

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE SEBAGAI ALAT PEMASARAN EFEKTIF UNTUK MEMBANGUN BISNIS ONLINE BAGI PELAJAR SMA ENTREPRENEURSHIP BI'RUL ULUM

Mesakh¹, Maulana²

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang
dosen02866@unpam.ac.id¹, dosen03063@unpam.ac.id²

Abstrak

Pengaruh revolusi industri digital 4.0 dalam sektor usaha ditandai dengan penggunaan teknologi dan informasi dalam kegiatan usahanya. Untuk menyikapi pengaruh tersebut , pelaku usaha perlu menerapkan pemasaran digital dalam kegiatan pemasarannya. Pemasaran digital dilakukan dengan pemanfaatan teknologi dalam aktivitas pemasaran seperti penggunaan *e-commerce* dalam transaksi penjualan produk secara online, penggunaan media sosial sebagai media promosi penjualan produk dan sebagainya. Untuk mencari alternatif dalam penerapan dalam manfaat media sosial dan *e-commerce*, maka diadakan sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* sebagai alat pemasaran yang efektif untuk membangun bisnis online. Pada kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) di SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum. Khalayak sasaran di dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah siswa-siswi SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum di Jl. KH. Syuhada kp. Cisait masjid Rt 001/ RW 002 Ds. Cisait Kec. Kragilan Kab. Serang-Banten Kragilan Kab. Serang-Banten. Berdasarkan evaluasi setelah dilakukan pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* sebagai alat pemasaran yang efektif untuk membangun bisnis online diperoleh hasil bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang sangat baik berdasarkan antusias siswa- siswi SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Sosial Media, E-Commerce, Bisnis Online*

Abstract

The influence of the digital industrial revolution 4.0 in the business sector is marked by the use of technology and information in their business activities. To respond to this influence, business actors need to implement digital marketing in their marketing activities. Digital marketing is carried out by utilizing technology in marketing activities such as the use of e-commerce in online product sales transactions, the use of social media as a medium for promoting product sales and so on. To find alternatives in implementing the benefits of social media and e-commerce, a socialization was held regarding the use of social media and e-commerce as effective marketing tools for building online businesses. In the PKM (Community Service) activity at SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum. The target audience in this community service activity is students of SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum on Jl. KH. Syuhada kp. Cisait mosque Rt 001 / RW 002 Ds. Cisait District. Kragilan Regency. Serang-Banten Kragilan Regency. Serang-Banten. Based on the evaluation after the utilization of social media and e-commerce

as effective marketing tools to build an online business, the results showed that there was a very good increase in knowledge and understanding based on the enthusiasm of SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum students.

Keywords: *Marketing Strategy, Social Media, E-Commerce, Online Business*

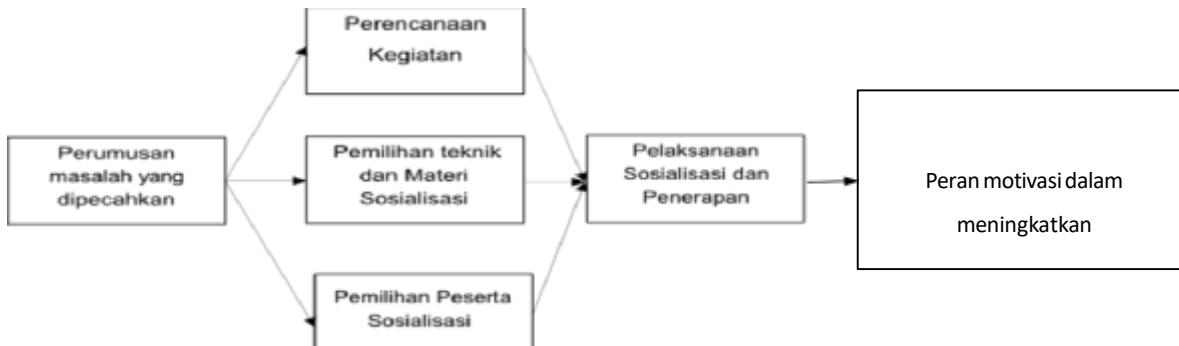
Pendahuluan

E-commerce di Indonesia meningkat tajam setelah pandemi. Laporan yang dirilis oleh Google, Bain, dan Temasek menyebutkan bahwa telah terjadi peningkatan durasi untuk akses platform e-commerce pada Oktober 2020 yang tadinya hanya 37 jam meningkat menjadi 47 jam sehari. Peningkatan transaksi e-commerce ini di proyeksikan akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tentu saja peningkatan ini ada andil dari pemerintah yang turut mendorong perkembangan teknologi dan digital banking. Dalam era dimana teknologi terus berkembang dengan cepat, Media sosial telah menjadi panggung utama dimana brand-brand mengukir jejak dalam benak konsumen. Sementara itu, e-commerce telah merevolusi cara konsumen berbelanja dengan membawa pengalaman berbelanja langsung melalui genggaman tangan saja. Dalam hal ini, konteks antara media sosial yang membangun jaringan luas dan e-commerce yang menyediakan akses ke pasar global dapat menciptakan peluang yang tak terbatas bagi perusahaan untuk memperluas pasar mereka. Inovasi meningkatkan nilai suatu produk dimulai dari pengemasan yang menarik merupakan suatu inovasi dalam bisnis dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Karena itu, dengan melakukannya dapat memperluas pasar, menggaet pelanggan baru, sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2018) pengemasan merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk, sedang menurut Swasta, Basu (2019) mengatakan kemasan (packaging) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Jadi dapat dikatakan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut. Menurut Mahmud Machfoedz, bisnis merupakan usaha perdagangan yang dilakukan sekelompok orang yang sudah terorganisasi untuk bisa mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual suatu barang atau jasa. Hal itu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pengaruh Teknologi Informasi(TI) terhadap perkembangan bisnis modern telah menjadi topik yang semakin penting dalam beberapa dekade terakhir (Putri et al., 2021).Perkembangan TI yang pesat telah memberikan dampak yang signifikan terhadap cara bisnis dijalankan mulai dari proses produksi hingga pemasaran (Avriyanti,2021). Salah satu contoh pada penggunaan platform media sosial dan e-commerce, telah menjadi sarana berbisnis dalam perkembangannya. Remaja usia sekolah perlu membangun bisnis di usia produktif, supaya menambah kreativitas dalam berbisnis, serta untuk menambah uang saku mereka. Meningkatkan pemahaman remaja mengenai pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk memulai bisnis, Serta inovasi meningkatkan nilai suatu produk dimulai dari pengemasan yang menarik. Menambah wawasan mereka mengenai materi yang dipaparkan tentang bisnis online dengan media sosial dan e-commerce.

Kerangka Pemecahan Masalah

Metode Penelitian

Agar pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik, maka kerangka pemecahan masalah merupakan serangkaian teknik dan langkah penelitian yang berupaya untuk memperoleh tahapan-tahapan yang terstruktur secara sistematis.



Gambar 3.1
Kerangka Pemecahan Masalah

Realisasi Pemecahan Masalah dan Perencanaan Kegiatan

Pengabdian Kepada Masyarakat. Sebelum memulai kegiatan, dilakukan latihan pemecahan masalah sebagai berikut:

- Meningkatkan pemahaman remaja mengenai pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk memulai bisnis. Serta inovasi meningkatkan nilai suatu produk dimulai dari pengemasan yang menarik.
- Menambah wawasan mereka mengenai materi yang dipaparkan tentang bisnis online dengan media sosial dan e-commerce.

Sasaran kegiatan

siswa SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum. 38 orang.

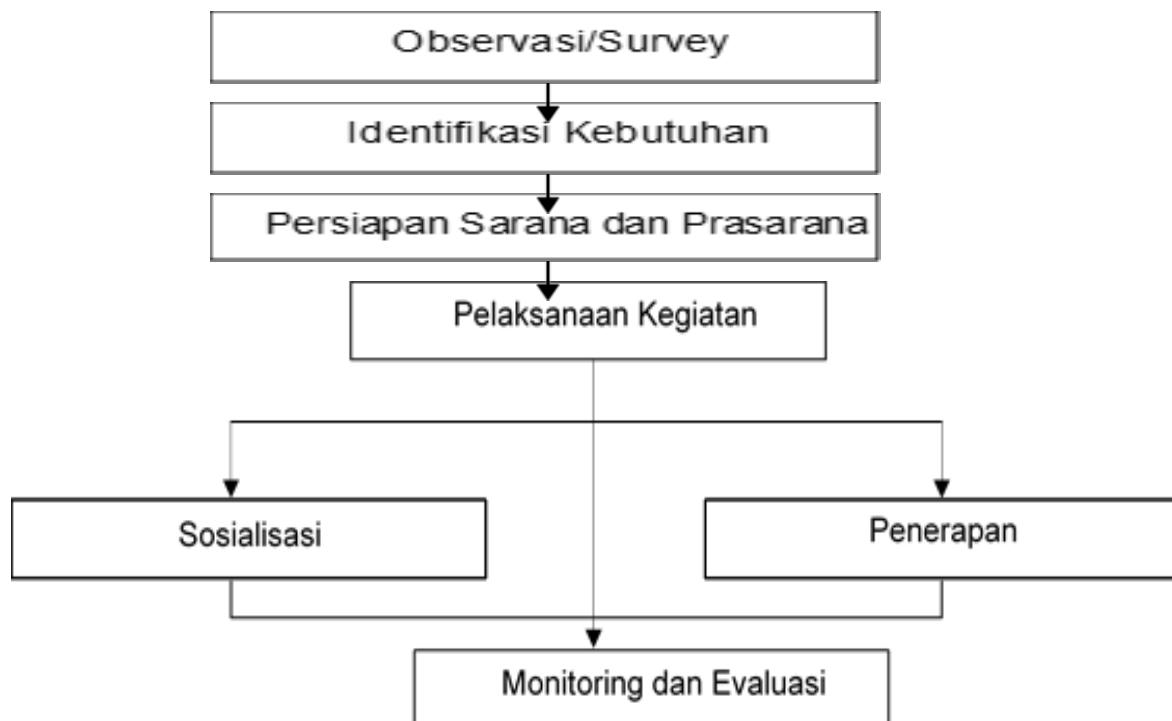
Lokasi dan Waktu

Berikut ini tata cara pelaksanaan kegiatan:

Lokasi: Jl. KH. Syuhada kp. Cisait masjid Rt 001/ RW 002 Ds. Cisait Kec. Kragilan Kab. Serang-Banten.

Waktu Pelaksanaan Kegiatan: Rabu, 23 Oktober 2024 dan Kamis, 24 Oktober 2024

Metode Kegiatan



Gambar 3.2
Metode Pelaksanaan Proyek Pengabdian Masyarakat

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan kedalam bentuk pemaparan materi mengenai pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk membangun bisnis online, serta inovasi meningkatkan nilai suatu produk. Jumlah undangan yang menghadiri acara sosialisasi sebanyak 38 orang , dan pada kegiatan sosialisasi memiliki hasil yang memuaskan mengenai survei kepuasan instansi kepada dosen dan mahasiswa yang mengikuti Pengabdian Kepada Masyarakat di SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum. Memulai bisnis online dengan e-commerce menawarkan peluang bagi para pengusaha pemula untuk memulai bisnis online mereka, dengan platform yang mudah digunakan dapat membangun toko virtual dan menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia. Contoh situs media sosial yang populer di Indonesia seperti: Instagram, Facebook, Tiktok, dan Twitter. Contoh situs e-commerce yang populer di Indonesia seperti: Shoppe, Tokopedia, dan Bukalapak. Selain itu terdapat manfaat bisnis online dimedia sosial dan e-commerce yaitu:1) Jangkauan luasMemungkinkan menjangkau pelanggan diseluruh Indonesia 2) Efisiensi waktuMemungkinkan menjalankan bisnis dimana saja tanpa terikat waktu dan lokasi 3) Biaya Operasional RendahTidak perlu menyiapkan toko fisik sehingga biaya operasional dapat diminimalkan 4) Data AnalitikPlatform e-commerce menyediakan data penjualan dan perilaku pelanggan untuk membantu keputusan bisnis. Strategi meningkatkan penjualan dengan bisnis online dapat dilakukan dengan cara dengan optimasi toko mengenai foto produk dan keterangan suatu produk, pelayanan prima mengenai respon cepat antara penjual dan pembeli,kemasan yang menarik, dan pengiriman tepat waktu, fitur live yang ada di sosialmedia dan e-commerce, iklan berbayar, dan diskon menarik untuk menarik minat pembeli.

Pembahasan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Memulai bisnis online dengan e-commerce menawarkan peluang bagi para pengusaha pemula untuk memulai bisnis online mereka, dengan platform yang mudah digunakan dapat membangun toko virtual dan menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia. Contoh situs media sosial yang populer di Indonesia seperti: Instagram, Facebook, Tiktok, dan Twitter. Contoh situs e-commerce yang populer di Indonesia seperti: Shoppe, Tokopedia, dan Bukalapak. Selain itu terdapat manfaat bisnis online dimedia sosial dan e-commerce yaitu:

- 1) Jangkauan luas Memungkinkan menjangkau pelanggan diseluruh Indonesia
- 2) Efisiensi waktu Memungkinkan menjalankan bisnis dimana saja tanpa terikat waktu dan lokasi
- 3) Biaya Operasional Rendah Tidak perlu menyiapkan toko fisik sehingga biaya operasional dapat diminimalkan
- 4) Data Analitik Platform e-commerce menyediakan data penjualan dan perilaku pelanggan untuk membantu keputusan bisnis.

Strategi meningkatkan penjualan dengan bisnis online dapat dilakukan dengan cara dengan optimasi toko mengenai foto produk dan keterangan satuproduk, pelayanan prima mengenai respon cepat antara penjual dan pembeli, kemasan yang menarik, dan pengiriman tepat waktu, fitur live yang ada di sosial media dan e-commerce, iklan berbayar, dan diskon menarik untuk menarik minat pembeli. Media sosial dan E-commerce menawarkan peluang bagi pengusaha pemula untuk memulai dan mengembangkan bisnis online supaya berkembang, dengan memahami manfaat, strategi dan fitur yang terdapat di sosial media dan e-commerce dapat meraih kesuksesan dalam berbisnis.

Kesimpulan

Berikut diambil dari hasil proyek pengabdian kepada masyarakat:

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di SMA Entrepreneurship Bi'rul Ulum, maka disimpulkan bahwa siswa dan siswi SMA Bi'rul Ulum dapat memahami materi yang diberikan dengan baik serta memiliki inisiatif untuk memperdalam ilmu melalui forum tanya jawab. Namun perlu adanya sumber ajaran yang ditingkatkan contohnya pada kegiatan praktik, agar siswa dan siswi dapat memahami ilmu baik dalam materi yang diajarkan maupun praktik.

Daftar Pustaka

- Izza. (2023). Media Sosial untuk Bisnis: Pengertian, Manfaat, dan Tipsnya
- Ni Putu Novy Candra Dewi1, Dito Aditia Darma Nasution. (2023). Pentingnya penerapan e-commerce bagi UMKM sebagai salah satu bentuk pemasaran digital dalam menghadapi revolusi industri 4.0
- Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang Arif. 2001. Mengenal E-Commerce. Jakarta:Elex Media Komputindo.
- Indrajit, Richardus Eko. (2001). E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis diDunia Maya. Jakarta: Gramedia.
- Sanusi, M. Arsyad. (2004). Teknologi Informasi dan Hukum E-Commerce.Jakarta: Dian Ariesta.
- Hasanah, S. (2023). Strategi pemasaran digital melalui media sosial untuk bisnis online. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahman, A., & Putri, N. T. (2022). E-commerce dan media sosial sebagai pilarpengembangan usaha kecil dan menengah. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Y. (2024). Memanfaatkan platform media sosial untuk pertumbuhan bisnis digital. Yogyakarta: Deepublish.
- <http://ejournal.iocscience.org/index.php/abdimas/article/view/680>
- <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2217191>
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis-Chadwick. *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Ryan, Damian. *Understanding Social Media*. Kogan Page.
- Tuten, Tracy L., and Michael R. Solomon. "Social Media Marketing." *SAGE Publications*.
- Strauss, Judy, and Raymond Frost. "E-Commerce: Business, Technology, Society." *Pearson*."
- The Ultimate Guide to Social Media for Business Owners, *Professionals, and Entrepreneurs*" – Neil Patel"