

PELATIHAN PEMANFAATAN *INSTAGRAM* UNTUK PEMASARAN BAGI KELUARGA PENERIMA MANFAAT PROGRAM KELUARGA HARAPAN

Rudi Susanto¹, Wiji Lestari², Novemy Triyandari Nugroho³

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa, Surakarta

²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa, Surakarta

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa, Surakarta

¹e-mail: rudi_susanto@udb.ac.id

Abstrak

Mitra kegiatan pengabdian ini adalah KPM PKH di Desa Wirun Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan wawancara dengan pendamping PHK Desa Wirun Kecamatan Mojolaban permasalahan utama KPM PKH adalah kurangnya ketrampilan dalam melakukan pemasaran secara *online*, khususnya dalam menggunakan *Instagram*. Solusi permasalahan dalam melakukan pemasaran produk pada KPM PKH di Desa Wirun adalah dilakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan *Instagram* untuk pemasaran produk-produk mereka. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan KPM PKH dalam pemasaran *online* melalui *Instagram*. Berdasarkan hasil evaluasi dengan *pretest* dan *posttest* terjadi peningkatan nilai peserta sebesar 55%, hal ini menunjukkan peningkatan pemahaman. Keterampilan melakukan pemasaran *online* menggunakan *Instagram* juga meningkat dilihat dari akun *Instagram* yang telah memiliki tema spesifik untuk jualan produk tertentu, setiap *postingan* sudah menggunakan *hashtag*, dan teknik *editing* gambar yang sudah baik.

Kata Kunci: KPM PKH, pemasaran *online*, *instagram*.

Abstract

The partner of this service activity is KPM PKH in Wirun Village, Mojolaban District, Sukoharjo Regency. Based on interviews with PHK assistants in Wirun Village, Mojolaban District, the main problem of KPM PKH is the lack of skills in online marketing, especially in using Instagram. The solution to the problem in marketing products at KPM PKH in Wirun Village is to provide training and assistance in using Instagram for marketing their products. The implementation of this service activity is carried out by training and mentoring methods. The results of the service activity showed that there was an increase in understanding and skills of KPM PKH in online marketing through Instagram. Based on the results of the evaluation with pretest and posttest there was an increase in the value of participants by 55%, this indicates an increase in understanding. The skills of doing online marketing using Instagram have also increased, seen from the Instagram account that already has a specific theme for selling certain products, every post already uses hashtags, and good image editing techniques.

Keywords: KPM PKH; Online marketing; Instagram

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi khususnya internet telah mengubah model pemasaran dari konvensional menjadi pemasaran *online* (Lestari, 2015). Hal tersebut disebabkan karena pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat yang sejalan dengan peningkatan belanja secara *online*. Salah satu media pemasaran *online* adalah media sosial Instagram. Instagram merupakan sebuah media sosial yang sangat efektif untuk melakukan promosi penjualan secara *online* (Puguh Kurniawan, 2017). Berdasarkan (Arief & Millianyan, 2015) penggunaan sosial media Instagram terbukti mempengaruhi minat beli konsumen. Fenomena tersebut tentunya harus diikuti dan dipahami oleh semua pelaku usaha.

Di desa Wirun, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo terdapat kelompok ibu-ibu yang merintis dan melakukan usaha yang merupakan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Keluarga Harapan (PKH). Program Keluarga Harapan (PKH) merupakan bantuan dan perlindungan sosial bagi keluarga miskin. Program ini merupakan bantuan tunai bersyarat yang berkaitan dengan persyaratan berupa komponen Pendidikan, Kesehatan dan kesejahteraan sosial. Tujuan PKH adalah untuk mengurangi angka kemiskinan, memutus rantai kemiskinan, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (Museliza et al., 2020). Dalam dunia internasional PKH dikenal dengan program Conditional Cash Transfers (CCT) atau program Bantuan Tunai Bersyarat (BTB) (Kustanto, 2019). Tujuan PKH dan Semangat Ibu-ibu KPM PKH tentunya merupakan hal yang sejalan yang pada akhirnya adalah keluar dari kemiskinan. Kondisi seperti sekarang ini, di mana persaingan dunia usaha semakin mengglobal dan sarat dengan persaingan yang maha hebat, maka setiap para pelaku ekonomi, bila ingin terus bertumbuh, harus memiliki daya saing yang berkelanjutan (Nugroho et al., 2019). Salah satu ketrampilan untuk peningkatan daya saing di era internet adalah kemampuan pemasaran secara *online*.

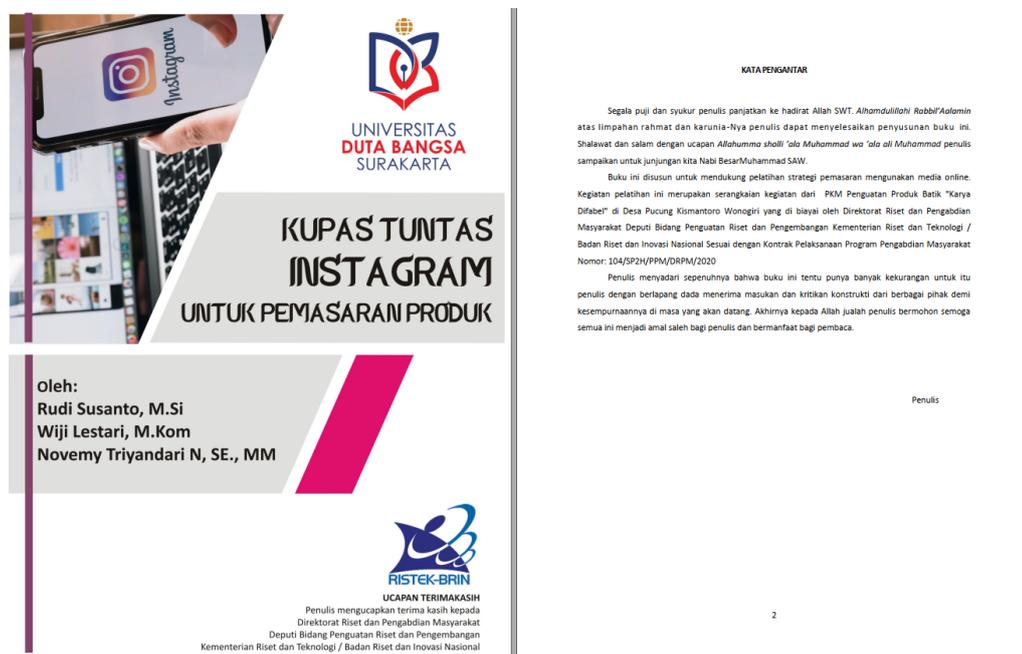
Berdasarkan wawancara dengan pendamping PHK Desa Wirun Kecamatan Mojolaban permasalahan utama KPM PKH yang melakukan usaha belum memiliki ketrampilan dalam melakukan pemasaran secara *online*, khususnya dalam menggunakan Instagram. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian

ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan penggunaan Instagram untuk pemasaran produk-produk mereka.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Pada tahapan pelatihan dilakukan pelatihan dengan metode ceramah dan workshop. Pelatihan yang diberikan kepada mitra mempunyai tujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan dalam rangka meningkatkan produktivitas mitra. Materi pelatihan mengacu pada modul yang telah disusun sebelumnya yang berjudul “Kupas Tuntas Instagram Untuk Pemasaran Produk”, seperti pada Gambar 1.

Selain itu, juga dilakukan pendampingan dalam *upload* konten ke sosial media Instagram. Tim pengabdian melakukan pendampingan berkelanjutan untuk mengatasi kesulitan yang dialami mitra. Tim pengabdian memonitoring mitra untuk melihat perkembangan usaha dan memonitoring secara *online*, konten dan perkembangan pemasaran di sosial media Instagram yang dilakukan oleh mitra. Tabel 1 merupakan tahapan pelatihan dan pendampingan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra KPM PKH di Desa Wirun Kecamatan Mojolaban.



Gambar 1 Modul Kupas Tuntas Instagram Untuk Pemasaran Produk

**Tabel 1 Tahapan Pelatihan dan Pendampingan Kegiatan
 Pengabdian Masyarakat**

Kegiatan	Materi	Sumber materi
Tutorial Dasar	Pelatihan 1: <ol style="list-style-type: none"> 1. Cara Membuat Akun Instagram 2. Cara Membuat Profil Bisnis Instagram 3. Cara Membuat Instagram Stories 4. Cara Membuat Live Video Instagram 5. Cara Menghapus Akun Instagram 6. Istilah dan Ikon Yang Ada Di Aplikasi Instagram 7. Batas-batas Instagram Yang Perlu Kamu Ketahui 	Modul “Kupas Tuntas Instagram Untuk Pemasaran Produk”.
Instagram Untuk Pemasaran Produk	Pelatihan 2: <ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi Penting Profil Bisnis Instagram 2. Informasi Penting Instagram Stories 3. Cara Follow Hashtag di Instagram 4. Bagaimana Menambah Follower Instagram 5. Tips Praktis Membuat Foto Instagram Menarik 6. Tips Agar Instagram Stories Menarik 7. Tips Jualan di Instagram 8. Menggunakan Link di bio Instagram untuk Jualan 9. Tutorial Schedule Post dan Auto Post Instagram 	Modul “Kupas Tuntas Instagram Untuk Pemasaran Produk”.
Pendam-pingan	Memonitoring secara <i>online</i> konten dan perkembangan pemasaran di social media instagram	Tim PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan diikuti 12 peserta dari KPM PKH Desa Wirun Mojolaban yang sudah memiliki usaha. Kegiatan diawali dengan materi tentang materi strategi pemasaran, pemasaran *online*, dan pemasaran *online*. Materi tersebut diberikan di awal supaya mitra punya pemahaman bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian produk bukan hanya promosi, tapi juga dipengaruhi oleh kualitas dan harga. Menurut (Nugroho, 2015) kualitas, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Apabila mitra melakukan peningkatan kualitas produk, kemudian harga yang bersaing, dan melakukan promosi maka penjualan akan meningkat pula.

Setelah materi tersebut, materi dilanjutkan dengan pelatihan dengan metode workshop terkait pemasaran *online* menggunakan Instagram, materi pelatihan sesuai dengan Tabel 1. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan disajikan pada Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik. Peserta sebagai subjek kegiatan aktif dengan berbagai materi, terlihat dari keaktifan peserta dalam memberikan pertanyaan dan juga melakukan diskusi terkait kendala-kendala yang selama ini mereka hadapi.

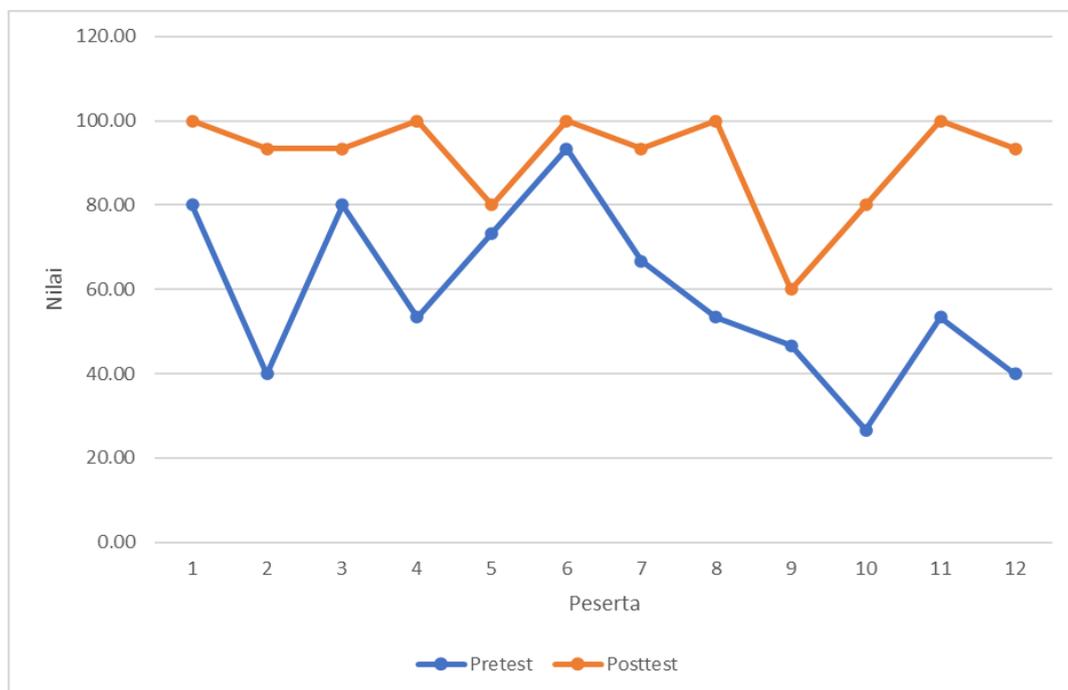


Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan pretest dan post-test, pretest dan post-test ini berfungsi untuk melihat seberapa besar pengaruh pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan (Mauludin *et al.*, 2017). Soal pretest dan post-test berupa pilihan ganda yang terdiri dari 15 butir soal, jawaban yang benar mendapatkan nilai 6,67 sedangkan jawaban salah mendapatkan nilai 0 sehingga total nilai jika benar semua adalah 100. Hasil *pre-test* dan *posttest* disajikan dalam Gambar 3.

Berdasarkan Gambar 3 diketahui bahwa nilai terkecil pretest adalah 26,67 sebanyak 1 peserta, sedangkan nilai pretest terbesar adalah 93,33 sebanyak 1 peserta. Sedangkan nilai post-test terkecil adalah 60 sebanyak 1 peserta, sedangkan nilai post-test terbesar adalah 100 sebanyak 5 peserta. Secara keseluruhan rata-rata nilai pretest adalah 58,89 sedangkan rata-rata nilai post-test adalah 91,11. Prosentase kenaikan nilai pretest dan post-test dihitung dengan persamaan 1 (Pope, 2008). Berdasarkan persamaan 1 kenaikan nilai post-test dari nilai pretest adalah 55%. Hasil ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman dan ketrampilan ibu-ibu KPM PKH peserta kegiatan dalam pemasaran *online* melalui Instagram.

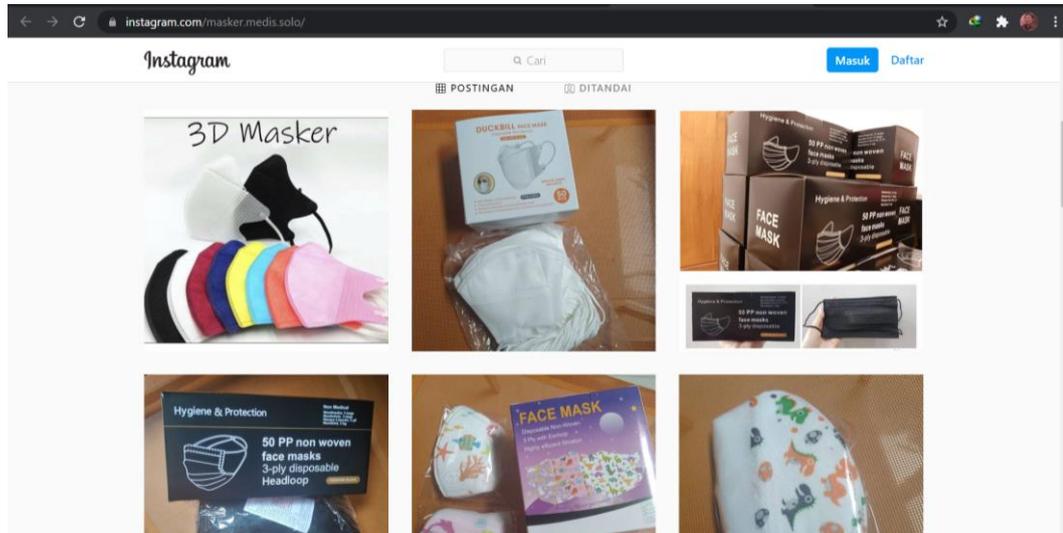
$$Prosestase = \frac{\text{Nilai baru} - \text{Nilai Lama}}{\text{Nilai Lama}} \times 100\%$$



Gambar 3 Nilai Pretest dan Post-test

Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan melakukan pendampingan kepada ibu-ibu KPM PKH dalam melakukan posting gambar dan video ke akun Instagram mereka masing-masing. Kegiatan pendampingan dilakukan untuk mengatasi kesulitan yang dialami ibu-ibu KPM PKH dalam mengelola akun Instagram. Tim pengabdian juga memonitoring secara *online*

konten sosial media Instagram dan melihat hasil postingan dari akun Instagram ibu-ibu KPM PKH peserta pelatihan.



Gambar 4 Akun Instagram peserta pelatihan

Gambar 4 merupakan akun instagram peserta pelatihan dengan alamat [instagram.com/masker.medis.solo](https://www.instagram.com/masker.medis.solo/) yang digunakan untuk pemasaran *online* penjualan masker. Berdasarkan akun Instagram ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan telah memiliki ketrampilan dalam melakukan pemasaran *online* melalui Instagram. Hal tersebut dapat dilihat dari akun Instagram yang telah khusus berjualan masker medis, setiap postingan sudah menggunakan hastag, dan teknik editing gambar yang sudah baik.

SIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian ini berupa peningkatan pemahaman ibu-ibu KPM PKH di Desa Wirun Mojolaban, Sukoharjo. Berdasarkan evaluasi dengan pretest dan posttest peningkatan nilai peserta sebesar 55%. Ketrampilan melakukan pemasaran *online* menggunakan Instagram ibu-ibu KPM PKH juga meningkat dilihat dari akun Instagram yang telah memiliki tema spesifik untuk jualan produk tertentu, setiap postingan sudah menggunakan hastag, dan teknik editing gambar yang sudah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, G. M., & Millianyan, H. (2015). Pengaruh Social media marketing melalui instagram terhadap minat beli konsumen sugar tribe. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 2581–2587.
- Kustanto, M. (2019). Konstruksi sosial tentang pendidikan pada keluarga penerima manfaat program keluarga harapan di kabupaten sidoarjo. *SOSIO KONSEPSIA*, 8(3), 267–286.
- Lestari, D. P. (2015). Analisis strategi internet marketing butik *online* di surabaya melalui instagram. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*, 4(2), 412–424.
- Mauludin, R., Sukamto, A. S., & Muhardi, H. (2017). Penerapan augmented reality sebagai media pembelajaran sistem pencernaan pada manusia dalam mata pelajaran biologi. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.26418/jp.v3i2.22676>
- Museliza, V., Afrizal, & Eliza, R. (2020). Pengaruh program keluarga harapan (pkh) terhadap kesejahteraan keluarga penerima manfaat di kecamatan tampan kota pekanbaru. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 2(1), 118–127.
- Nugroho, N. T. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Paradigma*, 12(2), 114–122.
- Nugroho, N. T., Susanto, R., & Lestari, W. (2019). Pelatihan manajemen koperasi dan aplikasi microsof office bagi pengurus koperasi simpan pinjam pkh wirun. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 1(2), 56–66.
- Pope, P. (2008). *How to calculate percentage change - Math Central*. Texas A&M University. (Online), tersedia di <http://mathcentral.uregina.ca/qq/database/qq.09.06/s/galland1.html>
- Puguh Kurniawan. (2017). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada batik burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2), 217–225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>