

Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Bagi Wirausahawan Di Era Digital

Widia Astuti, Nur Kumalasari, Fransiska Xavier Bude, Mersiana Fatima Wea Tao
Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email :

dosen02197@unpam.ac.id, nurkmlsrii5@gmail.com, dinibude47@gmail.com,
mersianafatimaweat@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah cara bisnis dijalankan, termasuk dalam hal pemasaran. Media sosial kini menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif, memungkinkan wirausahawan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Namun, banyak wirausahawan, terutama di sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM), masih mengalami kesulitan dalam memahami dan memanfaatkan media sosial secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas wirausahawan dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran strategis di era digital. Pelatihan ini dilaksanakan Di SMK AL – HIDAYAH CIPUTAT, dengan sasaran utama para Siswa yang mengambil jurusan di bidang pemasaran. Materi yang diberikan mencakup pengenalan berbagai platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp), strategi pemasaran digital berbasis konten, cara membangun identitas merek (branding), teknik pembuatan konten menarik (foto, video, dan teks), serta penggunaan fitur analitik untuk mengevaluasi performa kampanye. Metode pelaksanaan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Peserta mampu membuat konten kreatif, mengelola akun media sosial secara profesional, dan memahami cara mengukur keberhasilan kampanye melalui data analitik. Selain itu, terdapat peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mempromosikan produk atau jasa mereka secara digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan Siswa dapat lebih kompetitif di era digital, meningkatkan daya saing usaha, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Keberlanjutan program ini akan diupayakan melalui pendampingan dan pembentukan komunitas wirausaha digital.

Kata Kunci: Media sosial, pemasaran digital, wirausahawan, pelatihan, transformasi digital, UKM

ABSTRACT

Digital transformation has revolutionized the way businesses operate, including in marketing. Social media has become one of the most effective marketing tools, enabling entrepreneurs to reach consumers more broadly at relatively low costs. However, many entrepreneurs, especially in the Small and Medium Enterprises (SMEs) sector, still face challenges in understanding and utilizing social media optimally. This community service activity aims to enhance the capacity of entrepreneurs in leveraging social media as a strategic marketing tool in the digital era. The training was conducted at SMK AL-HIDAYAH CIPUTAT, targeting

students majoring in marketing. The materials provided included an introduction to various social media platforms (such as Instagram, Facebook, TikTok, and WhatsApp), content-based digital marketing strategies, building brand identity (branding), techniques for creating engaging content (photos, videos, and texts), and utilizing analytics features to evaluate campaign performance. The implementation methods involved interactive lectures, group discussions, and hands-on practice to ensure participants could apply the knowledge gained. The results of this activity showed an improvement in participants' understanding and skills in utilizing social media for marketing. Participants were able to create creative content, manage social media accounts professionally, and understand how to measure campaign success through analytical data. Additionally, there was an increase in participants' confidence in promoting their products or services digitally. Through this training, students are expected to become more competitive in the digital era, enhance business competitiveness, and contribute to local economic growth. The sustainability of this program will be pursued through mentoring and the establishment of a digital entrepreneurship community.

Keywords: Social media, digital marketing, entrepreneurs, training, digital transformation, SME

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara wirausahawan menjalankan bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran. Media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp, telah menjadi alat penting untuk mempromosikan produk dan jasa secara luas dengan biaya yang terjangkau. Namun, tidak semua wirausahawan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk memanfaatkan media sosial secara optimal. Banyak pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menghadapi tantangan seperti kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital, keterbatasan dalam membuat konten menarik, serta minimnya keterampilan teknis dalam menggunakan fitur-fitur media sosial. Kondisi ini mengakibatkan peluang pemasaran digital yang seharusnya dapat meningkatkan daya saing menjadi kurang dimanfaatkan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan kepada wirausahawan agar mereka dapat menggunakan media sosial secara efektif sebagai alat pemasaran.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi siswa adalah :

1. Bagaimana meningkatkan pemahaman wirausahawan mengenai pentingnya media sosial sebagai alat pemasaran?
2. Bagaimana membekali wirausahawan dengan keterampilan teknis untuk membuat konten yang menarik dan relevan?
3. Bagaimana membantu wirausahawan merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan usaha mereka? Bagaimana memastikan wirausahawan dapat mengevaluasi keberhasilan pemasaran mereka menggunakan data analitik media sosial?

TUJUAN KEGIATAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Meningkatkan pemahaman wirausahawan mengenai media sosial sebagai alat pemasaran.

2. Memberikan keterampilan teknis dalam membuat konten kreatif yang sesuai dengan target pasar.
3. Membantu wirausahawan merancang strategi pemasaran digital yang efektif.
4. Membekali wirausahawan dengan kemampuan menganalisis performa kampanye pemasaran melalui fitur analitik media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Di Era Digital

Media sosial telah menjadi salah satu sarana yang paling efektif untuk memasarkan produk atau jasa. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan individu dan komunitas untuk menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi, ide, dan konten. Dengan perkembangan teknologi, platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi juga menjadi alat strategis untuk pemasaran. Keunggulan media sosial dalam menjangkau audiens yang luas dengan biaya rendah menjadi alasan utama banyak wirausahawan menggunakannya (Kotler & Keller, 2016).

2. Tantangan Wirausahawan Dalam Penggunaan Media Sosial
Wirausahawan, terutama di sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM), sering menghadapi tantangan dalam memahami dan memanfaatkan media sosial secara efektif. Tantangan ini mencakup kurangnya pengetahuan teknis, keterbatasan sumber daya, serta kesulitan dalam membuat konten yang menarik dan relevan (Ainin et al., 2015). Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan menjadi penting untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran.

3. Strategi Pemasaran Digital Berbasis Konten

Menurut Pulizzi (2014), pemasaran berbasis konten (content marketing) adalah pendekatan strategis yang berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens tertentu. Dalam konteks pelatihan ini, siswa diperkenalkan pada berbagai strategi seperti storytelling, penggunaan visual menarik, dan pemanfaatan tren untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen.

4. Pentingnya Pendidikan Vokasional Dalam Era Digital

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peran penting dalam menyiapkan siswa untuk dunia kerja, termasuk dalam bidang wirausaha. SMK Al-Hidayah Ciputat, sebagai institusi pendidikan, berkomitmen untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan, termasuk pemasaran digital. Menurut Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, integrasi teknologi dalam kurikulum SMK bertujuan untuk meningkatkan kesiapan siswa menghadapi tuntutan pasar kerja di era digital.

5. Efektivitas Pelatihan dalam Meningkatkan Kompetensi Digital

Studi oleh Ferreira et al. (2018) menunjukkan bahwa pelatihan yang berbasis praktik langsung lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi digital dibandingkan dengan metode pembelajaran tradisional. Dalam pelatihan di SMK Al-Hidayah Ciputat, metode interaktif seperti ceramah, diskusi kelompok, dan praktik langsung digunakan untuk memastikan peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh.

6. Analitik Media Sosial Sebagai Alat evaluasi Kampanye

Penggunaan analitik media sosial memungkinkan wirausahawan untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye pemasaran mereka. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), analitik memberikan data yang penting untuk memahami perilaku konsumen, mengukur interaksi, dan meningkatkan strategi pemasaran di masa depan.

Tinjauan Pustaka ini memberikan Pelatihan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran sangat relevan dalam konteks wirausaha di era digital. Dengan memberikan pelatihan ini di SMK Al-Hidayah Ciputat, diharapkan siswa dapat meningkatkan kompetensi mereka dalam pemasaran digital, mengembangkan kemampuan wirausaha, dan menjadi lebih kompetitif di dunia kerja.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan ini mengadopsi pendekatan partisipatif untuk memastikan keterlibatan aktif peserta. Tahapan yang dilakukan meliputi:

1. Observasi Awal dan Identifikasi Kebutuhan di SMK AL – HIDAYAH CIPUTAT
Dilakukan pemetaan awal terhadap kemampuan peserta, yaitu siswa jurusan pemasaran di SMK Al-Hidayah, untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka tentang media sosial sebagai alat pemasaran.
2. Sambutan dari Bapak Kepala Sekolah SMK AL-HIDAYAH CIPUTAT dan Dosen
3. Penyampaian Materi
Pemaparan teori tentang pemasaran digital, peran media sosial dalam bisnis, dan teknik dasar pengelolaan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp).
4. Sesi tanya jawab
Dilakukan sesi tanya jawab antara pemateri dan siswa agar menambah wawasan siswa
5. Pembagian hadiah
Pembagian hadiah ini diberikan kepada siswa yang berani memberikan pertanyaan dan jawaban yang sudah di berikan kepada pemateri.
6. Evaluasi dan Refleksi Bersama
Kegiatan diakhiri dengan presentasi hasil kerja kelompok dan refleksi, untuk mengevaluasi pemahaman dan

penerapan yang telah dicapai selama pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kondisi Awal SMK Al-Hidayah Ciputat
Hasil observasi dan Focus Group Discussion (FGD) dengan siswa jurusan pemasaran di SMK Al-Hidayah Ciputat menunjukkan:

- Sebagian besar siswa hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi dan belum memahami potensi media sosial sebagai alat pemasaran.
- Pemahaman tentang strategi pemasaran berbasis konten sangat terbatas.
- Kemampuan teknis, seperti pembuatan konten menarik (foto, video, teks), serta pemanfaatan fitur analitik media sosial masih rendah.

Namun, siswa memiliki antusiasme tinggi terhadap pelatihan yang memberikan wawasan praktis dan relevan dengan kebutuhan industri di era digital.

Pembahasan

Tantangan dan Peluang
Pelatihan ini menghadapi beberapa tantangan dan peluang, yaitu:

Tantangan:

1. **Keterbatasan perangkat teknologi:** Sebagian siswa tidak memiliki akses ke perangkat canggih, seperti kamera berkualitas tinggi atau perangkat lunak pengeditan profesional.
2. **Beragam tingkat kemampuan awal siswa:** Terdapat kesenjangan dalam keterampilan dasar teknologi antara siswa yang sudah terbiasa dengan media sosial dan yang belum.

3. **Minimnya pengetahuan tentang analitik media sosial:** Kebanyakan siswa belum memahami bagaimana memanfaatkan data analitik untuk mengevaluasi performa kampanye pemasaran.

Peluang:

1. **Tersedianya platform media sosial yang mudah diakses:** Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp dapat digunakan dengan perangkat sederhana.
2. **Potensi kolaborasi dengan pelaku usaha lokal:** Siswa dapat menerapkan keterampilan yang diperoleh untuk mendukung pemasaran produk lokal di sekitar sekolah.
3. **Antusiasme siswa:** Keinginan tinggi untuk mempelajari keterampilan baru yang relevan di era digital membuka peluang untuk keberhasilan pelatihan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Siswa di SMK Al-Hidayah Ciputat memiliki potensi besar untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, namun perlu peningkatan keterampilan dan pemahaman.
2. Pelatihan yang mengombinasikan teori dan praktik terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi siswa.
3. Penggunaan media sosial dapat membantu siswa mengembangkan kemampuan wirausaha yang relevan dengan tuntutan era digital.

Saran

1. Diperlukan pelatihan lanjutan untuk mendalami topik tertentu, seperti pemasaran menggunakan iklan

berbayar (Facebook Ads, Instagram Ads).

2. Sekolah dapat membentuk komunitas wirausaha digital untuk memonitor dan mendukung implementasi keterampilan siswa.
3. Kerjasama dengan pelaku usaha lokal, universitas, atau pihak lain untuk memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan tambahan dan praktik nyata.
4. Pemerintah daerah atau sponsor swasta diharapkan dapat membantu penyediaan fasilitas teknologi bagi siswa dengan keterbatasan perangkat.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan

Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk

Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhlas Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhlas Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru

Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

SMK Al-Hidayah Ciputat. (2024). Visi dan Misi SMK Al-Hidayah Ciputat. Diakses dari <https://www.smk-alhidayahciputat.sch.id>.

Hootsuite. (2024). The power of social media for entrepreneurs in the digital age. Diakses dari <https://hootsuite.com>.

Marketing Week. (2024). Key strategies to build competitive marketing advantage. Diakses dari <https://www.marketingweek.com>.

DOKUMENTASI KEGIATAN

