

## **Pengarahan Teknik Pemasaran Dengan Sosial Media Dalam Upaya Pengenalan Digital Marketing**

**Tutri Indraswari<sup>1</sup>, Kartika Sari Dewi, Ita Darsita<sup>3</sup>,**

Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email: [dosen02446@unpam.ac.id](mailto:dosen02446@unpam.ac.id), [dosen02506@unpam.ac.id](mailto:dosen02506@unpam.ac.id), [dosen02235@unpam.ac.id](mailto:dosen02235@unpam.ac.id)

### **Abstract**

This Community Service activity aims to provide Marketing Techniques Directions with Social Media in an effort to introduce digital marketing to members of the Asri Berseri Waste Bank, Pamulang, South Tangerang. The method of activity used is to provide explanations and directions on how and steps to use social media properly. After being analyzed, we gave an explanation to the participants about how to use social media as a marketing technique and the introduction of technology in marketing products in today's digital marketing era. PKM activities play a positive role in increasing knowledge and hope to be better at using existing social media, in order to increase household income

**Keywords: PKM, Social Media, Digital Marketing**

### **Abstrak**

Kegiatan Pegabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan Pengarahan Teknik Pemasaran dengan Sosial Media dalam upaya pengenalan digital marketing kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang, Tangerang Selatan. Metode kegiatan yang digunakan adalah dengan memberikan penjelasan dan pengarahan bagaimana cara dan langkah menggunakan sosial media dengan baik. Setelah dianalisis maka kami memberikan pemaparan kepada para peserta tentang bagaimana menggunakan sosial media sebagai salah satu teknik marketing dan pengenalan teknologi dalam memasarkan produk dalam bisnis era digital marketing saat ini. Kegiatan PKM berperan positif dalam meningkatkan pengetahuan dan pengharapan untuk dapat lebih baik lagi dalam menggunakan sosial media yang ada, guna meningkatkan penghasilan rumah tangga

**Kata Kunci :** PKM, Sosial Media, Digital Marketing

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Analisis Situasi Permasalahan**

Kondisi Pandemi yang saat ini kita rasakan telah memaksa pemerintah Indonesia untuk melakukan kebijakan penguncian wilayah dan pembatasan sosial secara besar-besaran. Sebagai

konsekuensi, kebijakan tersebut menyebabkan aktivitas ekonomi dan sosial menjadi terganggu yang pada akhirnya ditransmisikan kepada gangguan terhadap perekonomian secara keseluruhan termasuk gangguan di pasar tenaga kerja dan penurunan tingkat pendapatan pekerja di seluruh wilayah.

Disamping itu, hampir semua orang yang mengenal internet pasti punya akun media sosial seperti Twitter, Facebook, Google+, dan lain-lain, atau paling tidak mereka pasti memiliki akun di salah satu media sosial tersebut. Pada awalnya media sosial dibuat untuk kegiatan bersosial secara online, dan ternyata saat ini media sosial sangat efektif digunakan sebagai media promosi bisnis. Jika saat ini memiliki sebuah bisnis dan tidak dipromosikan secara online maka para wirausaha sudah sangat ketinggalan dengan pesaing yang menggunakan media sosial.

Peluang bisnis dengan dunia sosial sebenarnya lebih dari tentang promosi saja. Kita bisa menjadi seseorang yang hanya berorientasi pada keuntungan dalam jangka panjang dengan orang-orang yang terhubung di media sosial. Karena Media sosial adalah tempat atau platform yang tepat dan sempurna untuk berinteraksi secara langsung dengan customer. Dengan begitu, kita dapat menggunakan peluang bisnis media sosial untuk meningkatkan penjualan produk.

Para pengguna media sosial harus semakin kreatif dalam menggunakan media sosial, agar bisa memenangkan persaingan dalam bisnis atau usahanya. Bisnis online dapat dikatakan sebagai bisnis yang sangat cukup menjanjikan, sehingga dijamin ini bisnis online sangat digemari oleh para pelaku usaha baru atau start up. Sangat beragam peluang bisnis dalam media sosial, ini yang menjadi alasan media sosial semakin digemari oleh para pelaku usaha online.

Media sosial juga banyak menyuguhkan informasi yang belum tentu kebenarannya, maka perlu berhati-hati dalam menggunakan media

sosial dalam kehidupan sehari-hari atau pun melakukan promosi usaha. Banyaknya pengguna media sosial yang berasal dari anak-anak, maka para orang tua harus semakin hati-hati dalam mendidik anaknya.

Maka dari itu, banyak peluang bisnis dengan media sosial dapat digunakan dengan baik, yang sangat rugi sekali apabila dilewatkan begitu saja, menjadi pengguna media sosial yang baik dan berpeluang menjadi pengusaha yang sukses.\

## **1.2 Perumusan Masalah**

- a. Bagaimana memberikan pemahaman cara menggunakan sosial media dalam berbisnis ?
- b. Bagaimana memberikan pemahaman tentang tujuan sosial media dalam berbisnis?
- c. Bagaimana memberikan pemahaman tentang pentingnya perkembangan digital marketing ?
- d. Bagaimana memberikan solusi-solusi agar dapat menggunakan sosial media yang baik dalam berbisnis ?

## **1.3 Maksud Dan Tujuan Pengabdian Masyarakat :**

1. Tujuan Umum  
Yaitu mensosialisasikan bagaimana Teknik Pemasaran dengan Sosial Media dalam upaya pengenalan digital marketing kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang, Tangerang Selatan.
2. Tujuan Khusus
  - a) Mengarahkan bahwa penggunaan media sosial yang baik itu perlu dilakukan
  - b) Menjelaskan apa tujuan upaya pengenalan digital marketing kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri

- c) Memberikan pengarahan kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri tentang teknologi pada era digital marketing

#### 1.4 Manfaat Pengabdian

Berikut manfaat pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi para anggota Bank Sampah Asri Berseri diharapkan dapat menambah wawasan, bagaimana menggunakan sosial media dalam mengembangkan bisnis.
2. Manfaat bagi para dosen pelaku Pengabdian Kepada Masyarakat, dapat berbagi pengetahuan dan memberikan masukan untuk para anggota Bank Sampah Asri Berseri

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Pengarahan

Pengertian pengarahan menurut G.R Terry ( 2000: hlm,18 ), adalah Directing merupakan pengarahan yang diberikan kepada bawahan sehingga mereka menjadi karyawan yang berpengetahuan dan akan bekerja efektif menuju sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan .

Menurut Siswanto (2007: 111), menyatakan “Pengarahan adalah suatu proses pembimbingan, pemberian petunjuk, dan instruksi kepada bawahan agar mereka bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan”.

Sedangkan menurut Wikipedia, Pengarahan (directing) adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha.

### 2.2 Pengertian Sosial Media

#### A. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2012), "Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return", artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan

Menurut Stanton (2013), Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Sedangkan Melydrum (2016), Pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

#### B. Pengertian Media Sosial

Pengertian media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), adalah Media yang digunakan oleh konsumen untuk berbasis teks, gambar, suara dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan sebaliknya. Menurut Margie Clayman (2013), media sosial

adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan yang sebelumnya tidak mungkin.

Sedangkan menurut Dave Kerpen (2011), media sosial adalah teks, gambar, video dan kaitan secara daring yang dibagikan antara orang-orang dan organisasi. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan.

### **2.3 Permasalahan Mitra**

Di masa pandemi seperti sekarang ini, seorang harus mengetahui cara mengelola keuangan. Dengan kata lain, Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Bahkan tanpa dipungkiri bila ternyata saat ini banyak orang sukses berasal dari mereka yang mengembangkan usahanya lewat media sosial. Karena seperti yang diketahui bahwa jaringan media sosial itu ada banyak hingga ke seluruh penjuru dunia.

Adapun peluang ini harusnya dapat dirasakan juga dalam skala rumah tangga, dimana selain selain memperoleh penghasilan lain juga dapat mengembangkan potensi diri dalam berwirausaha.

### **2.4 Solusi Permasalahan**

Di era yang serba teknologi seperti saat ini, memudahkan banyak pelaku bisnis untuk mempromosikan usaha mereka melalui internet dengan berbagai cara. Tujuan utama dari penggunaan internet saat ini adalah

untuk membantu dalam mendapatkan konsumen secara luas. Digital marketing adalah strategi yang sangat tepat untuk membantu aktivitas promosi.

Teknik pemasaran dengan media sosial adalah proses meraih kunjungan pengguna internet ke situs tertentu atau perhatian khalayak ramai melalui situs-situs sosial media.

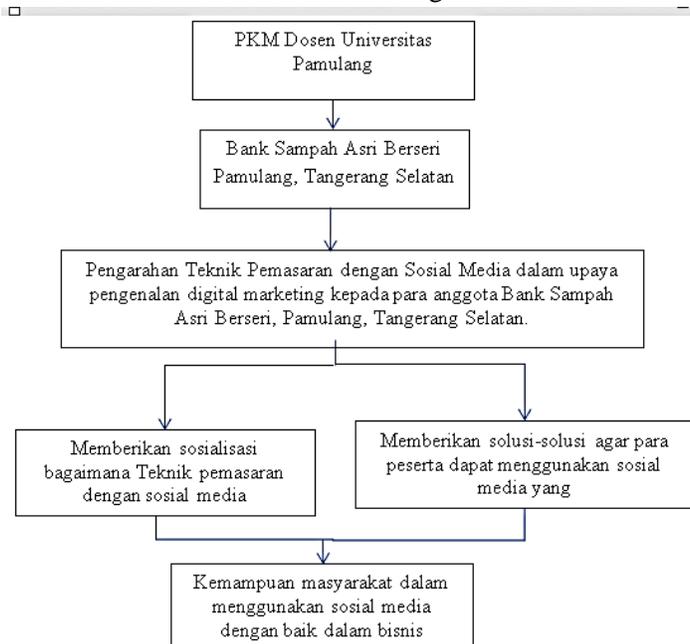
Kegiatan pemasaran dengan menggunakan media sosial biasanya berpusat pada usaha sebuah perusahaan untuk menciptakan konten yang menarik perhatian, sehingga mendorong para pembaca untuk membagikan konten tersebut melalui jejaring media sosial milik mereka. yakni komentar-komentar yang diberikan dan dibagikan oleh konsumen di internet (misalnya situs web, jejaring sosial, pesan pendek, unggahan status) tentang acara, produk, servis, merek, atau perusahaan tertentu. Ketika pesan pemasaran tersebut tersebar dari pengguna yang satu ke pengguna yang lain, sehingga tampaknya muncul dari pihak ketiga yang tepercaya alih-alih dari merek atau perusahaan tertentu, hal ini membuahkan hasil yang sama dengan kegiatan pemasaran dengan membayar media tertentu.

Situs jejaring sosial adalah tempat seseorang untuk berinteraksi dan membangun hubungan pertemanan dengan orang lain di dunia maya. Ketika sebuah perusahaan membuat akun melalui situs ini, konsumen dapat berinteraksi secara langsung dengan perusahaan tersebut. Interaksi ini akan terasa lebih intim ketimbang metode lama, seperti komunikasi pemasaran dan iklan di media konvensional.

### BAB III METODE PELAKSANAAN

#### 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

- Memberikan pengarahan teknik Pemasaran dengan Sosial Media dalam upaya pengenalan digital marketing kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang
- Memberikan dan mengajarkan tentang penggunaan Sosial Media kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang
- Memberikan pengenalan dan pemahaman digital marketing kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang
- Memberikan solusi-solusi agar Sosial Media yang digunakan lebih efektif kepada para anggota Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang



individu mampu menggunakan sosial media yang ada, sehingga dapat mengembangkan bisnis dan usaha yang dimiliki agar berjalan lebih baik dengan

peningkatan promosi yang sudah dilakukan.

#### 3.3 Khalayak Sasaran

Para para anggota masyarakat Bank Sampah Asri Berseri, Pamulang, Tangerang Selatan yang hadir berkisar 21 orang, yang berinteraksi sangat baik dan menerima segala pengarahan dan materi tentang bagaimana Pemasaran dengan Sosial Media dalam upaya pengenalan digital marketing yang diberikan oleh tim dosen dengan baik.

#### 3.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh dosen Universitas Pamulang prodi Manajemen dilaksanakan pada :

Tempat : Bank Sampah Asri Berseri yang berada di Perumahan Griya Pamulang Asri RT06/RW.009, Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan

Waktu : 06 s/d 07 Juni 2022

#### 3.5 Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dengan cara survey terlebih dahulu dan melakukan kunjungan ke Bank Sampah Asri Berseri Pamulang dan memberikan pengarahan materi tentang bagaimana Pemasaran dengan Sosial Media dalam upaya pengenalan digital marketing.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakan Pengarahan Teknik Pemasaran dengan Sosial Media dalam upaya pengenalan digital marketing, maka tingkat keberhasilan penyelenggaraan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini

dapat dilihat dari hasil evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, yaitu:

1. Evaluasi proses yaitu untuk mengetahui pelaksanaan dari program yang dibuat serta keterlibatan peserta atau khalayak sasaran antara strategis selama mengikuti kegiatan. Evaluasi ini dilakukan dari awal sampai akhir kegiatan dengan melihat tanggapan peserta penjelasan dan contoh-contoh yang diberikan, melakukan sesi tanya jawab yang interaktif namun hanya ada beberapa masyarakat atau peserta yang belum bisa menangkap materi dengan baik dikarenakan usia.
2. Evaluasi hasil yaitu untuk mengetahui seberapa jauh tingkat keberhasilan tujuan yang telah dirumuskan, dapat dilihat dari respon (tanggapan) peserta terhadap sosialisasi pelatihan yang telah dilakukan pada saat kegiatan berlangsung.

Sosialisasi dilakukan selama dua hari pada tanggal 06 s/d 07 Juni 2022 dihadiri peserta yaitu masyarakat yang merupakan anggota Bank Sampah Asri Berseri Pamulang sebanyak 21 peserta. Semua peserta mengikuti kegiatan secara penuh dikarenakan semua peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi. Dari respon (tanggapan peserta) yang diberikan mereka semua sangat berharap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat seperti ini dalam dilakukan kembali pada periode-periode berikutnya. Adapun beberapa faktor pendorong terlaksananya kegiatan sosialisasi ini adalah sebagai berikut:

1. Dari pihak peserta (para anggota Bank Sampah Asri Berseri) begitu antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.
2. Pelaksanaan kegiatan ini dapat memberikan pengetahuan tambahan atau menambah wawasan bagi peserta mengenai manfaat penggunaan sosial media bagi dunia bisnis
3. Kesiapan dan semangat para peserta kegiatan ini begitu besar untuk

mendapatkan pengetahuan yang disiapkan oleh panitia pelaksana.

4. Faktor pendorong lainnya adalah kesiapan anggota tim pelaksana yang telah menyiapkan diri, terutama dalam pemberi materi pada kegiatan pengabdian ini sangatlah interaktif dan memberikan suasana yang bersahaja.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh dosen-dosen Universitas pada program studi manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu Bank Sampah Asri Berseri yang berada di Perumahan Griya Pamulang Asri, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten.

Harapan kami selaku dosen, dengan pengabdian ini dapat menambah pemahaman dan wawasan tentang bagaimana Teknik menggunakan sosial media yang baik sehingga mampu meningkatkan sehingga dapat menggunakan teknologi yang ada secara baik dan terarah.

Materi yang kami berikan yaitu tentang gambaran secara umum tentang apa saja sosial media yang ada saat ini, Teknik promosi sederhana yang menarik, bagaimana cara menggunakan sosial media yang baik guna meningkatkan usaha maupun bisnis yang dimiliki.

#### **5.2 Saran**

Dalam laporan kegiatan ini mungkin banyak kekurangan yang ada, untuk itu kami berharap masukan dan

kritikan dalam rangka perbaikan untuk kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang. Semoga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar Universitas Pamulang.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung kegiatan yang kami laksanakan dan kami mohon maaf apabila dalam laporan ini banyak ditemukan kekurangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agency, Beranda (2012). Dropshipping: Cara Mudah Bisnis Online. Jakarta: PT. Elex Media Komputering.
- Alma, B. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Dewi, Kurnia; Yaspita, Hasanah; Yulianda, Airine (2020). Manajemen Kewirausahaan. Jakarta: Deepublish.
- Hadi, Purnomo (2012). Jualan Online Tanpa Repot Dengan Dropshipping. Jakarta: PT. Elex Media Komputering.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nordhaus, Samuelson. 2013. *Ilmu Mikro ekonomi*. Jakarta : PT. Global Media Edukasi.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Sari, Anggri Puspita (2011). Kendala Bisnis Online Dan Solusinya. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. Wahana Komputer, Jakarta (2013)
- 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).
- 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., 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. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Program 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(1), 71-75.
- Pasaribu, V. L. D., Jannah, M., Fazar, M., Putra, S. P., Monalisa, M., & Sofa, M. (2021). MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA DIMASA PANDEMI PADA IBU PKK RT 004/003 KELURAHAN SAWAH BARU CIPUTAT, TANGERANG SELATAN. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 295-301.
- Pasaribu, V. L. D., Yuniati, H. L., Pranata, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. A. (2021).

- MANAJEMEN KEUANGAN  
UNTUK MENGHADAPI DAN  
BERTAHAN DI ERA COVID  
19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma  
Manajemen*, 2(2), 12-18.
- 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., Syafei, A. N., Farhan, A.,  
Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani,  
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., Septiani, F., Rahayu, S.,  
Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A.,  
... & Rahim, R. (2021). Forecast  
Analysis of Gross Regional Domestic  
Product based on the Linear  
Regression Algorithm Technique.
- Priadi, A., Pasaribu, V. L. D., Virby, S.,  
Sairin, S., & Wardani, W. G. (2020).  
Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis  
Sumber Daya Desa Dikelurahan  
Rempoa. *Abdi Laksana: Jurnal  
Pengabdian Kepada  
Masyarakat*, 1(3), 356-35
- Pasaribu, V. L. D., Priadi, A.,  
Anismadiyah, V., Rahayu, S., &  
Maduningtias, L. (2021).  
PENYULUHAN KREATIF DAN  
INOVATIF MENINGKATKAN  
MUTU PRODUKSI UMKM DI  
DESA BELEGA KABUPATEN  
GIANYAR. *Pro Bono Jurnal*
- Pengabdian Kepada  
Masyarakat*, 1(02).
- Pasaribu, V. L. D. (2021). PELATIHAN  
BERBASIS ONLINE DI ERA  
COVID-19. *Jurnal Abdimas Tri  
Dharma Manajemen*, 2(3), 26-32.
- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R.  
(2021). ADAPTASI  
KEHIDUPAN NEW NORMAL  
PADA MASA PANDEMI  
COVID-19 DIYAYASAN  
PONDOK PESANTREN DAN  
PANTI ASUHAN NURUL  
IKHSAN KECAMATAN SETU,  
KOTA TANGERANG  
SELATAN. *Jurnal Lokabmas  
Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi  
Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.
- Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan  
Manajemen Komunikasi*, MedPress,  
Yogyakarta, Cet. 8, 2009, hlm. 135
- Trisno Yuwono, *Kamus lengkap Bahasa  
Indonesia*, (Surabaya: Arkola) h.330