

PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI USAHA ATAU BISNIS BAGI REMAJA DI DAERAH CIKOKOL TANGERANG

Abstrak

Laju penetrasi media sosial yang terus bermanuver menandakan semakin meluasnya penggunaan platform online ini di masyarakat. Fakta mengatakan bahwa sosial media mengalami peningkatan yang kuat karena berhubungan, fleksibilitas, dan menyediakan menu-menu untuk mensupport promosinya sendiri. Sesuai dengan sifat dasarnya, media sosial memungkinkan setiap orang membuat dan mendistribusikan konten buatan pengguna, sehingga pihak manapun selama membutuhkan akun dan terhubung ke web dapat aktif menjadi produsen konten di berbagai platform jejaring sosial. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berfikir remaja di wilayah Cikokol Tangerang dalam pemanfaatan media sosial untuk keperluan bisnis atau meningkatkan bisnis. Taktik yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat merupakan brainstorming dan pertemuan. Mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat adalah diskusi dengan peserta. Output dari kegiatan pengabdian masyarakat ini berbentuk karya tulis ilmiah yang diterbitkan melalui Jurnal ADIMAS dari Universitas Raharja, juga sebagai penambah pengetahuan, pemahaman dan keterampilan mengenai pemanfaatan media sosial untuk keperluan bisnis atau promosi bisnis.

Kata Kunci : Media Sosial; Promosi Usaha atau Bisnis; Cikokol

Ratih Oktalyra¹, Cantika Dwi², Karina Ananda³

^{1),2),3)} Universitas Serang Raya

Sejarah artikel

Diterima: 26 April 2021

Revised: 29 April 2021

Diterima: 03 Mei 2021

Email:

ratihoktalyra@gmail.com¹,

dwicantika@gmail.com²,

anandakarina@gmail.com³



Abstract

The rate of penetration of social media that continues to maneuver indicates the widespread use of this online platform in the community. The fact is that social media has experienced a strong increase due to its connection, flexibility, and providing menus to support its own promotion. In accordance with its basic nature, social media allows anyone to create and distribute user-generated content, so that any party as long as it needs an account and is connected to the web can actively become content producers on various social networking platforms. This study aims to improve the thinking skills of adolescents in the Cikokol Tangerang area in the use of social media for business purposes or to improve business. The tactics used in carrying out community service activities are brainstorming and meetings. The mechanism used to carry out community service activities is discussion with participants. The output of this community service activity is in the form of scientific papers published through the ADIMAS Journal from Raharja University, as well as enhancing knowledge, understanding and skills regarding the use of social media for business purposes or business promotion.

Keywords: Social Media; Business or Business Promotion; Cikokol

1. PENDAHULUAN

Meskipun pendidikan adalah bagian penting dari kehidupan, tidak semua orang menikmatinya. Beberapa siswa di sekolah tertentu tidak dapat beradaptasi dengan dunia kehidupan; yang lain berusaha untuk menghindarinya. Jika demikian, sepertinya ada yang tidak beres dengan ulama atau organisasi [1]. Persoalannya, masih banyaknya remaja yang belum memahami cara menggunakan media sosial untuk promosi atau proyek bisnis, yang memotivasi para relawan untuk terus berupaya memberikan kesempatan kepada remaja di kawasan Cikokol Tangerang untuk memperluas kesadaran dan keterampilannya [2]. Akibatnya, mereka membutuhkan keahlian selain pendidikan kesetaraan. Misalnya, memahami cara menggunakan media sosial untuk promosi atau proyek bisnis [3]. Metode distribusi produk elektronik berkembang pesat saat ini [4]. Banyak perusahaan, mulai dari usaha kecil dan menengah hingga perusahaan multinasional, menggunakan dan menggunakan teknologi ini sebagai strategi untuk menyambungkan barang atau jasa yang mereka jual [5]. Banyak bisnis menggunakan media sosial untuk mengiklankan diri mereka sendiri. Mereka merancang sistem

penjualan berbasis web sebagai strategi pemasaran berbiaya rendah, andal, dan terjangkau. Korporasi dapat memiliki pengaruh besar dengan promosi media sosial dengan keuntungan ini. Item yang tersedia di internet juga sangat beragam. Memang seperti yang sudah diketahui, industri belanja online di Indonesia belakangan ini meledak, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Telah terjadi banyak penjualan online melalui Instagram, Facebook, dan Twitter sejak awal tahun 2012. Semua operasi terkait penjualan sekarang akan dilakukan di Instagram, Facebook, dan Twitter [6]. Kalau mencari calon pembeli untuk jual atau memasarkan barang untuk dijual nanti, itu baru sebagian proses. Para pelaku bisnis ini dapat berkomunikasi dengan pelanggan dan calon pembeli dengan menggunakan media sosial, sehingga para pemilik bisnis online ini dapat menjangkau lebih banyak lagi calon pelanggan dengan menggunakan media sosial Instagram [7] tanpa ada batasan atau kendala yang serius. Banyak prospek bisnis baru bermunculan di Indonesia akhir-akhir ini, sehingga melahirkan banyak wirausahawan baru. Tidak hanya pengusaha skala besar, pelaku usaha kecil dan menengah serta pelaku usaha kecil dan menengah saat ini meningkat dengan pesat. Orang-orang mencoba untuk memulai bisnis mereka sendiri sebagai hasil dari munculnya banyak peluang bisnis berkapasitas kecil [8]. Sejumlah besar pemilik usaha kecil dan menengah tidak hanya mengoperasikan toko fisik, tetapi juga membuka toko online, tetapi toko virtual online yang akan menjangkau khalayak yang lebih luas [9]. Bahkan beberapa pemilik bisnis online yang saya kenal menghasilkan banyak uang. Para remaja diajarkan bagaimana memilih peluang bisnis topi kecil dan bisnis online dari rumah dan diharapkan dapat memilih peluang bisnis topi kecil dan menjalankan bisnis mereka secara online [10]. Meski potensi bisnis yang menggiurkan ini sudah di depan mata, banyak calon wirausahawan yang memutuskan mundur karena menghadapi tantangan saat memulai bisnis [11]. Masalah paling umum yang kami dengar adalah kurangnya modal awal untuk memulai usaha. Responnya adalah memilih peluang pasar berbiaya rendah yang terbukti menguntungkan [12]. Dan apa yang tampaknya menjadi perusahaan kecil yang sukses? Pengusul dan mitra sepakat untuk mengambil tema “PELATIHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI USAHA ATAU BISNIS BAGI REMAJA DI DAERAH CIKOKOL TANGERANG” agar anak-anak yang berkompeten, berkompetisi dalam keterampilan, dan berakhlak mulia terbantu dengan keadaan di atas. belajar. Tentunya dengan bantuan para relawan, para peserta harus bisa mengidentifikasi peluang pasar yang bisa mereka manfaatkan setelah lulus nanti.

2. METODE PELAKSANAAN

Memberikan pendapat, berdiskusi dan membuat kelompok kerja adalah jenis program pengabdian masyarakat yang digunakan. Berikut adalah struktur operasinya:

SESI 1

Instruktur: Khansa Aisyah Ramadhan

Kegiatan: Memberikan pendapat, berdiskusi dan membuat kelompok kerja

Tema : Bisnis Afiliasi (Affiliate Marketing) dan Bisnis Dengan Membuat Toko Online (Online Shop).



Gambar 1. Berdiskusi Tentang Tema Sesi Pertama

Instruktur: Putra Lazuardi

Kegiatan: Memberikan pendapat, berdiskusi dan membuat kelompok kerja

Tema: Bisnis Online Dengan Membangun Blog/ Website Portal dan Cara Membuat Facebook Ads dan Cara Membuat Instagram.



Gambar 2. Membahas Bisnis Online Dengan Membangun Blog/ Website Portal

3. PEMBAHASAN

Proyek pengabdian masyarakat ini menawarkan temuan-temuan sebagai berikut, berdasarkan wawancara, tanya jawab dan observasi langsung selama kegiatan:

1. Peningkatan kesadaran dan apresiasi penggunaan media sosial untuk bisnis atau promosi bisnis oleh pelajar atau warga.
2. Peningkatan keterampilan remaja di wilayah Cikokol, Tangerang tentang penggunaan media sosial untuk bisnis atau promosi.

Beberapa faktor yang berkontribusi pada kelancaran dan produktifnya proyek pengabdian masyarakat ini, termasuk dukungan yang kuat dari para guru atau tutor selama program berlangsung. Kurangnya minat belajar dari siswa atau penghuni, serta masa pelatihan yang singkat dan fasilitas peralatan yang terbatas, semuanya menjadi kendala. Untuk penggunaan media sosial, tersedia materi pelatihan komersial atau promosi bisnis dalam kegiatan PKM di daerah Cikokol, Tangerang, adalah sebagai berikut:

Bisnis Afiliasi (Affiliate Marketing)

Pada dasarnya adalah model bisnis ini diikuti baik di luar maupun oleh para pemasar internet[13]. Secara domestik dan global untuk menjalankan bisnis afiliasi, kami tidak perlu melakukannya kita punya produk, tapi kita bisa menjual produk orang lain melalui internet, seperti blog, media sosial, pemasaran email, dan empat belas sarana lainnya[14]. Kami memiliki komisi, dari harga keseluruhan produk yang terjual, persentase tertentu. Ada berbagai item yang ditawarkan, Produk fisik, nirkabel, dan berbasis keanggotaan semuanya tersedia. Kami tidak perlu khawatir tentang apa pun yang terkait dengan pasar afiliasi ini. Manufaktur barang, pengemasan produk, dan distribusi [15]. Kita harus melakukannya untuk memfasilitasi hubungan unik pemasok (pemilik

produk). Jika ada yang mengkliknya (tautan) dan melakukan pembelian melalui tautan afiliasi kami, kami akan menerima komisi. Untuk layanan yang diberikan oleh afiliasi di wilayah Anda yang telah direkomendasikan;

- 1) Tokopedia.com
- 2) Shopee
- 3) Blibli.com
- 4) Bukalapak.com
- 5) JD.id

Bisnis Dengan Membuat Toko Online (Online Shop)

Memiliki toko web sekarang cukup mudah. Ada kemungkinan industri toko online dimiliki oleh orang-orang yang memiliki toko fisik dan ingin meningkatkan keuntungannya dengan berjualan secara online [16]. Orang yang tidak memiliki produk juga dapat berpartisipasi dalam bisnis ini dengan bergabung sebagai pemasok atau pengecer yang menawarkan skema dropship atau reseller. Sebenarnya untuk memulai toko berbasis web [17]. Anda harus memiliki toko online. Sebenarnya, mendirikan toko web tidaklah sulit; kita bisa menemukan tutorialnya di internet. Dia kemudian mencari produk atau kemitraan dengan pemasok yang memberikan layanan kepada reseller atau dropshippers. Ketika kami telah diterima untuk bekerja sama dan membantu toko online, kami akan mulai memposting produk di sana. Ada beberapa produsen yang sangat direkomendasikan untuk bekerjasama:

- a. Cakning.com
- b. Komisian.com
- c. Dropshipaja.com

Bisnis Online Dengan Membangun Blog/ Website Portal

Membuat blog atau situs web bisa menjadi peluang bisnis yang menggiurkan. Bahkan sesuai dengan niche blog / website yang sedang dibuat, semakin banyaknya pengguna internet dan mobile merupakan indikasi bahwa media blog / website akan memiliki trafik yang lebih banyak di kemudian hari [18]. Kami juga menciptakan peluang bisnis kapitalisasi kecil dengan cara ini. Lihatlah halaman web yang linknya sering bertebaran di sekitar Facebook dan Google (misalnya Merdeka.com, Kompas.com, Alodokter.com, dkk.). Kami akan melihat iklan Google AdSense di situs web. Program PPC (bayar per klik), terutama Google AdSense [19], digunakan untuk memonetisasi sebagian besar blog dan situs portal ini. Perangkat lunak PPC ini cocok untuk mereka yang memiliki situs web atau blog dengan lalu lintas tinggi [20]. Program PPC (pay per click) seperti Google AdSense, Bidvertiser, Kliksaya, Kumpulblogger, dan lain-lain adalah contoh model bisnis jaringan iklan. Selain iklan PPC, Anda juga dapat menggunakan iklan mandiri untuk menjual ruang iklan di blog Anda dengan harga tertentu [21]. Tahukah Anda bahwa pendapatan dari blog / website yang menampilkan iklan PPC dan iklan independen tidak boleh diabaikan. Banyak blogger dan pemilik situs web menghasilkan uang dari iklan di situs web mereka, yang dapat berkisar dari puluhan ribu hingga miliaran rupiah. Linda Ikeji adalah seorang penulis dengan bayaran tinggi. Blogger Nigeria ini menghasilkan milyaran rupiah setiap bulan sebagai hasil tulisan pada situsnya, menurut perkiraan.

Cara Membuat Facebook Ads

Berikut langkah-langkah yang ingin Anda lakukan jika Anda ingin beriklan melalui Iklan Facebook!

- a. Masuk ke Iklan Facebook
- b. Mulai Mempromosikan Iklan
- c. Siapkan Materi Iklan
- d. Melakukan pembayaran

- a. Buka Manajer Iklan Facebook
- b. Pilih Formasi Iklan Terarah
- c. Menetapkan Tujuan Periklanan Tentukan tujuan periklanan yang ingin Anda capai selanjutnya. Sasaran iklan dibagi menjadi tiga grup di Pengelola Iklan Facebook: Kesadaran, Pertimbangan, dan Konversi.
 - 1) Pengakuan merek:
 - 2) Pertimbangan Lalu Lintas
 - 3) Konversi Transformasi (Konversi): Untuk Anda semua yang ingin meningkatkan jumlah orang yang berbelanja di situs web Anda dengan membeli barang. Katalog item penjualan:

Tampilkan iklan untuk item katalog Anda berdasarkan tujuan yang telah Anda tentukan. Kunjungan ke toko Jika Anda menjalankan toko fisik atau online, Untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang mengunjungi toko Anda, pilihlah porsi ini.

Pada tipe iklan Split Test, Anda akan diminta untuk membuat dua iklan yang mirip yaitu konten A dan konten B.

- a) Klik Tujuan Iklan Anda
- b) Pilih Jenis Iklan Pada jenis iklan Split Test, Anda akan diminta untuk membuat dua yang serupa. iklan, yaitu konten A dan konten B. Audiens Anda akan dibagi menjadi dua kelompok yang masing-masing akan melihat iklan terpisah. Anda dapat melihat materi iklan mana yang mendapatkan lalu lintas paling banyak dengan cara ini. Sayangnya, karena jenis pengoptimalan anggaran, biaya jenis iklan uji terpisah dua kali lipat dari jumlah maksimum uang. Saya memilih iklan bentuk kedua untuk tutorial ini karena lebih cocok untuk pemula. Anda harus memutuskan anggaran iklan Anda selama proses ini. Di Iklan Facebook, Anda memiliki kendali penuh atas anggaran iklan Anda. Kami menyertakan anggaran 1 juta rupiah dalam tutorial ini.

1. Buat iklan dan pilih tujuan lalu lintas.
2. Tampilkan iklan
3. Mengidentifikasi Pasar Sasaran Seperti yang saya nyatakan di awal artikel, faktor-faktor yang tercantum di bawah ini akan membantu Anda menentukan karakteristik khalayak sasaran Anda:

A. Audiens Kustom

- b. Lokasi
- c. Berumur.
- d. Jenis kelamin
- e. Bahasa
- f. Penargetan Terperinci
- g. Hubungan
- h. Temukan tempatnya
- saya. Pilih jadwal

i. Buat tautan dengan akun Instagram. Semua yang ingin Anda lakukan saat ini adalah menambahkan akun Instagram yang hanya akan ditautkan ke profil Facebook Anda. Untuk memasarkan perusahaan Anda, kami sarankan untuk membuat akun Instagram terpisah.

- 1) Buka Akun> Tambahkan Akun.
- 2) Tentukan Tata Letak Billboard Anda dapat memilih dari lima format iklan yang berbeda, yaitu sebagai berikut:
 - a) Carousel: acara billboard yang menampilkan dua atau lebih gambar atau video yang dapat digulir.
 - b) Gambar Tunggal: Menampilkan satu iklan gambar.
 - c) Video Tunggal: papan reklame yang menyertakan video.
 - d) Peragaan Slide: Mengiklankan hingga sepuluh slide gambar atau video.
 - e) Koleksi: Iklan sering kali terdiri dari kombinasi foto dan video. Kami menggunakan Format South Korea dengan gambar yang dapat digeser dalam tutorial ini.

- 3) Tulis teks
- 4) Pilih gambar, tulis judul, dan tambahkan koneksi.
- 5) Melakukan pembayaran

4. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan, dari acara pengabdian masyarakat ini, bahwa:

1. Peningkatan pengalaman dan kesadaran para peserta muda
2. Ada kesempatan yang berkembang bagi pelajar atau warga untuk belajar bagaimana menggunakan media sosial untuk bisnis atau promosi bisnis.

Mengingat keuntungan besar dari kegiatan ini dalam pengabdian masyarakat, penting untuk:

1. Di daerah lain menyelenggarakan sosialisasi dan persiapan terkait.
2. Kelanjutan kurikulum pasca-jabatan sehingga siswa atau peserta didik berpotensi melakukan pelatihan dalam promosi atau usaha penggunaan media sosial.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1]A. Adi and P. Kepada, "Inovasi Di Era," *Pendidik. Manufaktur Berbas. Gamifikasi Untuk Meningkatkan. Inov. Di Era Insudtri 4.0*, vol. 1, no. 1, pp. 14–20, 2020.
- [2]P. O. A. Sunarya and N. Lutfiani, "Analisis Sistem Sertifikasi Profesi Untuk Pengembangan Kompetensi Mahasiswa," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 70–77, 2020.
- [3]R. S. Wahyudrajat, "Infaq Pembangunan Masjid Jami'Nurul Ikhlas," *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 51–58, 2020.
- [4]A. Adi and P. Kepada, "MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL PADA DAERAH," vol. 1, no. 1, pp. 69–76, 2020.
- [5]I. Handayani, E. Febriyanto, and F. P. Oganda, "PEMANFAATAN SISTEM IJC (iLearning Journal Center) SEBAGAI MEDIA E-JOURNAL PADA PERGURUAN TINGGI DAN ASOSIASI," *CSRID (Computer Sci. Res. Its Dev. Journal)*, vol. 11, no. 1, pp. 23–33, 2020.
- [6]F. P. Oganda, N. Lutfiani, Q. Aini, U. Rahardja, and A. Faturahman, "Blockchain Education Smart Courses of Massive Online Open Course Using Business Model Canvas," in *2020 2nd International Conference on Cybernetics and Intelligent System (ICORIS)*, 2020, pp. 1–6.
- [7] U. D. I. Era, "PENGALANGAN DANA DIGITAL UNTUK YAYASAN MELALUI PRODUK," 2005.
- [8]N. Lutfiani, U. Rahardja, and I. S. P. Manik, "Peran Inkubator Bisnis dalam Membangun Startup pada Perguruan Tinggi," *J. Penelitian Ekon. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 77–89, 2020, doi: 10.33633/jpeb.v5i1.2727.
- [9]F. P. Oganda, U. Rahardja, Q. Aini, M. Hardini, and A. S. Bist, "BLOCKCHAIN: VISUALIZATION OF THE BITCOIN FORMULA," *PalArch's J. Archaeol. Egypt/Egyptology*, vol. 17, no. 6, pp. 308–321, 2020.
- [10] V. T. D., "MODEL DALAM E-LEARNING PADA," no. 2016, pp. 21–29, 2020.
- [11]D. A. Kurniawan and A. Z. Santoso, "Pengelolaan Sampah di daerah Sepatan Kabupaten Tangerang," *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 31–36, 2020.
- [12]W. Zulkarnain and S. Andini, "Inkubator Bisnis Modern Berbasis I-Learning Untuk Menciptakan Kreativitas Startup di Indonesia," *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 77–86, 2020.
- [13]Q. Aini, U. Rahardja, I. Handayani, M. Hardini, and A. Ali, "Utilization of google spreadsheets as activity information media at the official site alphabet incubator," *Proc. Int. Conf. Ind. Eng. Oper. Manag.*, no. 7, pp. 1330–1341, 2019.
- [14]A. Argani and W. Taraka, "Pemanfaatan Teknologi Blockchain Untuk Mengoptimalkan Keamanan Sertifikat Pada Perguruan Tinggi," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 10–21, 2020.
- [15] G. Antarnusa and S. Ristantiya, "Ganesha Antarnusa 1 , Siva Ristantiya 2 1),2) ," pp. 37–50, 2012.
- [16]D. Amany and A. Desire, "Pembelajaran Interaktif berbasis Gamifikasi guna Mendukung Program WFH pada saat Pandemic Covid-19," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 48–55, 2020.
- [17]F. Alfiah, R. Sudarji, and D. T. Al Fatah, "Aplikasi Kriptografi Dengan Menggunakan Algoritma Elgamal Berbasis Java Desktop Pada Pt. Wahana Indo Trada Nissan Jatake," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 1, pp. 22–34, 2020.
- [18] L. Fajarita, "Nawindah 1 , Lusi Fajarita 2 1) ," pp. 87–90, 2016.
- [19]U. Rahardja, Q. Aini, and M. Iqbal, "Optimalisasi Reward Pada Penilaian Absensi Berbasis Gamifikasi Untuk Meningkatkan Motivasi Mahasiswa," *InfoTekJar J. Nas. Inform. dan Teknol. Jar.*, vol. 5, no. 1, pp. 40–43, 2020.
- [20]Y. Anggara, "Cegah COVID-19 Di Era New Normal Pada KP. Sambangan," *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 59–68, 2020.
- [21]Q. Aini, U. Rahardja, A. Moeins, and D. M. Apriani, "Penerapan Gamifikasi Pada Sistem Informasi Penilaian Ujian Mahasiswa Untuk Meningkatkan Kinerja Dosen," *J. Inform. Upgris*, vol. 4, no. 1, pp. 46–55, 2018, [Online]. Available: <http://journal.upgris.ac.id/index.php/JIU/article/view/2263/1883>.