

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PARFUM MELALUI SOSIAL MEDIA PADA IBU-IBU PKK KELURAHAN CIATER KECAMATAN SERPONG KOTA TANGERANG SELATAN

Noviyani, Ade Irma, Ady Hendriansyah, Sarihon Marbun.

Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang

Noviyaniazs@gmail.com; Adeirma882000@gmail.com; Adi.hendriansyah@gmail.com;

Sarihonmarbun5@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan berbagi pengalaman ilmu pengetahuan kepada masyarakat melalui kelembagaan untuk membantu pengembangan kemampuan dan keterampilan masyarakat dalam banyak bidang. Seperti yang kita ketahui, media sosial bukan hanya digunakan sebagai media komunikasi dan bersosialisasi, melainkan dapat juga digunakan sebagai media berwirausaha. Adanya bisnis online di berbagai media sosial, yang menguntungkan bagi masyarakat. Terhitung sebagian besar masyarakat berbelanja lewat media sosial, karena menurut mereka berbelanja lewat sosial media itu mudah dan cepat, selain itu barang-barang yang ditawarkan tidak kalah dengan barang-barang yang di jual di pasar bebas. Oleh karena itu sebagian besar produsen menggunakan media sosial media untuk memasarkan produk mereka. Bagaimana peran media sosial dalam peningkatan nilai jual produk dan juga media sosial apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk merupakan hal yang menjadi alasan pengabdian masyarakat ini diadakan, dengan tujuan untuk menjelaskan peran dan juga media sosial apa yang tepat digunakan untuk memasarkan produk. Dilaksanakan dengan tiga tahap yaitu pemberian materi, praktek menggunakan media sosial itu sendiri dan terakhir evaluasi kembali apa yang telah disampaikan dengan memberi ruang kepada Ibu-ibu PKK untuk bertanya. Hasil pengabdian kali ini dilakukan menurut persentase kehadiran para ibu-ibu PKK dikelurahan Ciater, kesungguhan dan hasil kegiatan, juga antusias dalam bertanya. Dari hasil ketiga aspek tersebut memperoleh hasil yang memuaskan, ibu-ibu PKK dikelurahan Ciater merasa puas dan sangat antusias terhadap kegiatan ini karena mendapatkan tambahan ilmu tentang bagaimana melakukan promosi penjualan parfum melalui media sosial. Untuk lebih meningkatkan daya jual produk parfum. Kita harus memperluas pengenalan sebuah produk. Agar lebih di kenal oleh masyarakat dengan cara memasarkannya melalui media sosial.

Kata Kunci: Sosial media ; bisnis online ; ekonomi masyarakat

Abstract

Community service is an activity to share knowledge experiences with the community through institutions to help develop community abilities and skills in many fields. As we know, social media is not only used as a medium of communication and socializing, but can also be used as a medium for entrepreneurship. The existence of an online business on various social media, which is beneficial for the community. It counts that most people shop through social media, because according to them shopping through social media is easy and fast, besides that the goods offered are not inferior to goods sold in the free market. Therefore, most producers use social media to market their products. How the role of social media in increasing the selling value of products and also what social media is used to market products is the reason why this community

service is held, with the aim of explaining the role and also what social media is appropriate to use to market products. It is carried out in three stages, namely providing material, practicing using social media itself and finally re-evaluating what has been conveyed by giving space to PKK mothers to ask questions. The results of this service were carried out according to the percentage of the presence of PKK mothers in the Ciater village, the sincerity and results of the activities, as well as enthusiasm in asking questions. From the results of the three aspects obtained satisfactory results, the PKK women in the Ciater sub-district were satisfied and very enthusiastic about this activity because they gained additional knowledge about how to promote perfume sales through social media. To further increase the selling power of perfume products. We have to expand the introduction of a product. To be better known by the public by marketing it through social media.

Keywords: *Social media ; online business ; community economy*

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial di kalangan masyarakat berkembang begitu pesat. Tidak hanya orang dewasa dan para remaja, namun anak kecil pun sudah bisa menggunakan media sosial. Berbagai kemudahan telah dirasakan dalam penggunaan media sosial, sebagai sarana komunikasi, sosialisasi, penyaluran hobi, menambah pengetahuan, dan masih banyak lagi.

Seperti yang kita ketahui, media sosial bukan hanya digunakan sebagai media komunikasi dan bersosialisasi, melainkan dapat juga digunakan sebagai media berwirausaha. Sosial media dalam era globalisasi sekarang ini banyak membawa dampak positif dengan memberi akses bagi orang-orang yang ingin bekerja secara efektif dan efisien tanpa harus keluar rumah.

Adanya bisnis online di berbagai media sosial, yang menguntungkan bagi masyarakat. Terhitung sebagian besar masyarakat berbelanja lewat media sosial, karena menurut mereka berbelanja lewat sosial media itu mudah dan cepat, selain itu barang-barang yang ditawarkan tidak kalah dengan barang-barang yang di jual di pasar bebas. Oleh karena itu sebagian besar produsen menggunakan media social media untuk memasarkan produk mereka. Media sosial juga dinilai sangat dekat dengan masyarakat sehingga masyarakat akan lebih mengenal produk tersebut melalui media

sosial. Pengguna media sosial juga setiap tahun semakin bertambah, seperti produk parfum, makan, dan lain-lain.

Berdasarkan paparan tersebut dalam kami membahas mengenai Strategi Peningkatan Penjualan Parfum Melalui Sosial Media Pada Ibu-Ibu PKK Kelurahan Ciater Kecamatan Serpong Kota Tangerang Selatan

METODE PELAKSANAAN

Untuk memecahkan masalah yang sudah diidentifikasi dan dirumuskan tersebut diatas agar penyuluhan dapat berjalan dengan lancar maka sebagai alternatif pemecah masalah adalah sebagai berikut:

Pendampingan dilakukan pendekatan kelompok dan praktek. Pendekatan klasikal dilakukan pada saat pemberian materi tentang bagaimana cara pemasaran produk minyak wangi. Adapun metode yang digunakan adalah :

1. Ceramah bervariasi

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasi oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah yang dikombinasikan dengan cara memberi materi dan praktek pemasaran serta materinya dapat mudah dimengerti.

Materi yang diberikan meliputi: Cara pemasaran produk melalui media sosial, dengan diberikan contoh secara langsung cara pemasaran yang baiknya.

2. Demonstrasi

Metode ini dipilih untuk menunjukkan suatu proses kerja yaitu tahap-tahap pembuatan minyak wangi dengan harga jual ekonomis. Demonstrasi dilakukan oleh instruktur dihadapan peserta yang masing-masing sudah diberi materi dalam bentuk fisik berupa *power point* yang sudah diprint.

3. Evaluasi

Evaluasi metode ini digunakan untuk menjelaskan kelayakan dari minyak wangi untuk dapat dipasarkan kepada para peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada program PMKM kali ini, Pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) merupakan organisasi yang tepat untuk menyalurkan program yang dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas jual sebuah produk melalui media sosial. Pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) merupakan salah satu cabang organisasi Mitra Kerja Pemerintah dan Organisasi Kemasyarakatan yaitu organisasi kemasyarakatan yang memberdayakan wanita untuk turut berpartisipasi dalam pembangunan

Indonesia. Usaha peningkatan pendapatan keluarga (UP2K) menjadi media yang tepat untuk peningkatan ekonomi anggotanya. Ekonomi kreatif menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya upaya peningkatan pendapatan keluarga (UP2K) anggota PKK. Pada kegiatan anggota PKK terdapat Kader UP2K yang membidangi masalah ekonomi, yaitu UP2K – PKK. Kader UP2K ini mempunyai peran yang sangat besar terhadap kemajuan ekonomi masyarakat sebagai Kader PKK yang mendapat pengetahuan dan keterampilan tentang UP2K – PKK.

Strategi yang dapat diterapkan adalah dengan mendorong anggotanya untuk berpikir kreatif dan inovatif. Ekonomi kreatif ini memerlukan pengetahuan dan kemauan yang keras untuk mewujudkan tujuan dari ekonomi kreatif ini. Salah satunya adalah menciptakan produk yang bisa diproduksi oleh Kader UP2K – PKK sehingga bisa dijual di khalayak masyarakat. Produk yang dapat dijual di sini adalah produk yang mudah pengerjaannya, mudah bahan bakunya, mudah pemasarannya, dan harga yang terjangkau bagi masyarakat. Untuk mengatasi permasalahan mitra ini, maka penulis mengusulkan kegiatan pemberdayaan Kader UP2K – PKK untuk mendorong pengembangan ekonomi kreatif melalui penyuluhan mengenai strategi dalam memasarkan produk minyak wangi melalui

media sosial, sehingga dapat meningkatkan kualitas jual produk minyak wangi tersebut.

Evaluasi hasil pengabdian kali ini dilakukan menurut persentase kehadiran para ibu-ibu PKK dikelurahan Ciater, kesungguhan dan hasil kegiatan, juga antusias dalam bertanya. Dari hasil ketiga aspek tersebut memperoleh hasil yang memuaskan, ibu-ibu PKK dikelurahan Ciater merasa puas dan sangat antusias terhadap kegiatan ini karena mendapatkan tambahan ilmu tentang bagaimana melakukan promosi penjualan parfum melalui media sosial.



(Gambar 1. Foto Bersama Tim PKM dan Ibu-ibu PKK Kelurahan Ciater)

Dan ada dampak positif dalam kegiatan penyuluhan strategi penjualan minyak wangi guna meningkatkan perekonomian di kelurahan Ciater, Ibu-ibu menjadi lebih termotivasi dan juga semakin inovatif untuk melakukan promosi melalui sosial media.

KESIMPULAN

Adapun Kesimpulan yang dapat kita tarik dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Universitas

Pamulang yang dilakukan telah berjalan dengan lancar pada hari Rabu 10 Maret 2021 mulai pukul 15.00 hingga pukul 16.00 WIB bertempat di Aula Kelurahan Ciater. Dihadiri oleh 15 orang anggota PKK acara ini berjalan cukup meriah, dibuka dengan penyambutan dari Lurah Kelurahan Ciater Bapak Rahmat Kurnia, S.H. kemudian dilanjut penyambutan dari Dosen Pembimbing yaitu Bapak Anis Syamsu Rizal, S.Pd.I., M.Pd.



(Gambar 2. Foto pada saat Sambutan ketua pelaksana PKM)

Guna mencapai tujuan untuk menyampaikan strategi dalam peningkatan penjualan, maka kami selaku panitia pelaksana acara pun telah mempersiapkan ilmu yang akan dibagi, dimulai dari materi dasar penjualan dimana untuk memulai sebuah usaha perlu adanya persiapan, dan juga strategi penjualan melalui sosial media itu sendiri serta bagaimana cara-cara yang harus dilakukan agar promosi melalui sosial media dapat menunjang penjualan dari parfum tersebut.

Untuk lebih meningkatkan daya jual produk parfum. Kita harus memperluas

pengenalan sebuah produk. Agar lebih di kenal oleh masyarakat dengan cara memasarkannya melalui media sosial. Oleh karena itu perlunya perluasan materi mengenai tips ataupun strategi tentang penjualan melalui sosial ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Lurah Kelurahan Ciater Bapak Rahmat Kurnia, S.H. beserta staff jajarannya . Kepada Bapak Anis Syamsu Rizal, S.Pd.I., M.Pd. selaku dosen pendamping pelaksanaan PKM. Kepada seluruh

REFERENSI

- Robith Adani, Muhammad (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis. Malang : Sekawan Media.
- Sendari Anugrah, A. (2020). 10 Manfaat Media Sosial untuk Bisnis, Bantu Tingkatkan Reputasi.
- Subekti, Alfian. (2019). Apa yang Dimaksud dengan Bisnis Online?. Jakarta : Kompasiana.
- (2018). Pengabdian Pada Masyarakat. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.

Ibu-ibu PKK Kelurahan Ciater dan semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian program Pengabdian Kepada Masyarakat ini.



(Gambar 3. Foto Dosen Pembimbing dan Seluruh Tim PKM).

- Amirul Huda, Fathkhan. (2017). Pengertian dan Langkah-langkah Metode Pembelajaran Ceramah Bervariasi. Fathkhan web.id
- Trianto, M.Pd (2010) berjudul Mengembangkan Model Pembelajaran Tematik. Penerbit : PT. Prestasi Pustakaraya – Jakarta. Hal. 134-135
- Putra. (2020). PENGERTIAN EVALUASI: Fungsi, Tujuan, Metode & Contoh Evaluasi. Salamadian.
- Dewaweb Team. (2020). Menggunakan Media Sosial untuk Keperluan Bisnis. Jakarta: PT. Dewaweb.