

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN KERAJINAN SANTRI BAITUL QUR'AN

Siti Mukodimah¹, Abdul Hamid², Sri Ipinuwati³

^{1,3}Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung

²Prodi Manajemen Pendidikan Islam, STIT Pringsewu, Lampung

^{1,3}Jalan Wisma Rini, No.09 Pringsewu, Lampung, Indonesia

²Jalan Raya Wonokriyo Gadingrejo Pringsewu, Lampung Indonesia

Email: mukodimah97@gmail.com

Abstrak

Promosi melalui media sosial bukan lagi hal yang baru. Manfaat media sosial yang satu ini memang sudah dilakukan sejak lama, untuk menerapkan manfaat media sosial sebagai media sosial sebagai tempat untuk mempromosikan bisnis dilakukan karena jumlah pengguna internet kini semakin meluas. Beberapa hal yang dapat dilakukan sebagai promosi di media sosial meliputi pengenalan produk, memberikan informasi kepada calon pelanggan, dan juga mengabarkan promosi yang sedang dijalankan. Misalnya, dengan memberikan informasi penggunaan produk dan diskon yang sedang diberikan. Dengan cara promosi yang lebih mudah dan murah, produk yang ditawarkan dapat dipromosikan dengan jangkauan lebih luas tanpa khawatir dengan batasan seperti jarak, waktu, dan dana yang digunakan. Salah satu manfaat dari media sosial bagi perkembangan bisnis yakni memberikan kemampuan untuk melihat selera pasar. Melalui kebiasaan yang pelanggan lakukan di media sosial, dapat terlihat bagaimana selera mereka berubah seiring dengan perkembangan waktu. Bahkan, tanggapan pelanggan atau masyarakat terhadap sesuatu yang baru ini pun dapat dilihat. Hal ini tentu saja dapat memberikan keuntungan bagi para pebisnis. Sebab, dengan demikian pelaku usaha akan mendapatkan pengetahuan mengenai produk apa yang akan disukai oleh pelanggan serta bagaimana cara promosi yang disukai oleh pelanggan.

Kata Kunci: Perkembangan Teknologi, Peluang, Media Sosial, Sarana Promosi.

Abstract

Promotion through social media is nothing new. The benefits of social media on this one have been carried out for a long time, to apply the benefits of social media as social media as a place to promote business because the number of internet users is now expanding. Some things that can be done as promotions on social media include product introductions, providing information to potential customers, and also reporting on ongoing promotions. For example, by providing information on product usage and discounts that are being given. By means of promotion that is easier and cheaper, the products offered can be promoted with a wider range without worrying about limitations such as distance, time and funds used. One of the benefits of social media for business development is that it provides the ability to see market tastes. Through the habits that customers do on social media, it can be seen how their tastes change over time. In fact, customer or public responses to something new can also be seen. This of course can provide benefits for business people. Because, by doing so, business actors will gain knowledge about what products customers will like and how to promote them.

Keywords: Technology Development, Opportunity, Social Media, Promotional Means

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi teknologi informasi berperan sangat penting, dengan menguasai teknologi dan informasi, kita memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Informasi merupakan modal utama dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara (Setiadi, 2019). Teknologi memiliki pengertian proses untuk meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, dan produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada, karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem. Maka dapat disimpulkan era Teknologi adalah masa dimana produk selalu didaur atau dicipta untuk memenuhi kebutuhan manusia. Keharusan ini dimungkinkan karena manusia pada dasarnya adalah makhluk kreatif sebagai sunnatullah atas rasa, cipta, dan karsa yang diberikan maha pencipta kepadanya. Salah satu teknologi yang sedang mumpuni pada zaman sekarang ini salah satunya adalah media sosial.

Media sosial atau yang lebih dikenal dengan istilah jejaring sosial atau dalam KKBI disebut sebagai Media Daring merupakan bagian dari media baru. Didefinisikan sebagai media daring dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi yang meliputi, blog, forum daring, jejaring sosial, wiki, dan dunia virtual. Media baru merupakan sebuah nama yang di sandangkan pada media sosial karena media ini berbeda dari media yang ada sebelumnya seperti majalah, televisi, dan radio (Asri, Nuryah Sj & Basith, 2017). Media seperti dijelaskan diatas tergolong sebagai media lama yang kini hamper pasti perlahan lahan akan digantikan dengan media baru yang lebih mendapatkan tempat di hati masyarakat. Media Sosial disebut jejaring sosial online bukan media massa online, karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat besar yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan masaa dapat dengan mudah di lakukan hanya dengan menggerakkan jari melalui media sosial ketimbang menyebarkannya orang ke orang (Setiadi, 2019).

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah cara terbaik untuk dapat menjangkau luasnya pasar ataupun pelanggan. Media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan youtube memiliki sejumlah manfaat sendiri bagi para pelaku usaha dibandingkan dengan menggunakan media konvensional sebagai media promosi. Berikut adalah peran dan fungsi yang akan membandingkan antara media sosial dengan media konvensional yaitu sebagai berikut (Ahyuna et al., 2013):

1. Lebih Sederhana

Tentu saja jika dilihat media sosial sangatlah sederhana dibandingkan media konvensional radio maupun televisi. Dalam melakukan promosi kita bisa dengan sangat mudah menggunakan media sosial kita di manapun kita berada kita tetap bisa mempromosikan barang kita dengan sangat sederhana yaitu bisa dilakukan melalui aplikasi yang ada di handphone, sementara jika media sosial kita harus melakukan kordinasi dulu ke kantor pemasaran dan memakan waktu yang lama karena ada proses yang panjang yang harus dilewati jika ingin melakukan promosi.

2. Membangun Hubungan

Media sosial dapat memungkinkan kita berinteraksi secara cepat dengan konsumen kita. Pada media ini kita bisa mendapatkan feedback langsung dari konsumen sehingga jika ada kesalahan dalam produk kita bisa dengan cepat memperbaikinya, hal ini sangat berbeda dengan media konvensional yang hanya melakukan komunikasi satu arah saja.

3. Jangkauan Global

Media konvensional memang dapat menjangkau secara global dan cepat, akan tetapi tentunya hal ini membuat biaya yang dikeluarkan untuk promosi pastilah mahal agar dapat menjangkau secara luas dengan bekerjasama dengan berbagai media konvensional seperti Media televisi yang tidak cukup hanya satu media televisi jika ingin menjangkau secara global, hal ini justru berbeda dengan media sosial. Media sosial dapat menjangkau lebih luas lagi dari yang bisa dilakukan oleh media konvensional. Selain itu media ini juga dapat mengkomunikasikan hal apapun hanya dalam waktu sekejap. Dalam waktu sekejap saja ketika anda mulai menyebarkan informasi maka disaat itu pula mereka dapat menerima pesan anda bagaimanapun kondisi geografis mereka.

4. Terukur

Promosi dengan menggunakan media sosial dapat terkontrol dengan jelas, kita bisa mendapatkan data yang terukur dalam waktu sekejap mengenai jangkauan serta efektifitasnya, berbeda dengan media konvensional yang memerlukan waktu sangat lama untuk dapat memberikan data guna mengukur efektifitas promosi.

Berdasarkan perbandingan tersebut maka media sosial mempunyai peranan yang lebih efektif, efisien serta murah jika dibandingkan dengan media konvensional. Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi sudah biasa dilakukan di era yang seperti sekarang ini. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman bagaimana pemanfaatan Teknologi Informasi secara positif sebagai media pemasaran kerajinan santri. Manfaat yang didapat dari pengabdian kepada masyarakat di Kabupaten Pringsewu adalah menambah pengetahuan dan kemampuan para guru untuk memperluas pemahaman serta pemanfaatan Teknologi Informasi pemanfaatan Teknologi Informasi secara positif sebagai media promosi dan pemasaran barang hasil kerajinan santri.

II. METODE KEGIATAN

1.1 Tempat Pelaksanaan dan Peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Kerajinan Santri Baitul Qur'an” dilaksanakan pada tanggal 7 Desember 2021 di Baitul Qur'an Para peserta sudah berkumpul pukul 08.30 WIB dan mulai melakukan registrasi. Acara dimulai pukul 09.30 dengan dibuka oleh Pengasuh Pondok Pesantren Baitul Qur'an.

Penyampaian materi pertama dilakukan oleh Tim pengabdian kepada masyarakat dengan topik pengembangan pemanfaatan teknologi. Pemaparan materi pertama dimulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 11.30 WIB yang dilanjutkan dengan tanya jawab hingga pukul 12.15 WIB Selanjutnya acara istirahat dan makan siang kepada semua peserta dan panitia selama 45 menit.

2.2 Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Memberikan materi berupa pengetahuan tentang perkembangan internet dan peluang yang ada akibat kemajuan internet yang dapat dimanfaatkan secara positif sebagai sarana promosi.
2. Memaparkan contoh-contoh penerapan teknologi informasi di bidang pendidikan yang sukses dengan memanfaatkan teknologi sehingga hal ini dapat menjadi contoh pengembangan dan dapat menjadi perangsang untuk melakukan perbaikan sistem pembelajaran.
3. Memberikan panduan teknik/cara memanfaatkan teknologi melalui internet khususnya *internet* sebagai sarana sistem pengembangan peningkatan proses pembelajaran bagi santri untuk memasarkan hasil kerajinan.

Memberikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk mengaplikasikan dan bertanya mengenai hal-hal yang belum jelas selama pemaparan materi sehingga peserta semakin mengerti tentang materi yang telah disampaikan.

III. HASIL KEGIATAN

3.1 Materi Kegiatan

Penyampaian Materi pada hari pertama pada tanggal 7 Desember 2021 yang disampaikan TIM Pengabdian Masyarakat adalah:



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan

1. Perkembangan Internet Dan Peluang
Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017 APJII menyebutkan bahwa penetrasi pengguna internet pada tahun 2017 mencapai 143.26 juta jiwa (54,68%). Jika dilihat berdasar wilayah, Pulau Jawa masih menempati urutan tertinggi (58,08%), disusul Sumatera (19,09%), Kalimantan (7,97%), Sulawesi (6,73%), Bali-Nusa (5,63%) dan Maluku-Papua (2,49%). Sedangkan untuk penetrasi pengguna internet berdasarkan usia paling tinggi

ditempati usia 13-18 tahun yaitu sebesar 75, 50%, diikuti usia 19-34 tahun (74,23%)(Setiadi, 2019).

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia dan munculnya beragam media sosial sebagai sarana informasi dan promosi serta aplikasi digital sebagai alat pembayaran merupakan salah satu bukti yang menunjukkan perkembangan sektor nansial di era ekonomi digital ini. Ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997). Ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi (Oktarina & Widodo, 2019). Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas e-commerce, distribusi digital barang dan jasa. Ekonomi digital telah memasuki seluruh sektor kehidupan manusia, termasuk di sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif. Berbagai aplikasi yang menawarkan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata banyak bermunculan. Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif terus mengalami perkembangan dengan adanya pengkayaan budaya lokal yang menjadi sumber daya untuk mendorong perkembangan ekonomi lokal pada era digital. ekonomi kreatif mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor sekaligus mempromosikan kepedulian sosial, keragaman budaya, dan pengembangan manusia; menyertakan aspek sosial, budaya, dan ekonomi dalam pengembangan teknologi.

2. Teknologi Informasi Di Bidang Pendidikan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat bisa kita manfaatkan seperti halnya untuk membantu di dunia pendidikan. Adapun peranan teknologi di dalam dunia pendidikan(Ramadan, 2016), yaitu:

- a. Mengantikan peran manusia, yaitu dengan melakukan kegiatan otomasi suatu tugas atau proses
- b. Memperkuat peran manusia yaitu menyajikan informasi, tugas, atau proses
- c. Melakukan restrukturisasi atau melakukan perubahan-perubahan terhadap suatu tugas atau proses

TI pun sekarang bisa di terapkan di bidang pendidikan, seperti halnya:

- a. Pembelajaran Berbasis Komputer, contohnya yaitu penerapan sistem Ujian Nasional tahun 2016 yang berbasis komputer atau dikenal dengan CBT.
- b. Berbagi Hasil Penelitian, contohnya berbagi hasil penelitian melalui akun blog, lipi, kemdikbud.
- c. Konsultasi dengan Pakar Melalui Internet, contohnya yaitu menanyakan segala hal melalui Whatsapp ataupun email.
- d. Perpustakaan Online, contoh perpustakaan online yaitu <https://perpusnas.go.id/>
- e. Diskusi Online, contohnya seperti situs kaskus.com
- f. E-Learning, contohnya seperti brainly.com



Gambar 2. Praktek Kegiatan Pembuatan Kesen Karakter

3. Pemanfaatan Teknologi Sebagai Media Promosi

Secara sederhana, digital marketing atau dikenal pula dengan istilah inbound marketing merupakan teknik pemasaran atau promosi dan penjualan produk yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi (Farell et al., 2019), dalam hal ini internet dan perangkat elektronik seperti gawai atau laptop (Nidaul Khasanah et al., 2020).

1. Media Sosial

Media ini masih menjadi yang paling utama dan paling sering digunakan. Tidak heran, karena media sosial paling banyak diakses oleh pengguna internet di seluruh dunia. Tidak hanya untuk bertukar informasi dengan kolega, teman, atau keluarga, tetapi juga untuk mencari produk atau jasa yang mungkin saat itu sedang mereka butuhkan. Media sosial, hingga kini, masih menjadi tempat beriklan yang paling murah, tetapi paling banyak mendapatkan angka konversi dan engagement. Beberapa di antaranya yang hingga kini masih menjadi juara adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Bentuknya iklannya bisa berupa gambar maupun video.

2. Website

Selain media sosial, website menjadi tempat beriklan dan promosi produk yang dipercaya oleh pelanggan. Melalui website, pelanggan bisa mengakses dan mendapatkan banyak informasi dari produk atau jasa yang hendak mereka gunakan. Bukan tidak mungkin, mereka justru menemukan produk alternatif yang lebih sesuai dengan kebutuhan. Membuat website sebenarnya tidak sulit dan tidak mahal. Namun, memang dibutuhkan keahlian khusus agar website memiliki tampilan yang ramah pengguna, baik jika diakses melalui laptop atau komputer maupun dari ponsel. Sekarang, banyak sekali jasa yang menawarkan website development untuk menunjang bisnis Anda, sehingga memiliki website untuk beriklan yang mumpuni pun tak lagi sulit didapatkan. Manfaat yang bisa diperoleh jika memanfaatkan teknologi digital dalam bisnis (Riyanto & Noeris, 2018), berikut beberapa di antaranya:

a. Bisnis Dilakukan Secara Online

- b. Menekan Biaya Modal dan Operasional
- c. Lebih Cepat Terhubung dengan Konsumen
- d. Pengelompokan Target Pasar yang Jauh Lebih Mudah
- e. Memberikan Pemasukan Lebih Banyak
- f. Memudahkan Proses Transaksi
- g. Menganalisis Pasar Lebih Cepat
- h. Membantu Membangun Reputasi Bisnis
- i. Membangun Kepercayaan Pelanggan
- j. Melakukan Beragam Cara Promosi

IV. KESIMPULAN

Kegiatan berjalan dengan baik diikuti oleh antusiasme peserta yang hadir selama kegiatan berlangsung. Hal ini dapat dilihat dari keaktifan dan peran peserta dalam mencoba dan memberikan pertanyaan kepada Tim pengabdian hingga akhir kegiatan. Bisnis kini dapat dilakukan dengan mudah melalui adanya pemanfaatan media sosial. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi seperti media sosial, informasi kebutuhan dan trend di masyarakat didapatkan dengan mudah, promosi, penawaran, serta pelaku usaha dapat melakukan inovasi baru untuk pengembangan usaha dengan mudah dan murah. Perkembangan teknologi membuka peluang bagi masyarakat luas untuk dapat meningkatkan taraf ekonomi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan dengan materi yang beragam serta dapat dilaksanakan berupa kegiatan workshop untuk dapat langsung mempraktekan setiap materi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyuna, Hamzah, M. D., & HM, M. N. (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 2(1), 30-40. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/346>
- Asri, Nuryah Sj, E. F., & Basith, A. A. (2017). mengenai destinasi dan atraksi wisata. Pada dasarnya, keputusan wisatawan dalam memilih sebuah destinasi terbangun justru di luar oleh hal-hal di luar industri pariwisata itu sendiri. *Citra atau. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1-10.
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Nidaul Khasanah, F., Herlawati, Samsiana, S., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Oktarina, N., & Widodo, J. (2019). Penguatan umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh purwodadi. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 170-174.
- Ramadan, D. (2016). *Implementasi Crm Operasional Pada Sistem Informasi Lebмага*

Pendidikan Dan Pelatihan Sea Darma Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan.

Riyanto, A. D., & Noeris, M. F. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM di Cilacap. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 53. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v2i2.236>

Setiadi, G. V. (2019). *Review: Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/d89jm>