

# LAPORAN HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT



## PENYULUHAN PEMANFAATAN *PLATFORM DIGITAL* UNTUK PROMOSI/PEMASARAN PRODUK BAGI KELOMPOK USAHA RUMAH TANGGA “SIKAMASEANG” BINAAN PKK DESA PAO, KECAMATAN TOMBOLO PAO

Oleh :

MUHAMMAD RISAL, S.KOM.,MT (KETUA) NIDN: 0005057801  
DR. ENG. HAZRIANI, S.KOM., M.T. (ANGGOTA) NIDN : 0005057801  
NURFAEDAH, S.PD., M.HUM.(ANGGOTA) NIDN : 0918048605  
GUNTUR, S.KOM., M.KOM. (ANGGOTA) NIDN : 0903127202  
ANDI NURFADLY, S. PD., M. KOM. (ANGGOTA) NIDN : 0911058808

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
STMIK HANDAYANI

2022

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT STMIK HANDAYANI**  
**TAHUN 2022**

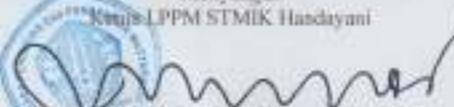
Judul Kegiatan Pengabdian: *PENYULUHAN PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL UNTUK PROMOSI PEMASARAN PRODUK BAGI KELOMPOK USAHA RUMAH TANGGA "SIKAMASEANG" BINAAN PKK DESA PAO, KECAMATAN TOMBOLO PAO*

1. Lokasi : Tomboolo Pao
- Ketua Tim Pelaksana
- a. Nama : Muhammad Risal, S.Kom., M.T.
  - b. NIDN : 0005057801
  - c. Jabatan/ Golongan : Lektor/IIIc
  - d. Jurusan : Sistem Komputer
  - e. Alamat kantor/Tlp : Jl. Adiyaksa Baru No. 1 Makassar
  - f. Alamat Rumah : Jl. P.Kemerdekaan 3, Perumahan Griya Bakti Utama C47 Makassar.
2. Anggota Tim Pelaksana
- a. Jumlah Anggota : 4
  - b. Nama Anggota : 1. Dr. Eng. Hazriani, S.Kom., M.T.  
2. Nurfaedah, S.Pd., M.Hum.  
3. Guntur, S.Kom., M.Kom.  
4. Andi Nurfadly, S. Pd., M. Kom.
  - c. Mahasiswa yang terlibat : 2
3. Lembaga/Institusi Mitra
- a. Nama Lembaga/Mitra : Kelompok Usaha Rumah Tangga Sikamaseang
  - b. Penanggung Jawab : Ratna Dewi
  - c. Alamat/Telpon : Desa Pao
4. Jangka Waktu Pelaksanaan : 1 hari
5. Sumber Dana : Yayasan Pendidikan Handayani
6. Biaya Total : Rp 5.000.000,-

Makassar, 27 Januari 2022

  
Mengetahui  
Ketua STMIK Handayani  
  
Dr. Nasrullah, M.Si  
NIDN : 0010116503

  
Ketua Tim  
  
Muhammad Risal, S.Kom., M.T.  
NIDN : 0005057801

Menyetujui  
Ketua LPPM STMIK Handayani  
  
Dr. Djalal Farief Arda, S.Kom., M.Si., M.Kom.  
NIDN : 0010037501

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan karunianya sehingga Penyuluhan Pemanfaatan *Platform Digital* Untuk Promosi/Pemasaran Produk Bagi Kelompok Usaha Rumah Tangga “Sikamaseang” Binaan Pkk Desa Pao, Kecamatan Tombolo Pao dapat terlaksana dengan baik yang diselenggarakan pada tanggal 09 Januari 2022. Oleh karena itu, Tim PPM Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat STMIK Handayani memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuannya terutama kepada yang terhormat:

1. Ketua STMIK Handayani dan Ketua Yayasan Pendidikan Handayani
2. Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat STMIK Handayani
3. Ketua TIM Penggerak PKK Desa Pao.

Semoga kegiatan ini dapat berkembang terus sejalan dengan kesesuaian Perkembangan Teknologi Informasi .

Makassar, 27 Januari 2022

Tim Pelaksana Kegiatan,

**PENYULUHAN PEMANFAATAN *PLATFORM DIGITAL* UNTUK  
PROMOSI/PEMASARAN PRODUK BAGI KELOMPOK USAHA RUMAH TANGGA  
“SIKAMASEANG” BINAAN PKK DESA PAO, KECAMATAN TOMBOLO PAO**

***Abstrak***

Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk memberikan peningkatan pengetahuan ibu-ibu PKK dalam memanfaatkan *platform digital* untuk promosi/pemasaran produk bagi kelompok usaha rumah tangga. Sasaran dalam program pengabdian ini adalah ibu-ibu PKK yang berdomisili di daerah Tombolo Pao. Pelatihan ini telah dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada tanggal 09 Januari 2022 dengan jumlah peserta ..... orang ibu-ibu rumah tangga Materi penyuluhan yang diberikan yaitu pemanfaatan sosial media dalam memasarkan produk pada kelompok usaha Rumah Tangga sesuai dengan kondisi mitra yang masih kurang produktif dalam memasarkan hasil produk yang sudah dimiliki. Dari pelaksanaan pelatihan yang diberikan, pemberian materi berjalan dengan baik dan dilakukan pendampingan oleh TIM yang ada untuk ibu-ibu yang masih memiliki kendala dalam membuat akun bisnis serta cara mengelola sosial media dengan baik untuk kebutuhan promosi. Berdasarkan hasil pengamatan dan evaluasi terlihat antusiasme yang tinggi yang diperlihatkan oleh ibu-ibu yang terlibat dalam penyuluhan. Hasil dari penyuluhan ini ibu-ibu kelompok usaha rumah tangga telah mengetahui cara mengelola sosial media untuk kebutuhan promosi dan cara membuat akun bisnis di sosial media.

**Kata Kunci** : Pengetahuan, *Media Sosial* , Promosi

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Analisis Situasi .....	1
B. Tinjauan Pustaka .....	3
C. Tujuan Kegiatan .....	6
D. Manfaat Kegiatan .....	6
BAB II KERANGKA PEMECAHAN MASALAH .....	7
BAB III PELAKSANAAN KEGIATAN .....	9
A. Realisasi Pemecahan Masalah .....	9
B. Keterkaitan .....	9
C. Metode Kegiatan .....	9
D. Rancangan Evaluasi .....	10
BAB IV HASIL KEGIATAN .....	11
A. Pencapaian Tujuan .....	11
B. Faktor Pendukung .....	12
C. Faktor Penghambat .....	12
D. Evaluasi .....	13
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	14
A. Kesimpulan .....	14
B. Saran .....	14
DAFTAR PUSTAKA .....	15
LAMPIRAN .....	16

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Analisis Situasi**

Desa Pao merupakan salah satu desa yang berada pada wilayah kecamatan Tombolo Pao di Kabupaten Gowa dari hasil pemekaran kecamatan Tinggimoncong. Desa Tombolo Pao berjarak 22 km dari kota Malino yang merupakan salah satu kota wisata yang mempunyai daya tarik luar biasa di kabupaten Gowa. Karakteristik mayoritas masyarakat di Desa Pao adalah petani dan mengolah kebun untuk sebagian besar laki-laki dan ibu-ibu rumah tangga mayoritas menghasilkan produk olahan dari bahan-bahan hasil kebun. Ibu-ibu rumah tangga di desa ini sudah memiliki usaha dan kreatifitas yang beragam dan terbilang aktif dalam memproduksi hasil olahan dan produk kreatif. Dapat dikatakan bahwa pada wilayah ini, UMKM memiliki potensi untuk berkembang. Anggota dari Kelompok Usaha Rumah Tangga Sikamaseang terdiri dari 15 orang ibu RT di dusun lembang, desa Pao sebagaimana tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Anggota Kelompok Usaha RT *Sikamaseang*

No	Nama	Jenis Produk/ Jasa
1	Nurwahidah	Tanaman Hias
2	Kartini	Kuliner
3	Asrianti	Kue
4	Selvi	Kue
5	Hadrah	Jahitan
6	Fauziatunnajmah	Minuman
7	Nurcaya	Kue Tradisional (cucur te'ne)
8	Murni	Keripik
9	Nur Inayah	Minuman
10	Nuraeni	Bahan Pokok
11	Farida	Bahan Pokok
12	A.Nirwana	Tanaman Hias
13	Muliati	Keripik
14	Rikawati	Lauk
15	A.Rahmatia	Bahan Pokok

Berdasarkan hasil observasi awal melalui wawancara dengan Ketua Kelompok, produk yang dihasilkan umumnya adalah kue tradisional dan keripik (ubi dan talas), usaha kuliner & lauk-pauk, tanaman hias dan satu orang dari anggota kelompok usaha menggeluti usaha jahit menjahit, sebagaimana terangkum pada Gambar 1.

Saat ini pemasaran produk yang dilakukan masih sangat terbatas dan menggunakan cara yang sangat biasa, dimana saat ini kita sudah berada pada era serba digital dan informasi beredar secara cepat. Pemasaran yang dilakukan masih dengan cara menunggu pelanggan datang ke rumah langsung atau melalui sms *Whatsapp*. Promosi dilakukan baru oleh 1 orang melalui status di *Whatsapp* dan *Facebook* . Dari hasil kegiatan pengabdian sebelumnya diketahui permasalahan dari mitra adalah mereka belum mengetahui cara mengiklankan produk melalui sosial media. Produk juga belum memiliki *brand* dan masih dikemas dalam bentuk yang sangat sederhana.



Gambar 1. Produk Kelompok Usaha Rumah Tangga *Sikamaseang*

## B. Tinjauan Pustaka

### 1. *Platform Digital*

Ketika kita merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), platform adalah (1) rencana kerja atau program. Secara sederhana dan singkat, platform merupakan suatu wadah untuk suatu hal dapat dijalankan, direncanakan, atau dikerjakan di dalam satu sistem. Fungsi platform adalah menjadi sistem dasar (wadah) untuk perencanaan atau suatu mekanisme pekerjaan tertentu. Misalnya adalah *Gmail* merupakan wadah surat elektronik. *Gmail* menjadi wadah untuk pekerjaan mengirim dan menerima surat secara elektronik dalam jaringan. Di mana sistem *Gmail* sudah baku dan kita hanya perlu mengikuti aturannya saja. Kumpulan perangkat lunak dan beberapa aplikasi juga terkadang disebut *platform digital*. Misalnya SQL adalah aplikasi basis data yang sering digunakan sebagai lingkungan untuk menjalankan alat lain untuk *CRM*, analitik dan manajemen *log* (Apri : 2020).

### 2. Media Sosial untuk Bisnis

Media Sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Saat ini terdapat berbagai macam media sosial untuk bisnis. Beberapa contoh media sosial untuk bisnis diantaranya *Facebook*, *Youtube*, *Blog*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat*, *LINE*, dan *Pinterest*. Kehadiran media sosial ini penting untuk meningkatkan pengunjung ke *website* bisnis *online* dimana media sosial berfungsi sebagai *marketing channel* atau kanal marketing.

Fungsi media sosial untuk bisnis antara lain untuk memperluas jaringan, meningkatkan popularitas produk, mendapatkan pelanggan baru, meningkatkan pengunjung website, serta menjaga hubungan baik dan kepuasan pelanggan. Melalui media sosial, kita dapat menjangkau lebih banyak orang untuk mengetahui produk-produk yang akan kita tawarkan yang mungkin tidak dapat dijangkau dengan media iklan lain. Menyediakan tempat bagi pelanggan untuk mengetahui setiap produk dan produk baru yang ditawarkan. Sehingga

kesadaran konsumen dapat meningkat dengan memberikan penawaran-penawaran terbaik yang dapat membuat mereka tertarik dan ingin mengetahui lebih detail mengenai produk kita. Selain kesadaran produk, media sosial merupakan cara paling efektif untuk mengarahkan konsumen baru ke website kita. Arahkan konsumen baru dengan memberikan informasi-informasi yang mungkin mereka butuhkan atau cari. Setelah konsumen membeli produk kita, pelayanan yang diberikan tidak hanya sampai pada saat konsumen membayar. Namun kita tetap harus memberikan pelayanan setelah pembelian produk dengan memberikan tanggapan terhadap kritik dan saran yang mereka sampaikan. (Mubarok: 2018).

### 3. Tips Mengelola Media Sosial untuk Bisnis

#### a. Memilih media sosial yang cocok untuk promosi

Ada sejumlah media sosial yang saat ini memiliki pengguna yang banyak. Hanya saja para pengguna menggunakan media sosial dengan tujuan yang berbeda-beda. Khusus untuk mengembangkan bisnis, pilihlah media sosial yang memang cocok dalam hal itu. Kita bisa menentukannya dari media sosial yang paling banyak penggunanya.

#### b. Perhatian pada konsumen di media sosial

Jika kita memanfaatkan media sosial untuk berbisnis, maka pasti ada saja orang yang bertanya dan mencari informasi mengenai produk yang ditawarkan. Memberi perhatian dengan menjawab pertanyaan dengan sabar dan menggunakan kata-kata yang pantas adalah salah satu trik untuk menarik pelanggan.

#### c. Memperlakukan pelanggan lama dan baru dengan layak

Kita tidak harus melupakan pelanggan yang lama karena sudah menemukan yang baru. Untuk bisnis tidak boleh memilih dan memilah pelanggan. Kita harus bisa mempertahankan pelanggan lama, dan mencari lebih banyak pelanggan baru.

#### d. Buat tampilan produk semenarik mungkin

Hal ini bisa berkaitan dengan desain produk dan foto produk yang kita

*posting*. Para pelanggan akan sangat penasaran jika produk yang kita tawarkan unik dan menarik. Hal-hal yang berbeda akan membuat rasa ingin tahu semakin tinggi dan berniat untuk membeli. Untuk desain tampilan yang menarik, kita bisa mencari referensi pada produk sejenis yang sudah ada sebelumnya.

e. Membuat grup di media sosial

Grup akan memudahkan kita untuk lebih tahu tentang pelanggan yang sering memesan produk kita. Dalam grup akan menjadikan lebih efisien dalam menjawab segala macam pertanyaan mengenai produk.

f. Pilih produk yang bermanfaat

Lihatlah tingkat kebutuhan pengguna dan pelanggan, apa sebenarnya yang mereka inginkan. Kita juga bisa memanfaatkan produk yang sedang naik daun saat ini, namun tetap harus mengetahui risiko ketika memilih produk tersebut.

g. Jujur dalam menjual produk

Walaupun hanya berinteraksi di media sosial, kita harus menjunjung tinggi kejujuran dalam hal proses bayar membayar dan pengiriman barang. Jika pembeli sudah membayar produk kita, kita harus mengirimkan barang yang dipesan dalam waktu yang sudah dijanjikan.

h. Produk yang ditawarkan sesuai dengan tampilan

Mengirimkan produk bisnis sesuai dengan tampilan foto atau gambar yang kita pasang. Intinya jangan melakukan pengeditan berlebihan di foto atau gambar produk. Dengan mengirimkan pesanan produk sesuai dengan fotonya, pelanggan akan merasa kita adalah penjual yang dapat dipercaya. (Paskalia : 2019)

### **C. Tujuan Kegiatan**

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk memberikan penyuluhan pemanfaatan *platform digital* untuk promosi/pemasaran produk bagi kelompok usaha rumah tangga “sikamaseang” binaan pkk desa pao, kecamatan tombolo pao.

### **D. Manfaat Kegiatan**

Manfaat yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah :

1. Bertambahnya wawasan ibu-ibu rumah tangga terkait *platform digital* yang bisa digunakan untuk promosi;
2. Luasnya jangkauan produk yang bisa didapatkan oleh ibu-ibu rumah tangga dalam peningkatan kapasitas pemasaran.
3. Meningkatnya pendapatan untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMECAHAN MASALAH**

#### **A. Pelaksanaan Program**

Pelaksanaan penyuluhan pemanfaatan *Platform Digital* untuk promosi/pemasaran produk bagi kelompok usaha rumah tangga “Sikamaseang” binaan Pkk Desa Pao, Kecamatan Tombolo Pao dilakukan dengan menggunakan penyuluhan langsung di lokasi dengan menghadirkan ibu-ibu dalam satu pertemuan yang dilaksanakan di Bantumurung Gallang. Pelatihan dilaksanakan dengan memberikan materi yang dibagi menjadi dua sesi dilanjutkan dengan pendampingan oleh TIM PKM kepada ibu-ibu pkk yang mengalami kendala pada saat proses penyuluhan. Pelaksanaan penyuluhan pemanfaatan *platform digital* dalam promosi atau pemasaran produk sebagai berikut:

1. Penyuluhan materi Memanfaatkan Media Sosial untuk Bisnis dan *Social Media Marketing*;
2. Pendampingan Memanfaatkan Media Sosial untuk Bisnis dan *Social Media Marketing*.(Pembuatan Akun Bisnis)

Untuk meningkatkan kualitas produk dan jangkauan pemasaran produk bukanlah hal yang mudah namun perlu didukung oleh perencanaan dan implementasi kegiatan yang panjang dan berkelanjutan. Apalagi pada masa sekarang perkembangan teknologi yang begitu cepat, menuntut adanya perencanaan maupun pengelolaan yang mengarah ke peningkatan pengetahuan yang memanfaatkan teknologi baik itu bagi produsen maupun konsumen. Namun demikian, kemampuan produsen yang terbatas dalam pengetahuan pemasaran dan pengelolaan produk berbasis teknologi, membuat mereka terkendala dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan peningkatan pendapatan usaha.

Dengan permasalahan di atas, pemecahan masalah yang direncanakan dalam penyuluhan ini adalah :

1. Melakukan identifikasi masalah yang berhubungan dengan kemampuan membuat akun bisnis dan mengelola bahasa iklan di media sosial.
2. Melakukan identifikasi materi yang akan di sampaikan pada saat penyuluhan.

3. Melakukan penyuluhan pemanfaatan *Platform Digital* untuk promosi/pemasaran produk bagi kelompok usaha rumah tangga “Sikamaseang” binaan Pkk Desa Pao, Kecamatan Tombolo Pao.
4. Pendampingan dan diskusi pemecahan masalah  
Pendampingan dan diskusi dilaksanakan pada saat pelaksanaan penyuluhan . Diskusi ini dilakukan untuk memberi solusi saat ada kendala terkait pengetahuan dan pemahaman terhadap materi yang masih perlu ditingkatkan. Sedang pendampingan dilakukan untuk mengetahui kemampuan ibu-ibu rumah tangga pada saat mempraktikkan materi yang telah dijelaskan dalam hal ini praktik pembuatan akun bisnis dan cara mengelola sosial media untuk promosi.
5. Pelaporan hasil pelatihan  
Pelaporan hasil dilaksanakan setelah semua kegiatan terealisasi, kemudian dianalisa pencapaian terhadap tujuan, faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan PKM ini.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KEGIATAN**

#### **A. Realisasi Pemecahan Masalah**

Sejalan dengan upaya Ketua Tim Penggerak PKK di Kecamatan Tombolo Pao Desa Pao untuk meningkatkan mutu sumber daya manusia khususnya pelaksana UMKM yaitu ibu-ibu rumah tangga terutama terkait dengan *media social marketing*, maka program penyuluhan pemanfaatan *platform Digital* dalam promosi produk usaha ini sangat membantu dalam upaya peningkatan mutu produk serta jangkauan pemasaran yang lebih luas dan tepat sasaran. Adapun penyuluhan yang dapat diberikan dalam membantu ibu-ibu rumah tangga dalam memasarkan produknya adalah pemanfaatan *platform digital* untuk promosi/pemasaran produk bagi kelompok usaha rumah tangga.

#### **B. Keterkaitan**

Materi penyuluhan pemanfaatan *platform digital* untuk memberikan pengetahuan kepada ibu-ibu rumah tangga dalam membuat akun bisnis berbasis teknologi dibuat sesuai kebutuhan yang diinginkan oleh ibu-ibu itu sendiri beserta dengan tim penggerak PKK sehingga diharapkan mendapatkan hasil yang maksimal dalam pelatihan ini. Bagi STMIK Handayani kegiatan pelatihan ini merupakan program yang sangat penting terutama dalam menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi. Selanjutnya dengan kegiatan pelatihan ini diharapkan kedua pihak dapat berperan strategis dan taktis serta dapat mengatasi permasalahan sesuai dengan misi pengabdian kepada masyarakat.

#### **C. Metode dan Materi Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengikuti aktivitas pelaksanaan penelitian tindakan yang terdiri dari Persiapan/Perencanaan, Pelaksanaan, serta Evaluasi. Perencanaan kegiatan dilakukan dengan koordinasi dengan tim mitra yaitu Ketua Tim Penggerak PKK Desa Pao Kecamatan Tombolo Pao terkait sosialisasi kepada ibu-ibu PKK yang akan mengikuti penyuluhan pemanfaatan *platform digital* untuk promosi/pemasaran produk bagi kelompok usaha rumah tangga “sikamaseang” binaan PKK Desa Pao. Dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan yaitu yang dilaksanakan di

Bantimurung Gallang Desa Pao. Materi Pertama yaitu “Pemanfaatn Media Sosial untuk Bisnis” dilanjutkan dengan materi kedua yaitu “*Social Media Marketing*”. Dalam proses berlangsungnya kegiatan, dilakukan demonstrasi oleh pemateri dan pendampingan oleh TIM PPM pada saat praktik pembuatan akun bisnis di media sosial *facebook* dan *instagram* guna memberikan arahan kepada ibu-ibu PKK yang mengalami kendala atau kesulitan dalam pembuatan akun. Selanjutnya peserta dilibatkan dalam pembuatan dengan memperlihatkan video cara pembuatan akun bisnis di media sosial (Materi Pelatihan Terlampir).

#### **D. Rancangan Evaluasi**

Kegiatan evaluasi dilakukan secara langsung oleh pelaksana. Evaluasi berupa diskusi dan tanya jawab terkait masalah dan kendala yang dihadapi dalam mengelola bisnis berupa iklan di sosial media. Proses evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui kekurangan dan kendala dalam pelaksanaan kegiatan. Setelah itu dilakukan refleksi bersama pelaksana dan peserta (mitra) untuk mengetahui seluruh proses pelaksanaan kegiatan.

## **BAB IV**

### **HASIL KEGIATAN**

#### **A. Pencapaian Tujuan**

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap perencanaan adalah didahului dengan mengirim surat pemberitahuan kepada pihak mitra. Setelah itu dilakukan koordinasi untuk membahas teknis pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan pada minggu ke-2 bulan Januari tahun 2022. Sosialisasi dilakukan pada minggu ke-4 bulan Desember 2021 dengan melakukan koordinasi dan menyampaikan pemberitahuan secara tertulis kepada mitra dalam hal ini Ketua Tim Penggerak PKK Desa Pao. Berdasarkan hasil identifikasi, hasil analisis permasalahan yang ada, hasil analisis kebutuhan, dan hasil analisis potensi mitra, selanjutnya disusun program penyuluhan. Pelaksanaan penyuluhan dilakukan selama 1 hari tatap muka dengan mengundang ibu-ibu PKK yang ada di Desa Pao Kecamatan Tombolo Pao. Pelatihan yang diberikan berupa penyuluhan pemanfaatan *platform digital* untuk promosi/pemasaran produk menggunakan sosial media.

Tindakan dalam kegiatan ini berupa implementasi program. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam implementasi program adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengenalan kepada ibu-ibu PKK terkait jenis-jenis sosial media yang dapat digunakan dalam promosi/pemasaran produk.
2. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu PKK dalam pemanfaatan *platform digital* untuk promosi/pemasaran hasil produk. Kegiatan ini dilakukan dengan pemberian materi “Memanfaatkan Media Sosial untuk Bisnis” dan “*Social Media Marketing*” yang dilanjutkan dengan praktek pembuatan akun bisnis setelah masing-masing menerima materi. Pemberian materi dilakukan dalam satu hari kegiatan pada tanggal 09 Januari 2022 bertempat di Bantimurung Gallang Kecamatan Tombolo Pao.

Pendampingan dan diskusi dilaksanakan pada saat proses pelaksanaan kegiatan. Banyak pertanyaan yang diajukan oleh peserta yang mengindikasikan bahwa peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pelatihan. Pendampingan dilaksanakan oleh 4 orang dan peserta yang mengikuti kegiatan sekitar 20 orang.

Observasi dilakukan terhadap proses pembuatan dan penerapan media sosial bisnis kepada mitra. Evaluasi dilakukan terhadap kualitas akun bisnis yang dibuat beserta cara

pengemasan bahasanya dalam beriklan. Beberapa hal yang diobservasi adalah kendala-kendala, kekurangan-kekurangan, dan kelemahan-kelemahan yang muncul dalam proses pembuatan akun bisnis. Berdasarkan pengamatan dan evaluasi yang dilakukan selama penyuluhan, dapat dilaporkan bahwa kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang dilaksanakan secara offline telah berhasil dilaksanakan dengan materi memanfaatkan media sosial untuk bisnis dan *social media marketing*. Indikator keberhasilan yang telah dicapai dalam pelatihan ini dapat dilihat dari hasil pembuatan akun bisnis yang telah berhasil dibuat beserta bahasa yang dipakai dalam mengelola produk yang akan diiklankan.

### **B. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung dalam melaksanakan penyuluhan ini adalah adanya dukungan dana dari Yayasan Pendidikan Handayani. Selain itu para peserta yang mengikuti kegiatan memiliki produk yang beragam dan menarik serta sangat berpotensi untuk dipasarkan. Para peserta menyambut positif kegiatan yang telah dilakukan terlihat dari animo ibu-ibu untuk mengikuti kegiatan dan dukungan dari ketua TIM Penggerak PKK yang sangat membantu. Ketua juga berharap ada kegiatan lanjutan terkait pelatihan ini. Ketersediaan dosen dan mahasiswa STMIK Handayani untuk berbagi ilmu dalam Pengabdian Pada Masyarakat sangat membantu dalam berhasilnya proses kegiatan.

### **C. Faktor Penghambat**

Secara prinsip tidak ditemukan faktor penghambat yang berarti. Kendala yang dihadapi sebagian besar peserta dalam pembuatan akun bisnis adalah kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan *tool-tools* yang disediakan pada media sosial tertentu pada akun bisnis. Namun melalui penyuluhan yang dipandu oleh TIM Dosen dan pelaksana kegiatan, peserta dapat memahami fungsi dan manfaat *tools-tools* yang ada dan memanfaatkannya dalam pembuatan akun bisnis. Selain itu masalah koneksi internet sempat menjadi hambatan pada saat proses pelaksanaan, namun hal itu dapat diatasi dan proses penyuluhan bisa berjalan kembali secara normal.

#### **D. Evaluasi**

Berangkat dari pentingnya penguasaan teknologi dalam menunjang proses pemasaran produk yang efektif bagi para pelaku usaha UMKM, maka dilakukan program Program penyuluhan tentang pemanfaatan *digital marketing* untuk promosi/pemasaran produk melalui sosial media.

Pelatihan ini dilaksanakan dengan 2 orang narasumber dari Tim PPM. Materi yang diberikan disampaikan dengan menggunakan proyektor pada layar , dengan panduan *slide presentasi power point* yang dapat dilihat oleh seluruh peserta di lokasi penyuluhan untuk mempermudah menangkap materi yang disampaikan oleh narasumber. Teknik pelaksanaan, dari narasumber tersebut adalah, narasumber menjelaskan materi tentang Memanfaatkan Media Sosial untuk Bisnis” dilanjutkan dengan materi “*Sosial Media Marketing*” oleh Narasumber kedua. TIM PPM melakukan pendampingan setelah peserta menerima materi. Fasilitator pendamping berkewajiban membantu peserta yang memiliki kendala dalam membuat akun bisnis di media sosial *facebook* dan *instagram*.

Pada saat proses pelaksanaan, karena kegiatan dilaksanakan secara *outdoor* namun tetap menggunakan listrik, ada beberapa kendala teknis yang membuat penyuluhan mengalami keterlambatan untuk dimulai. Namun kendala tersebut dapat diselesaikan dengan baik oleh TIM sehingga proses pembawaan materi dapat berjalan kembali sesuai dengan skenario dan pengharapan TIM. Dan pada akhirnya proses penyuluhan membuahkan hasil yang baik dan diikuti oleh peserta dengan sangat antusias. Suasana *outdoor* yang segar juga sangat mendukung pelaksanaan kegiatan dimana dapat menyimak materi sambil menikmati pemandangan air terjun yang sejuk.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Program penyuluhan pemanfaatan *platform digital* untuk pemasaran ini telah berjalan sesuai jadwal yang telah direncanakan. Berdasarkan tanggapan, respon, dan partisipasi dari para peserta dapat disimpulkan bahwa para peserta telah merasa puas dengan adanya pelatihan pembuatan akun bisnis ini meskipun masih terasa belum cukup waktu yang digunakan. Tolok ukurnya adalah kehadiran para peserta pada saat pelatihan mencapai angka lebih dari 100%. Di samping itu, setelah program penyuluhan pemanfaatan *platform digital* untuk pemasaran produk selesai dilakukan, mereka masih tetap ingin melanjutkan pelatihan yang sama dengan jangkauan lebih ke pembuatan brand dan cara mengemas produk yang baik untuk lebih menambah pengetahuan menuju terciptanya produk yang berkualitas dan sumber daya yang profesional.

#### **B. Saran**

Program penyuluhan ini sesuai dengan sasaran, sehingga respon positif mengalir dari para peserta pelatihan. Manfaat dari hasil pelatihan telah langsung dapat dirasakan dipraktikkan oleh para peserta pelatihan, yaitu untuk membuat akun bisnis untuk promosi yang kreatif, menarik dan inovatif yang mengikuti perkembangan teknologi. Dengan demikian, diharapkan untuk masa-masa mendatang penyuluhan dan pendampingan sejenis dapat terus diupayakan keberlanjutannya demi mempertahankan kerjasama yang telah terbina selama ini.

Selain itu peserta diharapkan senantiasa berupaya secara terus-menerus mengembangkan kemampuan dan pemahamannya terkait perkembangan teknologi informasi dan penerapannya dalam pemasaran. Akun bisnis yang telah dibuat dapat digunakan secara berkesinambungan serta mengembangkannya sesuai dengan situasi terkini untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apri. 2020. *Apa itu Platform: 8 Jenis dan Contohnya*. Online, diakses 27 Januari 2022, <https://www.apridesain.id/blog/platform/>
- Mubarok, Ilham. 2018. *Memaksimalkan Media Sosial untuk Bisnis Online*. Online, diakses 27 Januari 2022, <https://www.niagahoster.co.id/blog/media-sosial-untuk-bisnis/>
- Paskalia. 2019. *Tips Memanfaatkan Media Sosial untuk Bisnis Sukses dan Kaya*. Online, diakses 27 Januari 2022, <https://www.modalrakyat.id/blog/tips-memanfaatkan-sosial-media-untuk-bisnis-sukses-dan-kaya-di-usia-muda>

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

FOTO KEGIATAN  
MATERI CAMTASIA STUDIO







## LAMPIRAN 2

### MATERI KEGIATAN





#### **Apa itu Media Sosial?**

Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Saat ini terdapat berbagai macam media sosial untuk bisnis. Beberapa contoh media sosial untuk bisnis diantaranya Facebook, Youtube, Blog, Instagram, Twitter, Snapchat, LINE, Pinterest dan lain-lain. Mungkin beberapa dari Anda sudah memanfaatkan media sosial untuk bisnis yang sedang Anda geluti.

Kehadiran media sosial ini penting untuk meningkatkan pengunjung bisnis online Anda. Media sosial berfungsi sebagai marketing channel atau kanal marketing. Sederhananya, media sosial adalah jembatan yang mengarahkan orang-orang untuk mengunjungi toko online yang Anda jalankan.

Menurut data yang dirilis **We Are Social**, penggunaanya di Indonesia mencapai 130 juta orang dan waktu yang dihabiskan di jejaring sosial per harinya adalah **3 jam 23 menit**. Tentunya Anda tidak mau melewatkan kesempatan besar untuk mendapatkan konsumen melalui jejaring sosial yang potensial.

## **Fungsi Media Sosial untuk Bisnis**



#### **Memperluas Jaringan**

Media sosial merupakan salah satu cara paling efektif untuk memasarkan bisnis online Anda. Melalui media sosial, Anda dapat menjangkau lebih banyak orang untuk mengetahui produk-produk yang Anda tawarkan yang mungkin tidak dapat dijangkau dengan media iklan lain. Kesadaran akan pentingnya media sosial bagi pertumbuhan bisnis online Anda akan semakin membuka kesempatan untuk berkembang dan lebih banyak menarik konsumen

#### **Meningkatkan Popularitas Produk**

Sediakan tempat bagi pelanggan untuk mengetahui setiap produk dan produk baru yang Anda tawarkan. Anda dapat meningkatkan kesadaran konsumen dengan memberikan penawaran-penawaran terbaik yang bisa membuat mereka tertarik dan ingin mengetahui lebih detail mengenai produk yang ditawarkan. Apalagi jika media sosial Anda memiliki banyak followers, media sosial akan menjadi cara yang paling ampuh untuk memasarkan bisnis Anda.

## Fungsi Media Sosial untuk Bisnis



### Dapatkan Pelanggan Baru

Selain kesadaran produk, media sosial merupakan cara paling efektif untuk mengarahkan konsumen baru ke website Anda. Arahkan konsumen baru ke halaman yang memberikan informasi-informasi yang mungkin mereka butuhkan atau cari. Anda juga dapat memberikan promo-promo khusus bagi konsumen baru misalnya saat mereka mendaftar newsletter. Tentunya dengan semakin banyak konsumen baru yang berpotensi menjadi konsumen loyal, maka bisnis Anda juga akan semakin berkembang

### Meningkatkan Pengunjung Website dan Peringkat Search Engine

Jika Anda menjalankan bisnis online, salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah pengunjung website dan peringkat pada search engine. Sosial media dapat membantu meningkatkan peringkat di search engine dengan meningkatkan traffic dan backlink yang mengarah ke website Anda. Jika informasi yang Anda berikan melalui sosial media dianggap penting oleh pengunjung, mereka akan membagikan informasi tersebut ke sosial media mereka sendiri dan tentu saja ini akan berguna untuk meningkatkan traffic website Anda.

## Fungsi Media Sosial untuk Bisnis



### Menjaga Hubungan Baik dan Kepuasan Pelanggan

Setelah konsumen membeli produk Anda, pelayanan yang Anda berikan tidak hanya sampai pada saat konsumen membayar. Namun Anda tetap harus memberikan pelayanan setelah pembelian produk dengan memberikan tanggapan terhadap kritik dan saran yang mereka sampaikan serta berikan solusi terbaik bagi permasalahan yang mereka hadapi. Dengan baiknya penanganan terhadap konsumen, akan tercipta juga hubungan yang baik antara Anda dan pelanggan

## Teknik Bulls Eye

### Strategi Pemasaran di Medsos

Teknik Bulls Eye ini adalah teknik yang dikembangkan oleh Gabriel Weinberg dan Justin Mares dalam buku berjudul **Traction** untuk memetakan strategi pemasaran di media sosial. Para pemilik bisnis bisa mengaplikasikan teknik ini untuk menentukan media mana yang cocok sebagai kanal marketing utama bisnis online-nya. Teknik ini terdiri dari lima langkah: **Brainstorming, Rank, Prioritize, Test, dan Focus On.**

Teknik Bulls Eye

JOJO MANAGER

Intuisi adalah kunci, tapi analisis adalah yang  
3. Prioritize  
4. Test  
5. Focus On



#### 1. Brainstorming

Tujuan dari teknik ini adalah untuk  
menemukan ide-ide yang  
mungkin akan berhasil di media sosial



Teknik ini dikembangkan oleh Gabriel Weinberg dan Justin Mares

## Teknik Bulls Eye

### 1. Brainstorming

Tujuan dari brainstorming ini adalah menganalisis potensi setiap media sosial untuk bisnis online Anda. Buat list berisi semua media sosial populer yang ada tanpa terkecuali.

Masukkan juga ide-ide yang bisa diaplikasikan di setiap media tersebut. Di tahap ini Anda baru membuat hipotesis atau dugaan, memperkirakan sosial media untuk bisnis yang cocok untuk pasar bisnis online Anda.

Teknik Bulls Eye

JOJO MANAGER

Intuisi adalah kunci, tapi analisis adalah yang  
3. Prioritize  
4. Test  
5. Focus On



Teknik ini dikembangkan oleh Gabriel Weinberg dan Justin Mares

## Teknik Bulls Eye

### 2. Rank

Pada tahap ini, Anda mulai mengelompokkan media-media yang ada di daftar tadi ke dalam tiga kategori. Kategori pertama adalah *Inner Circle*, yaitu media sosial yang paling menjanjikan dan ide-ide yang paling menarik. Kelompok kedua adalah *Potential*, yaitu media sosial yang mungkin berhasil, tetapi tidak semenjanjikan kategori pertama. Kategori ketiga adalah *Long-Shot*, yaitu media sosial yang memerlukan waktu lama dalam mengaplikasikan ide-ide di tahap pertama.

#### Teknik Bulls Eye

© 2019 KEMAHAMARAN

Infeksi media sosial yang tidak terduga dapat  
diprediksi untuk menentukan media sosial  
mana yang akan menjadi pilihan terbaik.



1. Rank

Kelompokkan media sosial ke dalam tiga kategori: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



2. Ranking

Rank media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



3. Prioritize

Tempatkan media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



3. Prioritize

Rank media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



4. Focus On

Tempatkan media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



5. Focus On

Tempatkan media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.

Infeksi media sosial yang tidak terduga dapat diprediksi untuk menentukan media sosial mana yang akan menjadi pilihan terbaik.

## Teknik Bulls Eye

### 3. Prioritize

Setelah mengelompokkan media sosial dalam tiga kategori, sekarang adalah saatnya untuk fokus pada satu kategori, yaitu *Inner Circle*. *Inner Circle* ini adalah perkiraan media sosial yang paling menjanjikan untuk bisnis online Anda.

Setidaknya ada tiga media sosial di kategori *Inner Circle* ini. Alasan mengapa jumlahnya harus tiga adalah Anda akan menguji tiga media ini di tahap selanjutnya. Jika Anda hanya memiliki satu media di kategori ini, Anda tidak dapat mengetahui potensi dari media lain yang mungkin menjanjikan. Tiga media sosial dianggap sebagai jumlah ideal untuk melakukan eksperimen.

#### Teknik Bulls Eye

© 2019 KEMAHAMARAN

Infeksi media sosial yang tidak terduga dapat  
diprediksi untuk menentukan media sosial  
mana yang akan menjadi pilihan terbaik.



1. Rank

Kelompokkan media sosial ke dalam tiga kategori: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



2. Ranking

Rank media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



3. Prioritize

Tempatkan media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



3. Prioritize

Rank media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



4. Focus On

Tempatkan media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.



5. Focus On

Tempatkan media sosial ke dalam tiga kategori yang menjanjikan di tahap ini: Inner Circle, Potential, dan Long Shot.

Infeksi media sosial yang tidak terduga dapat diprediksi untuk menentukan media sosial mana yang akan menjadi pilihan terbaik.

# Teknik Bulls Eye

## 4. Test

Tahap ini adalah di mana Anda menerapkan ide-ide yang telah Anda tuliskan di tiga media sosial yang ada di kategori *Inner Circle*. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengetahui media mana yang layak dijadikan kanal marketing utama. Di tahap ini eksperimen di tiga media sosial dilakukan secara bersamaan agar tidak ada bias pada salah satu media. Harus diingat bahwa proses eksperimen ini bukan untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dari satu media sosial saja. Eksperimen ini berfungsi untuk mengumpulkan data dan membuktikan asumsi awal. Jadi dasar menentukan media mana yang cocok untuk bisnis online Anda bukan sebatas asumsi, tetapi berdasarkan data.

### Teknik Bulls Eye

GO! #100000118

100 hari untuk membuktikan ide-ide yang Anda pikirkan, untuk memastikan bahwa media sosial mana yang paling tepat untuk usaha Anda!

- 1. Rencanakan**  
Pilih salah satu media sosial yang merupakan bagian dari *Inner Circle* Anda dan tentukan.
- 2. Pilih**  
Pilih ide-ide yang akan Anda coba di platform media sosial yang telah Anda tentukan. Ada yang akan Anda coba.
- 3. Pantau**  
Pantau jumlah orang yang *Like* dan *Retweet* atau *Share* dan juga media sosial di *Inner Circle* Anda saat Anda melakukan.
- 4. Test**  
Tentukan ide-ide yang akan Anda coba di platform media sosial yang telah Anda tentukan.
- 5. Fokus On**  
Jika hasil yang Anda dapatkan dari *Like* dan *Retweet* atau *Share* yang Anda dapatkan menunjukkan bahwa media sosial tersebut

© 2014 by Entrepreneur Media, Inc. All rights reserved. See us at [www.entrepreneur.com](http://www.entrepreneur.com)

# Teknik Bulls Eye

## 5. Focus On

Jika eksperimen di atas berjalan lancar, Anda akan mendapatkan data yang menunjukkan satu media yang paling sesuai untuk bisnis online Anda. Kemudian mulai arahkan usaha dan sumber daya untuk menunjukkan daya tarik produk Anda ke satu media sosial tersebut. Tujuan dari tahap ini adalah memeras semua usaha untuk meningkatkan daya tarik produk pada satu kanal marketing saja. Agar mendapatkan hasil efektif, Anda harus terus menerus melakukan eksperimen di media sosial pilihan ini untuk menemukan cara paling optimal meningkatkan pertumbuhan penjualan. Semakin banyak eksperimen yang dilakukan pada kanal marketing pilihan ini, Anda akan menemukan taktik marketing paling efektif sampai media sosial tersebut tidak lagi relevan.

### Teknik Bulls Eye

GO! #100000118

100 hari untuk membuktikan ide-ide yang Anda pikirkan, untuk memastikan bahwa media sosial mana yang paling tepat untuk usaha Anda!

- 1. Rencanakan**  
Pilih salah satu media sosial yang merupakan bagian dari *Inner Circle* Anda dan tentukan.
- 2. Pilih**  
Pilih ide-ide yang akan Anda coba di platform media sosial yang telah Anda tentukan. Ada yang akan Anda coba.
- 3. Pantau**  
Pantau jumlah orang yang *Like* dan *Retweet* atau *Share* dan juga media sosial di *Inner Circle* Anda saat Anda melakukan.
- 4. Test**  
Tentukan ide-ide yang akan Anda coba di platform media sosial yang telah Anda tentukan.
- 5. Fokus On**  
Jika hasil yang Anda dapatkan dari *Like* dan *Retweet* atau *Share* yang Anda dapatkan menunjukkan bahwa media sosial tersebut

© 2014 by Entrepreneur Media, Inc. All rights reserved. See us at [www.entrepreneur.com](http://www.entrepreneur.com)



**Perkenalan**  
Nama : Nurfaedah, S.Pd., M.Hum.  
Alamat : Komp.Malzonette Jl.  
Bougenville I No. 9  
Asal Daerah : Kab. Barru  
Pekerjaan : Dosen  
Pendidikan : S1 B.Indonesia UNM  
S2 Linguistik UNHAS

The slide shows a man in a dark suit and blue tie pointing towards a whiteboard. The whiteboard contains the following text: 'Perkenalan', 'Nama : Nurfaedah, S.Pd., M.Hum.', 'Alamat : Komp.Malzonette Jl. Bougenville I No. 9', 'Asal Daerah : Kab. Barru', 'Pekerjaan : Dosen', 'Pendidikan : S1 B.Indonesia UNM', and 'S2 Linguistik UNHAS'. A smaller version of the man's image is visible in the bottom left corner.



### **Bentuk Tim Pengelola**

Dengan memiliki tim khusus pengelola sosial media untuk promosi bisnis online, pembuatan strategi komunikasi akan lebih mudah. Anda bisa mengatur tim dengan memberlakukan rotasi atau pergantian shift setiap berapa waktu sekali. Anda hanya perlu menentukan guideline sehingga tim Anda bisa konsisten mengelolanya.

Tim pengelola ini penting karena tidak mungkin menyerahkan pekerjaan besar ini hanya kepada satu orang. Bekerja dalam tim akan membuat pengelolaan akan lebih ringan sehingga bisnis online Anda bisa selalu aktif. Karena idealnya sebuah bisnis online harus responsif setiap saat.

### **Buat Komitmen**

Mengelola media sosial sebuah bisnis online bisa jadi hal yang menantang dan membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Sebelum mulai pengelolaan, pastikan semua anggota tim pengelola menjadikan pekerjaan ini sebagai prioritas. Komitmen ini adalah pengingat untuk anggota tim bahwa tanggung jawab mereka besar karena kanal marketing adalah jembatan bagi para konsumen untuk datang ke bisnis online Anda.



### **Tentukan Tujuan**

Buatlah strategi dengan tujuan jelas dan terukur keberhasilannya. Jangan mengelola media sosial tanpa rencana dan tujuan jelas. Pikirkan bagaimana dengan memanfaatkan kanal marketing ini, Anda dapat meningkatkan brand awareness produk.

Tingkat keberhasilan dari strategi Anda harus terukur agar lebih mudah ketika melakukan evaluasi. Buatlah tujuan yang menantang, tetapi tetap mungkin untuk dicapai.

### **Buat Kalender Konten**

Banyak perusahaan yang belum sepenuhnya mengerti bahwa media sosial adalah sebuah kanal marketing mandiri. Mengelola kanal marketing ini tidak bisa asal *posting* jika ingin membentuk komunitas konsumen yang aktif dan loyal.

Buatlah jadwal konten yang menyeluruh dalam kurun waktu tertentu. Anda juga perlu merencanakan kapan konten harus dirilis dan di kanal yang mana.



### **Buatlah Konten yang Menarik**

Pemilik bisnis online dituntut untuk selalu kreatif dalam menyediakan konten agar bisa menarik perhatian orang-orang di jejaring sosial. Konten marketing yang tersebar di jejaring sosial banyak jumlahnya, Anda harus punya konten yang segar dan kreatif untuk bisa menonjol di antara pesaing-pesaing Anda.

### **Dengarkan Konsumen**

Media sosial menyediakan platform terbuka yang memungkinkan pemilik bisnis online untuk berkomunikasi dua arah dengan konsumennya. Jadi kanal marketing ini tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan produk, tetapi juga sebagai media untuk mendengarkan konsumen.

Manfaatkan jejaring sosial untuk memahami konsumen, apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Pendekatan seperti ini tidak hanya akan membantu para pemilik bisnis untuk mengerti konsumennya, tetapi dapat dimanfaatkan pula sebagai kesempatan untuk membentuk konsumen yang loyal.



### **Passion**

Salah satu rintangan terbesar dalam mengelola media sosial adalah keharusan untuk menulis konten baru secara teratur. Pemilik bisnis haruslah memiliki passion di bisnis yang ia jalani. Hal ini penting agar pemilik bisnis agar selalu semangat untuk mencari ide-ide baru di kanal marketing ini.

Ketika pemilik bisnis online dan tim memiliki passion yang sama akan lebih mudah untuk melakukan brainstorming ide-ide untuk strategi bisnis online yang mereka jalani.



## Monitor

Mengelola media sosial tidak hanya berhenti pada membuat strategi komunikasi dan guideline pembuatan konten untuk perusahaan Anda. Setelah itu Anda juga perlu memonitor perkembangannya secara teratur dan melakukan evaluasi secara berkala.

Seperti yang sudah disebutkan di poin sebelumnya bahwa harus ada tingkat keberhasilan terukur dalam pengelolaan sebuah kanal marketing. Di poin inilah Anda dapat mengukur tingkat keberhasilan tersebut. **Lakukan monitor media secara reguler agar dapat diketahui perkembangan yang ada.**

Dengan melakukan monitoring ini, Anda dapat menganalisis strategi seperti apa yang paling efektif, strategi mana yang kurang efektif, kapan waktu terbaik untuk merilis konten baru, apa saja feedback dari konsumen, dan strategi seperti apa yang harus diambil ke depannya berdasarkan data.



## Jujur

Walaupun Anda hanya berinteraksi di media sosial dengan pelanggan, Anda harus menjunjung tinggi kejujuran dalam hal proses bayar membayar dan pengiriman barang.

Memulai bisnis secara online memerlukan kepercayaan tinggi antara pembeli dan penjual. Jika pembeli sudah membayar produk Anda, Anda harus mengirimkan barang yang dipesan dalam waktu yang sudah dijanjikan.

Banyak sekali kejadian pembeli yang sudah mentransfer sejumlah uang, barang pesannya malah tidak kunjung dikirimkan. Hal itu jelas sangat merugikan pelanggan dan pastinya pelanggan tidak akan mau lagi membeli produk Anda



### **Membuat Group**

Biasanya para pebisnis di media sosial sering membuat grup yang berisi orang-orang atau pelanggan yang tertarik pada bisnisnya. Anda juga bisa mengikuti cara ini.

Grup akan memudahkan Anda untuk lebih tahu tentang pelanggan yang sering memesan produk Anda. Anda juga akan jadi lebih efisien dalam menjawab segala macam pertanyaan mengenai produk Anda.

Ditambah lagi, mereka bisa sering update produk-produk yang baru Anda perkenalkan.



### **Produk yang ditawarkan sesuai dengan tampilan**

Tips memanfaatkan media sosial untuk bisnis sukses selanjutnya adalah mengirimkan produk bisnis sesuai dengan tampilan foto atau gambar yang Anda pasang. Intinya Anda jangan melakukan pengeditan berlebihan di foto atau gambar produk Anda.

Dengan mengirimkan pesanan produk sesuai dengan fotonya, pelanggan akan merasa Anda adalah penjual yang dapat dipercaya.

Hal ini yang sering tidak diperhatikan oleh pebisnis yang memanfaatkan media sosial untuk promosinya. Kebanyakan dari mereka hanya mementingkan produk terjual habis, sementara itu kepuasan pelanggan ada di urutan yang terakhir. Anda jangan sampai seperti ini.



Instagram :

<https://youtu.be/4LR3vkmSTRl>

<https://youtu.be/AN-b6Obs8RE>

Facebook :

<https://youtu.be/XVQsoPnFsZg>

<https://youtu.be/yZeZ2dhSLiY>

Tiktok :

<https://youtu.be/tnhinU74PEk>

<https://youtu.be/vj9bEU7D-Ls>

Twitter :

<https://youtu.be/Nx47E2Rs6FA>

<https://youtu.be/fvZmumafTFY>

## Kesimpulan

Untuk mengembangkan produk dan jasa, sebuah bisnis online membutuhkan feedback dari konsumen mengenai produk dan jasa yang mereka jual sebelumnya. Dan media sosial adalah kanal marketing yang berperan besar dalam mendapatkan pengalaman konsumen tersebut.

Pemasaran online menggunakan media sosial ini mempermudah pemilik bisnis online untuk mempelajari konsumen lebih cepat. Data pengalaman konsumen yang didapatkan melalui jejaring sosial dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk membuat keputusan lebih baik ke depannya.

Dengan menguasai strategi pemasaran di jejaring sosial, Anda dapat memperluas pasar bisnis online Anda.

Semakin banyak orang yang mengetahui produk Anda melalui jejaring sosial, kemungkinan semakin banyak juga orang yang akan berbelanja di website Anda.



## Penutup

Demikian langkah-langkah memaksimalkan media sosial agar bisnis online Anda semakin sukses.

Maksimalkan pemasaran di media sosial untuk meningkatkan konsumen bisnis online Anda.

Selamat mencoba!



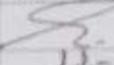
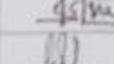
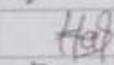
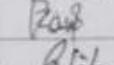
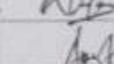
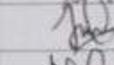
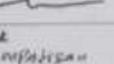
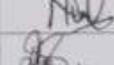
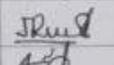
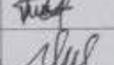
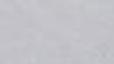
LAMPIRAN

DAFTAR HADIR PESERTA



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER (STMIK)  
HANDAYANI MAKASSAR

DAFTAR HADIR PESERTA PKM PENYULUHAN PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL  
UNTUK PROMOSI/PEMASARAN PRODUK BAGI KELOMPOK USAHA RUMAH TANGGA  
"SIKAMASEANG" BINAAN PKK DESA PAO, KECAMATAN TOMBOLO PAD

NO	NAMA	JABATAN	NO. HP	TANDA TANGAN
1	Hjriana.	-	085256264243	
2	SIARAU	KADER	082 393 970 552	
3	Nur Innah	Pelajar	085 756 360 388	
4	Niswa	Pelajar	085 757 704 912	
5	HERLINA	KADER	085 272241404	
6	RUTTALI	<del>KADER</del>	082 192 118 101	
7	DE. TEJE	-		
8	HADRAH	PKK	082 385 930 886	
9	DARMAWATI	PKK.	085 399 075 489	
10	RIKAWATI		082 899 700 282	
11	ASRIANTI	Simpatisan	081 340 657 228	
12	IRAWATI	KADER	085 910 649 280	
13	HORMA	PKK		
20	RIZHANI DE TEJG	KADER	082 141 041 600	
21	ISMENI	PKK	082 348 735 721	
22	NURHAYATI	PKK	085 34 986 230	
23	Satriawati	pkc	085 2 566 280 51	
24	MURTI	Bim partisan	082 333 359 400	

