akun Instagram dapat diunggah foto-foto produk. Pada foto dapat dimasukkan judul foto dan diberikan nama lokasi foto. Judul-judul tersebut sebisa mungkin yang dapat digunakan pengguna untuk menarik minat pengguna Instagram lainnya. Hal ini dilakukan dengan mencantumkan nama akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.



Instagram juga memiliki fitur menyebut pengguna lainnya dengan cara menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Penyebutan ini tidak hanya di judul foto, tapi di bagian komentar foto. Hal ini agar dapat berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

Label dalam Instagram merupakan kode untuk memudahkan para pengguna mencari foto dengan memasukkan "kata kunci". Jadi apabila foto sudah diberi label maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Para pengguna dapat memasukkan nama, tempat pengambilan foto, untuk memberitakan adanya kegiatan. Penggunaan label adalah cara yang terbaik dalam mempromosikan foto di Instagram.



Instagram juga memiliki fitur tanda suka yang menandakan pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Dari durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto akan menjadi faktor yang membuat foto tersebut terkenal atau tidak. Akan tetapi hal tersebut juga dipengaruhi jumlah pengikut dalam akun Instagram. Jika sebuah foto menjadi terkenal, maka foto tersebut langsung masuk dalam halaman populer (*viral*). Foto yang terkenal akan membuat jumlah pengikut bertambah banyak.

Terdapat beberapa peraturan dari Instagram diantaranya pelarangan keras untuk foto-foto pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu.

Dari banyak kegunaan yang ada maka Instagram menjadi salah satu alat promosi yang baik dalam menyampaikan sebuah kegiatan itu. Contohnya label #thisisBorobudur dapat menarik perhatian pengguna untuk mengakses foto tersebut.

Beberapa produk terkenal seperti Starbucks, Levi's dan Burberry telah menggunakan media sosial untuk sebagai sarana memperkenalkan produk-produk terbaru pada masyarakat. Dengan media sosial tidak perlu mengeluarkan banyak biaya promosi. Produsen juga dapat berinteraksi langsung dengan konsumen melalui Instagram.

## 5. SIMPULAN

Pelatihan ini menambah wawasan bagi ibu-ibu PKK RT 01 RW 11 tentang pemasaran dengan media sosial. Selama ini

mereka yang memiliki usaha hanya mengandalkan pemasaran di lingkungan sekitar dan dari mulut ke mulut. Dari hasil pelatihan akan diaplikasikan pada usaha mereka sehingga pangsa pasar dapat lebih luas. Untuk mereka yang belum memiliki usaha sendiri menjadi termotivasi untuk memiliki usaha. Karena dengan media sosial dapat menekan biaya promosi serta dilakukan dari rumah sambil mengurus keluarga.

## 6. DAFTAR REFERENSI

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kurniawan, Hendra dkk. 2015. Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Garam (PERSERO). *Magister Manajemen*, Universitas Narotama. Vol.1, No. 2.

Thoyibie, L. 2010. *Psikologi Sosial Media*. Diakses 23 September 2021. <http://komunikasi-indonesia.or>