

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SARANA PEMASARAN ONLINE PADA BUMDes TANETE KECAMATAN SIMBANG KABUPATEN MAROS

Enny Radjab¹⁾, Tjare A Tj²⁾, Syahriah S³⁾, Asima⁴⁾ dan Syamsuddin⁵⁾
^{1),2),3),4),5)} Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang Makassar

ABSTRACT

Utilization of IT in a business or business is not limited to the availability of existing tools, but requires competent human resources (HR) in the mastery of IT. However, unfortunately not all business managers have human resources that support for IT management. Limitations of human resources that can be caused by the inability of managers in utilizing the use of IT, or limited capital so that has not been able to recruit employees competent in the field of IT. Not many managers of a business or business that utilizes online media as a tool to market their products to be more recognizable to the public. Yet by utilizing online media as a medium to market the product will provide many benefits. Benefits obtained among the public can find the products offered easily, for potential buyers to make comparisons with other products before making a purchase transaction, launch or promotion of new products can be done as effectively as possible, minimize promotional costs, and the range of the market or the share becomes unlimited because can be accessed from anywhere and by anyone.

Business managers as productive communities should be able to read and provide solutions in solving problems like this. Business managers are also required to play a role in creating jobs and increasing community productivity. It is a requirement for business managers or businesses in using online media to socialize. This has become a positive point for business or business managers because it can capture friendship with many people and try to build business relations with him. This can be used also to introduce and offer business products to be sold. However, not many managers of business or business can manage their online media as a means for product marketing, so business managers or businesses need to be given training on ways to utilize online media to do product marketing.

Keyword: *online media, online marketing, and BUMDes*

1. PENDAHULUAN

a. Analisis Situasi

Kesuksesan yang dicapai suatu usaha atau bisnis bisa dilihat dari pangsa pasar yang dimiliki. Semakin luas area cakupan pemasaran produk, kesempatan untuk mendapatkan keuntungan semakin besar dan permintaan produk juga akan terus mengalir. Jika hal ini bisa tercapai, maka suatu usaha atau bisnis dapat bertahan dalam persaingan dan keberlangsungan usaha juga terjamin. Namun, belum banyak pengelola usaha yang dapat memperluas dan mencapai pangsa pasar yang baru. Keterbatasan kemampuan dan modal yang dimiliki, serta SDM menjadi salah satu kendala yang dihadapi.

Masalah dalam pemasaran sebenarnya bisa diatasi dengan pemanfaatan media *online* yang ada dan saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, misalnya media jejaring sosial, seperti *facebook*, dan *twitter*. Kemudahan dalam pengaksesan media jejaring sosial menjadi peluang bagi pengelola usaha untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran baru.

Belum banyak pengelola suatu usaha atau bisnis yang memanfaatkan media *online* sebagai alat untuk memasarkan produknya agar lebih dikenali masyarakat. Padahal dengan memanfaatkan media *online* sebagai media untuk memasarkan produk akan memberikan banyak manfaat.

Manfaat yang didapatkan diantaranya masyarakat dapat mengetahui produk yang ditawarkan dengan mudah, bagi calon pembeli dapat melakukan perbandingan dengan produk lain sebelum melakukan transaksi pembelian, peluncuran atau promosi produk baru bisa dilakukan seefektif mungkin, meminimalkan biaya promosi, dan jangkauan pasar atau pangsa menjadi tak terbatas karena bisa diakses darimana saja dan oleh siapa saja.

b. Perumusan Masalah

Program IPTEKS bagi Masyarakat (IbM) akan dilaksanakan untuk mengatasi masalah yang muncul dalam masyarakat berkaitan dengan usaha dan media pemasaran produk. Secara spesifik masalah yang akan diangkat meliputi:

- Ketatnya persaingan usaha membuat pengelola harus mampu memanfaatkan media-media baru sebagai alat pemasaran agar produknya bisa memasyarakat.

¹ Korespondensi : Enny Radjab, Telp 082191389999, ennyradjab@yahoo.co.id

2. METODE PELAKSANAAN

a. Prosedur Kegiatan

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan dua metode sebagai berikut: ceramah dan praktek. Metode ceramah dilakukan dengan menyampaikan teori tentang teknologi informasi. Materi yang disampaikan meliputi cara pemanfaatan media online, untuk pemasaran, pemasaran *online* dengan *twitter*, *instagram*, dll. Menuangkan ide bisnis dalam media *online*, bagaimana membuat media pemasaran *online*. Materi yang diberikan memang sangat sederhana dan dasar sekali. Sebagai pendukung materi ceramah, para peserta diberikan makalah yang berisi panduan singkat mengenai media pemasaran secara *online*. Metode praktek digunakan setelah para pengelola usaha diberikan materi singkat sebagai pendahuluan tentang media *online*. Ketika praktik menggunakan membuat media *online*, masing-masing peserta menggunakan satu *handphone/tablet/laptop*. Dengan demikian para peserta sangat leluasa untuk membuat media *online* untuk pemasaran.

b. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat desa yang memiliki usaha (pengelola usaha) yang ada di Desa Tanete Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Pengelola usaha di desa tersebut berbentuk kelompok yaitu Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Kegiatan pelatihan media online ini dilaksanakan dengan memanfaatkan waktu dari anggota BUMDes tersebut. Melalui kegiatan ini para anggota BUMDes dapat membuat media *online* sebagai media dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

c. Rancangan Evaluasi

Kegiatan pelatihan diukur berdasarkan konsep penerimaan para pengelola usaha untuk memanfaatkan media *online*. Konsep yang akan digunakan adalah e-bisnis. Pencapaian konsep ini adalah seberapa besar minat peserta pelatihan untuk memanfaatkan media *online* dan pembuatan media *online*. Untuk itu, akan dilakukan evaluasi berdasarkan indikator pencapaian konsep secara kualitatif untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilakukan meliputi:

- Mengidentifikasi kemampuan para peserta secara individu terhadap pemanfaatan media *online*. Untuk itu diberikan sejumlah pertanyaan diawal kegiatan pelatihan ini untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman terhadap media *online* sebelum mengikuti pelatihan.
- Mengukur pemahaman dan pencapaian kegiatan pelatihan ini dengan memberikan pertanyaan yang sama pada akhir pelatihan.
- Mengukur minat untuk memanfaatkan media *online* dalam memasarkan produk yang dihasilkan, dengan cara memberikan tugas membuat iklan salah satu produk yang dihasilkan kemudian memasukkan ke dalam media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Waktu, Tempat dan Peserta

Kegiatan pelatihan ini diadakan di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sinar Tanete Desa Tanete Kecamatan Simbang Kabupaten Maros pada hari Selasa tanggal 25 Juli 2017, dan 3 Agustus 2017. Tempat pelaksanaan kegiatan adalah di Aula Kantor Desa Tanete, yang dimulai pada jam 10.00 siang sampai 16.00 sore. Peserta pelatihan ini adalah 20 orang. Peserta adalah para pengelola dan karang taruna.

b. Materi dan Jadwal

Materi yang diberikan pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran online dengan 6 sesi, berikut kegiatan dan hasil yang dicapai. Rinciannya terlihat pada Tabel 1 berikut:

Table 1. Pelaksanaan Pelatihan Pemanfaatan Media Online

Pelaksanaan		
Langkah	Tujuan	Hasil
Pembentukan Panitia Kegiatan	Membuat struktur organisasi kepanitiaan dan pembagian tugas agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar	Struktur panitia kegiatan yang terdiri dari tim pelaksana dan tim teknis yang berasal dari BUMDes Tanete

Administrasi Kegiatan	Mengelola kegiatan dan bukti pelaksanaan kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> - Jadwal Kegiatan - Daftar hadir peserta - Berita acara pelaksanaan kegiatan
Pembuatan Lecture Note	Membuat lecture note sebagai bahan presentasi dan modul bagi peserta	Materi pelatihan, meliputi: <ul style="list-style-type: none"> - Brainstorming memulai bisnis - Pemanfaatan media online untuk pemasaran - Pemasaran online dengan media sosial
Pembuatan pertanyaan pre-test dan post-test	Sebagai alat ukur kemampuan peserta dalam memahami materi yang diberikan	<ul style="list-style-type: none"> - Soal pre-test - Soal post-test

c. Hasil

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan pada hari Selasa, 25 Juli 2017 dan 3 Agustus 2017, yang bertempat di Ruang Aula Kantor Desa Tanete Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. Kegiatan pengabdian ini diisi dengan materi mengenai pemanfaatan media online dalam melakukan pemasaran suatu produk. Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh masyarakat Desa Tanete sebagai pengelola BUMDes Tanete. Jumlah peserta hadir adalah 20 orang, yang berasal dari masyarakat dan Karang Taruna Desa Tanete serta pegawai pada Kantor Desa Tanete.

Para peserta sangat antusias untuk mengikuti kegiatan ini, dibuktikan dengan kedatangan mereka yang tepat waktu. Antusiasme juga terlihat dalam mendengarkan penjelasan dari pemateri dan banyaknya pertanyaan yang diajukan seputar materi yang diberikan. Walaupun diakhir sesi kegiatan disediakan waktu khusus untuk tanya jawab, namun beberapa peserta juga mengajukan pertanyaan disela-sela materi diberikan.

Kegiatan pelatihan ini diawali dengan pembukaan yang dipimpin oleh Dr. Syamsuddin, MT. Materi akan diberikan dalam tiga sesi dan diakhiri dengan sesi Tanya jawab. Materi awal adalah brainstorming yang disampaikan oleh Dr. Enny Radjab, M.AB. Dalam materi ini dijelaskan langkah-langkah awal dan tips-tips untuk memulai bisnis yang baru, dan materi mengenai internet. Peserta juga memberikan contoh-contoh bisnis yang bisa dijalankan. Materi kedua disampaikan oleh Tjare A Tjambolang, SE., M.Tourmngt. Materi yang disampaikan berkaitan dengan pemasaran produk dengan media online. Materi ketiga berkaitan dengan pemasaran produk secara online dengan menggunakan media sosial. Materi ketiga disampaikan oleh Dr. Enny Radjab, M.AB.

Sebelum memulai penyampaian materi, pemateri pertama terlebih dahulu memberikan pertanyaan sebagai pre-test. Pertanyaan pre-test diberikan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan pemahaman peserta dalam dunia bisnis. Pertanyaan yang diberikan meliputi apakah peserta sudah memiliki bisnis, bagaimana cara memulai bisnis, bagaimana mempromosikan bisnis yang dijalankan, dan media apa yang efektif untuk memperkenalkan dan memasarkan produk bisnis yang dijalankan. Jawaban pre-test dari peserta rata-rata belum ada yang menjalankan bisnis. Hal inilah yang melatar belakangi para peserta untuk mengikuti kegiatan pelatihan ini.

Materi kedua disampaikan oleh Tjare A Tjambolang, SE., M.Tourmngt. Materi yang diberikan berkaitan dengan pemanfaatan media online dalam melakukan pemasaran. Ketertarikan peserta sudah mulai terlihat dengan adanya beberapa pertanyaan yang ditujukan pada pemateri berkaitan dengan media pemasaran online. Peserta juga memberikan contoh-contoh media online yang bias digunakan untuk memasarkan produk. Pemateri juga memberikan contoh bisnis yang media pemasaran produknya menggunakan media online untuk melakukan promosi.

Materi ketiga disampaikan oleh Dr. Enny Radjab, M.AB berkaitan dengan pemanfaatan media social sebagai media promosi. Sesi ketiga diawali dengan melakukan review terhadap dua materi yang sebelumnya telah diberikan. Ternyata para peserta masih bisa mengingat tentang hal-hal penting yang dapat diambil dari dua materi sebelumnya. Dalam materi ketiga disampaikan tips dan trik cara memanfaatkan media social

seperti facebook, instagram, line, dll untuk memasarkan produk. Peserta juga memberikan beberapa contoh ide tema yang bisa dilakukan untuk mengisi promosi produk.

Sesi terakhir kegiatan pengabdian ini adalah sesi Tanya jawab. Disini para peserta secara aktif mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan media online, terutama facebook dan instagram, dan pemasaran online. Beberapa pertanyaan yang diajukan misalnya kelebihan dan kelemahan melakukan pemasaran online, kendala dalam melakukan jual beli online, dan bagaimana cara mencari kalimat pemasaran. Setelah Tanya jawab selesai, pemateri memberikan post-test, untuk mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman peserta selama mengikuti kegiatan pelatihan ini. Dari hasil post-test, peserta sudah memiliki ide bisnis yang bisa dijalankan dan memilih media online untuk melakukan promosi produk, serta peserta juga mengetahui tips dan trik pemanfaatan media online untuk melakukan pemasaran produk.

4. KESIMPULAN

Pelatihan membuat media online sebagai sarana pemasaran produk dilakukan bagi masyarakat di BUMDes Sinar Tanete Kecamatan Simbang Kabupaten Maros untuk dapat berperan serta dalam dunia usaha. Bagi masyarakat menggunakan dan menjadi bagian dari komunitas dalam media online sudah menjadi kebutuhan dalam bersosialisasi. Hal ini sudah menjadi poin positif bagi masyarakat karena mampu menjaring pertemanan dengan banyak orang dan berusaha membangun relasi bisnis dengannya. Hal ini bisa bermanfaat untuk mengenalkan dan menawarkan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha.

Diperlukan suatu pelatihan yang lebih mendalam untuk meningkatkan peran aktif masyarakat desa dalam ikut mengatasi masalah-masalah yang muncul dalam dunia usaha. Pelatihan yang dapat diselenggarakan misalnya pelatihan tentang pengelolaan pelanggan, sehingga akan semakin memaksimalkan pengelolaan suatu usaha dan dapat bersaing dalam menghadapi pasar global.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Kurnia, R dan Priambodo. (2015). Pengaruh Sosial Media Terhadap Bisnis Ecommerce di Indonesia, *Jurnal Ilmiah E-Commerce Sistem Informasi*.
- Nugroho, H dan Kastaman. (2014). Pengaruh Media Sosial Facebook dalam Peningkatan Penjualan Bisnis Online, *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2014*, ISSN: 1979-911X, hal: A-161-A-168
- Situmorang, J.R. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8, No.1:hal. 73-87.