

Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

Intan Bahtera Pertiwi¹, Finy Marvelyn², Ellysabeth³, Nur Sazwani Ismail Putri⁴, Viony⁵, Dame Afrina Sihombing⁶

Universitas Internasional Batam

2046017.intan@uib.edu; 2046020.finy@uib.edu; 2046018.ellysabeth@uib.edu;
2046014.nur@uib.edu; 2046021.viony@uib.edu; dame@uib.ac.id;

Abstrak

Cilok Pak De Ragil telah beroperasi dari 2007 sampai dengan sekarang 2021. Usaha yang didirikan oleh Bapak Agus Susilo dan keluarga terletak di perumahan komplek, sehingga penjualan dari tahun ke tahun hanya diketahui oleh masyarakat sekitar saja. Hal tersebut menjadi kesempatan untuk melakukan strategi pemasaran melalui media sosial. Mengingat lokasi tersebut tidak diketahui masyarakat diluar perumahan, maka menjadi alasan yang kuat dalam perkembangan pemasaran. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan lebih luas dan dapat dijangkau dimana saja oleh masyarakat Kota Batam. Metodologi penelitian dimulai dari pengumpulan data; observasi, wawancara dan dokumentasi. Luaran yang dihasilkan berupa pembuatan logo, akun media sosial, pendaftaran aplikasi pesan antar makanan dan buku panduan. Buku panduan diharapkan dapat digunakan dalam proses pengaplikasian media sosial dan pendaftaran aplikasi pesan antar makanan di masa yang akan datang.

Abstract

Cilok Pak De Ragil has been operating since 2007. The business founded by Mr. Agus Susilo and his family is located in a residential, making his sales from year to year only known by the local community. This is a great opportunity to carry out marketing strategies through social media. Given the said location is not known to the public outside the residential, hence it becomes a compelling reason for marketing development. The objective is to increase sales and be accessible everywhere by the people of Batam. The research methodology starts from data collection; observation, interview and documentation. The outputs produced are logo designing, a social media account, food delivery service application registration, and a guide book. The guide book is expected to be used in the process of applying social media and signing up on a food delivery service application in the future.

Keywords: Marketing, Social Media, Increase Sales

Pendahuluan

Kegiatan SePORA diperuntukkan bagi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Kewarganegaraan pada semester Sisipan Genap 2020/2021 di Universitas Internasional Batam yang berlokasi di Sei Ladi, Jl. Gajah Mada, Baloi Permai, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau.

Kegiatan ini menimbulkan rasa kesadaran tentang hak dan kewajiban sebagai warga negara Indonesia yang peduli terhadap lingkungan sekitar, serta timbulnya rasa kontribusi dan bersosialisasi di lingkungan yang luas serta saling membantu dalam memberikan solusi terhadap permasalahan yang dialami oleh mitra.

Kelompok 8 dari kelas 2GAMB memilih UMKM Cilok Pak De Ragil sebagai bagian dari proyek ini. Cilok Pak De Ragil terletak di Perumahan Legenda Malaka, blok K3 no 5. Usaha yang oleh Bapak Agus Susilo bersama telah beroperasi selama 14 tahun lamanya, berawal dari tahun 2007 sampai dengan sekarang 2021. Jam operasional mulai dari pukul 16.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB.

Selama ini, target pemasaran dari usaha hanyalah masyarakat di sekitar lingkungan komplek, oleh karena itu belum adanya perkembangan ataupun pemasaran yang luas melalui media digital, seperti tidak adanya logo usaha ataupun akun media sosial.

Oleh karena itu, kami berupaya dalam peningkatan penjualan usaha Cilok Pak De Ragil melalui media digital. Dimulai dari pembuatan logo usaha yang telah disepakati bersama dengan Bapak Agus Susilo, memberikan pelatihan dan buku panduan (*content planner*) mengenai cara pengaplikasian serta manfaat dari media sosial yang dioperasikan melalui *instagram*, *facebook* serta *go-food*. Dengan adanya proyek ini, mitra memiliki peluang dalam mengembangkan dan meningkatkan penjualan secara luas, serta dapat dijangkau dimana saja oleh masyarakat Batam, melalui pengaplikasian media sosial sebagai media promosi produk usaha.

Metode

Artikel ini memakai metode kualitatif, *case studies* ini adalah sebuah penelitian kualitatif dalam mengeksplorasi secara mendalam terhadap suatu proses, program, atau aktivitas antara satu orang atau lebih yang dilakukan oleh peneliti. (ITEBA, 2021) Dalam penelitian ini

metode yang digunakan antara lain sebagai berikut:

1) Observasi

Secara umum, observasi merupakan suatu cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan. (Edra, 2017)

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu permasalahan dari mitra. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh permasalahan yang sesuai atau relevan dengan topik SEPORA. Hal yang akan diamati yaitu penjualan Cilok Pak De Ragil, Legenda Malaka, Kota Batam. Observasi dilakukan di lokasi mitra tersebut oleh salah satu perwakilan anggota kelompok.

2) Wawancara (*interview*)

Metode Wawancara (*interview*) secara umum adalah suatu percakapan antara dua atau lebih orang yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber. Selain itu, wawancara juga memiliki definisi yang lain yaitu suatu bentuk komunikasi lisan yang dilakukan secara terstruktur oleh dua orang atau lebih, baik secara langsung maupun jarak jauh. (Yuhana & Aminy, 2019).

Dalam wawancara tersebut kami menanyakan berbagai pertanyaan yang kami persiapkan untuk Bapak Agus Susilo selaku pemilik mitra, sehingga kami mendapatkan informasi dalam pelaksanaan proyek ini.

Melalui permasalahan yang ditemukan maka kami berupaya untuk melaksanakan:

1. Berawal dari diskusi bersama anggota kelompok dalam menentukan mitra. Diskusi bersama ini dilaksanakan melalui

Microsoft Teams pada hari Jumat, 18 Juni 2021 selama 15 menit lebih 9 detik. Mitra Cilok Pak Ragil ini merupakan UMKM yang dipilih oleh salah satu anggota kelompok kami untuk pelaksanaan kegiatan SePORA. Adapun alasan anggota kelompok memilih Cilok Pak De Ragil dikarenakan usaha ini merupakan kenalan dari salah satu anggota kelompok, sehingga memudahkan kami dalam berkomunikasi, memperoleh informasi serta kerjasama antar mahasiswa dan mitra.

Gambar 1.1 Diskusi Kelompok Penentuan Mitra



Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Mengidentifikasi apa saja masalah yang dihadapi oleh Cilok Pak De Ragil selama berjalannya usaha. Setelah menemukan permasalahan, kami melakukan diskusi bersama lagi melalui *Microsoft Teams* pada hari Selasa, 6 Juli 2021 yang berdurasi hampir 2 jam (1 jam 52 menit). Kami sekelompok membahas mulai dari pencarian solusi untuk memecahkan permasalahan pada mitra hingga pembagian tugas.

Gambar 1.2 Diskusi Kelompok Identifikasi Masalah dan Pembagian Tugas



Sumber: Dokumentasi Pribadi

3. Anggota kelompok melakukan pembagian tugas dalam menjalankan proyek ini. Mulai dari pembuatan logo, banner dan twibbon sebagai awalan dari proyek kami.
4. Membuat media sosial seperti *instagram* dan *facebook* agar penjualan diketahui oleh masyarakat luas.
5. Pembuatan buku panduan termasuk content planner didalamnya.
6. Menyiapkan berkas-berkas yang dibutuhkan untuk pendaftaran *go-food* Cilok Pak De Ragil pada aplikasi *go-food*.
7. Anggota kelompok menyusun laporan dan artikel jurnal akhir kegiatan.

• **Tahap Penilaian dan Pelaporan**

1. Setelah anggota kelompok melakukan implementasi pada *Cilok Pak De Ragil* dan media social yang telah dirancang dapat digunakan secara terus menerus oleh mitra.
2. Project Proposal Sepora terlebih dahulu dilakukan pengecekan oleh dosen pembimbing apakah sudah sesuai dan dapat dijalankan dengan benar.
3. Setelah dilakukan pengecekan oleh dosen pembimbing, ketua kelompok mensubmit Project Proposal Sepora pada link yang diberikan dan akan dilakukan pengecekan sekaligus persetujuan

- oleh LPPM Universitas Internasional Batam
4. Selanjutnya, anggota kelompok meminta kesediaan pemilik *Cilok Pak De Ragil* untuk melakukan kunjungan.
 5. Setelah mendapat persetujuan kunjungan, anggota kelompok dan juga dosen pembimbingnya akan mengunjungi *Cilok Pak De Ragil* untuk melakukan kunjungan.
 6. Anggota kelompok mengumpulkan laporan akhir kegiatan berupa *softcopy* untuk di submit pada LMS.

Gambar 2.1 Lokasi Mitra



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan SePORA pada matakuliah kewarganegaraan ini berawal dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2021. Kelompok 8 ini terdiri dari 5 anggota, yang dimana semuanya berdomisili di Batam, sehingga tahapan pelaksanaan proyek ini akan lebih efisien karena mitra berdomisili juga di Batam. Maka kami memilih UMKM Cilok Pak De Ragil berlokasi di Perumahan Legenda Malaka, Blok K3 no 5 Kelurahan Baloi Permai, Kecamatan Kota Batam.

Setelah memperoleh kerjasama dengan mitra, kami juga mulai

mengetahui latar belakang mitra, permasalahan mitra dan kondisi yang dialami mitra sekarang. Maka dari itu, kami berupaya untuk mengembangkan strategi pemasaran melalui media sosial yang bermaksud untuk mengembangkan pemasaran produk mitra secara luas. Adapun tahap implementasi dimulai pada pertengahan Juni 2021, membuat desain logo usaha. Logo adalah sebuah gambar atau sketsa yang mempunyai arti tertentu, serta mempunyai arti yang kuat dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, maupun lembaga. (Alex, 2021).

Kelompok kami memulai pembuatan logo dan menghasilkan sebanyak tiga desain yang akan dipilih sesuai dengan selera mitra dan yang terpilih akan menjadi akhirnya. Pembuatan akun media sosial seperti *instagram* dan *facebook* dengan ini tentunya mitra mendapatkan perkembangan dalam segi promosi dari dokumentasi yang dapat di posting di akun media sosial tersebut.

Gambar 2.2 Design Logo Mitra



Sumber: Desain Pribadi

Gambar 2.3 Design Banner Mitra



Sumber: Desain Pribadi

Gambar 2.4 Design Twibbon Mitra



Sumber: Desain Pribadi

Berupaya dalam mempermudah proses registrasi, sebelum pembuatan akun media sosial, kami juga membuat beberapa hal pendukung lainnya untuk mempermudah dalam penggunaan media sosial, seperti membuat akun gmail. Kami juga membuat desain dan mencetak banner dan akan di tempatkan di steling mitra yang masih dengan keadaan kosong. Banner adalah sebuah media berisi informasi dan konten promosi, yang mana bertujuan menjual sesuatu atau hanya memperkenalkan sesuatu. Atau pengertian lainnya adalah sebuah media publikasi yang menggunakan cetak print digital berbentuk vertikal atau portrait. (Makintahu.com, 2021).

Hal ini digunakan untuk mempermudah para pembeli maupun driver gofood untuk mencari lokasi mitra. Adanya desain twibbon, yang memiliki tujuan agar postingan terkesan lebih rapi dan indah, sehingga dapat menarik minat para pembeli. Twibbon adalah istilah yang digunakan untuk

menggambarkan postingan dengan bingkai menarik. Twibbon sendiri merupakan sebuah media promosi, dukungan, pamflet atau banner berupa foto yang dikombinasikan dengan bentuk frame atau border yang di edit dan di desain sedemikian rupa hingga terlihat bagus dan menarik. (Mahardi, 2021) Serta adanya buku panduan beserta dengan *content planner*. content plan adalah suatu perencanaan pengembangan konten yang dilakukan agar tujuan akhir Anda bisa tercapai. Mulai dari menentukan konten yang seperti apa, platform yang akan digunakan, sampai kapan dipublikasikannya konten tersebut, semua harus direncanakan dalam rencana ini. (Ismail, 2021).

Buku panduan ini bertujuan sebagai pegangan atau pedoman dalam mempermudah pengaplikasian sosial media bagi permulaan pada mitra. Buku panduan ini berisikan akun-akun media sosial yang dimiliki, seperti *instagram*, *facebook*, *gmail* dan juga *go-food*, perencanaan konten yang menarik, penggunaan twibbon sebagai *frame*, agar *feeds* terlihat rapi, dan juga *caption* untuk kedepannya. Dengan begitu mitra akan lebih mudah dan dapat terus melanjutkan media sosialnya dalam jangka waktu yang lama. Kemudian anggota kelompok juga menyiapkan berkas-berkas yang dibutuhkan untuk pendaftaran *go-food* Cilok Pak De Ragil pada aplikasi gojek.

Gambar 2.5 Design Cover Buku

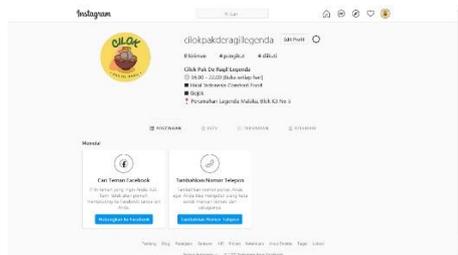
Panduan



Sumber: Desain Pribadi

Target yang telah kami hasilkan yaitu peningkatan pengetahuan masyarakat sekitar dan luar mengenai bisnis Cilok Pak De Ragil serta peningkatan penjualan yang dialami Cilok Pak De Ragil. Dalam kegiatan ini kami merancang strategi promosi melalui sosial media. Agar penjualan ini tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar saja.

Gambar 2.6 Akun Instagram Mitra



Sumber: Instagram

Gambar 2.7 Akun Facebook Mitra



Sumber: Facebook

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi antara satu sama lain yang dilakukan secara online. Sosial media berfungsi sebagai media untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. (Adani, 2020) Sosial media yang kami sepakati bersama dengan mitra terdiri dari *instagram*, *facebook*, *gmail* dan juga layanan gojek berupa *go-food*. Pemilihan aplikasi *facebook*, *instagram* dan *gmail* memiliki tujuan agar menarik perhatian konsumen dalam media sosial, untuk pemesanan makanan secara *online* telah di sediakan aplikasi *go-food*. Selain dari sosial media, kami juga membuat beberapa desain untuk menambah strategi promosi dan menarik perhatian para pembeli.

Keunggulan mengenai luaran yang kami hasilkan adalah semakin dikenalnya bisnis Cilok Pak De Ragil oleh masyarakat luar baik dilingkungan sekitar maupun dalam sosial media. Bahkan mempermudah konsumen dalam memesan, karena tersedia nya fitur *gofood* untuk pemesanan secara *online*. Sehingga bisnis Cilok Pak De Ragil juga mengalami peningkatan penjualan

Kelemahan mengenai luaran yang kami hasilkan adalah mitra yang kami miliki tidak terlalu mengetahui tentang teknologi, mengingat bahwa zaman sekarang teknologi semakin maju dan berkembang. Sehingga diperlukan perhatian dan pengajaran lebih kepada mitra. Solusi yang kami miliki adalah dengan dibuatnya buku panduan yang berisikan lengkap akun media sosial, seperti *instagram*, *facebook*, *gmail* dan juga *go-food*. Didalam ini juga berisikan lengkap mengenai *content planner* seperti jadwal *posting* dan juga *caption* untuk kedepannya, dengan begitu

mitra akan lebih mudah dalam mengelola dan dapat terus melanjutkan dalam jangka waktu yang lama.

PPKM adalah singkatan dari Perberlakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, sehingga diharapkan aktivitas masyarakat yang berpotensi memperluas penyebaran Covid-19 bisa diminimalisir. Dikarenakan semakin meningkatnya tingkat kasus Covid-19 dan peraturan baru masyarakat yang sedang berlaku mengakibatkan keterbatasan anggota kelompok dalam melakukan kegiatan implemetasi. Maka dari itu, segala proses yang dilakukan harus secara online. (Idris, 2021)

Simpulan

Kegiatan SePORA pada matakuliah Kewarganegaraan di semester sisipan genap tahun ajaran 2021/2022, kami telah membantu UMKM mitra Cilik Pak De Ragil dalam meningkatkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran melalui media sosial. Hal ini akan memberikan dorongan bagi para UMKM untuk memperoleh peningkatan konsumen melalui media sosial. Dengan adanya proyek ini, mitra juga memperoleh banyak bantuan, mulai dari logo usaha, akun media sosial hingga buku panduan/pegangan sebagai buku pintar dalam mengaplikasikan media sosial.

Kegiatan PKM ini sangat memberikan manfaat bagi usaha-usaha kecil yang belum mendapatkan perkembangan teknologi memadai. Sebagai rekomendasi, sesuai dengan kegiatan SePORA pada matakuliah Kewarganegaraan ini, yang memiliki maksud untuk meningkatkan peduli pada sesama masyarakat Indonesia mengenai hak dan kewajiban. Maka kita harus saling berpangku tangan

tanpa membeda-bedakan satu sama lain.

Dengan ini kami kelompok 8 mengucapkan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkatnya kami dapat melaksanakan proyek ini. Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dame Afrina Sihombing, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing kepada kami dalam menjalankan proyek ini, serta kepada teman satu kelompok dan pihak mitra yang memiliki hubungan kerjasama yang erat.

Daftar Pustaka

- Adani, M. R. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis*. Sekawan Media.
<https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/>
- Edra, R. (2017). *10 Pengertian Observasi Menurut Para Ahli /Sosiologi Kelas 10*. Ruangguru.
<https://www.ruangguru.com/blog/10-pengertian-observasi-menurut-para-ahli>
- Idris, M. (2021). *PPKM Adalah Singkatan dari Perberlakukan Pembatasan Kegiatan*. Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2021/07/10/092118826/ppkm-adalah-singkatan-dari-perberlakukan-pembatasan-kegiatan>
- ITEBA. (2021). *Perbedaan Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Gabungan*. ITEBA.
<https://iteba.ac.id/blog/perbedaan-metode-penelitian-kualitatif-kuantitatif-gabungan/>
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). *Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar*

- Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79.
<https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>
- Mania, S. (2008). Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233.
<https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>
- Alex, P. (2021). *Logo Adalah*. Pengajar.Co.Id.
<https://pengajar.co.id/logo-adalah/>
- Ismail, I. (2021). *Cara Membuat Content Plan yang Jelas Agar Konten Makin Maksimal*. Accurate.Id.
<https://accurate.id/marketing-manajemen/cara-membuat-content-plan-yang-jelas-agar-konten-makin-maksimal/>
- Mahardi, M. (2021). *Apa Itu Twibbon? Apa Manfaatnya? Dan Bagaimana Cara Membuatnya*. Laciutang.Com.
<https://laciutang.com/twibbon/>
- Makintahu.com. (2021). *Pengertian Banner, Fungsi, Tujuan Dan Jenisnya*. Makintahu.Com.
<https://www.makintahu.com/pengertian-banner-fungsi-tujuan-dan-jenisnya/>