

Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada PT. Sembilan Cipta Karya

M. Syahputra¹, Amalia Hanifa²,
Aminah³, Yulindo⁴

Manajemen Informatika Kampus Kota
Padang, Politeknik LP3I¹
Manajemen Informatika Kampus Kota
Padang, Politeknik LP3I²
Manajemen Informatika Kampus Kota
Padang, Politeknik LP3I³
Manajemen Informatika Kampus Kota
Padang, Politeknik LP3I⁴

Article history

Received : diisi oleh editor

Revised : diisi oleh editor

Accepted : diisi oleh editor

*Corresponding author

(Email salah satu penulis yang menjadi
korespondensi author)

Email : nandra997@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran dengan sistem digital biasa disebut sebagai (Digital Marketing) atau sering disebut juga sebagai (E-Marketing). Digital marketing yaitu kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi informasi dan juga internet untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing konvensional yang ada dengan kata lain digital marketing ini merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi suatu produk menggunakan media digital atau internet dengan tujuan untuk membuat konsumen dan calon konsumen tertarik akan produk yang ditawarkan. Peserta dan karyawan akan mendapatkan pengetahuan praktis tentang strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis pada perusahaan karena pengetahuan ini sangat dibutuhkan di era digital saat ini. Maka dari itu kami merancang sebuah kegiatan pengabdian masyarakat yang diberi nama Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis pada PT. Sembilan Cipta Karya adalah bentuk kepedulian kami pada bidang pendidikan khususnya meningkatkan kinerja bisnis dalam hal digital marketing dengan teknologi informasi dan internet pada perusahaan.

Kata Kunci: Digital; Marketing; Teknologi; Informasi; Internet;

ABSTRACT

Marketing with a digital system is usually referred to as (Digital Marketing) or often also referred to as (E-Marketing). Digital marketing is a marketing activity that uses information technology and the internet to expand and improve existing conventional marketing functions. In other words, digital marketing is a marketing or promotional activity for a product using digital media or the internet with the aim of making consumers and potential consumers interested in it. products offered. Participants and employees will gain practical knowledge about digital marketing strategies using social media in improving business performance in companies because this knowledge is very much needed in the current digital era. Therefore, we designed a community service activity called Digital Marketing Strategy Using Social Media to Improve Business Performance at PT. Sembilan Cipta Karya is a form of our concern for the education sector, especially improving business performance in terms of digital marketing with information technology and the internet in companies.

Keywords: Digital; Marketing; Technology; Information; Internet;

PENDAHULUAN

Pada era modern seperti saat ini masyarakat dapat melakukan berbagai kegiatan dimanapun dan kapanpun. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin banyak dimanfaatkan dalam berbagai bidang dan aspek kehidupan (Nandra Sunaryo et al., 2021). Teknologi pada saat ini juga sangat banyak dimanfaatkan dalam beragam bidang salah satunya ialah dalam sebuah bidang pekerjaan tentu sudah menjadi sebuah prioritas yang sangat penting bagi perusahaan-perusahaan (Sri Febri Mayona et al., 2024). Adanya teknologi internet yang semakin berkembang saat ini membuat masyarakat dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, mencari berbagai informasi, membaca, berkarya bahkan memasarkan produk yang dimiliki atau berbelanja secara online. Hal ini membuat trend pemasaran digital terhadap produk saat ini banyak diminati oleh masyarakat. Perkembangan trend tersebut dapat dilihat dari media-media yang beredar saat ini. Dimana pemasaran yang dulunya banyak diterapkan secara konvensional (Offline) namun di trend pemasaran saat ini pemasaran berbasis digital (Online) lebih banyak diminati masyarakat, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pengguna internet saat ini.

Dengan adanya perkembangan teknologi ini sekarang penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Karena dengan strategi seperti ini masyarakat dapat lebih luas lagi cakupannya dalam mencari informasi dan melakukan transaksi setiap waktu atau real time. Namun dalam strategi pemasaran digital marketing ini strategi komunikasi juga harus diperhatikan, dimana penyampaiannya harus efektif dan efisien untuk memudahkan dalam penyampaian informasi dan menghindari perusahaan dari kerugian promosi. Untuk mendapatkan informasi masyarakat dapat melihat dari berbagai media yang ada seperti website, blog, maupun media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, Line dan lainnya.

Pada era informasi pada saat ini, kebutuhan akan informasi yang cepat dan akurat menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan bersaing dalam proses bisnis (Nandra Sunaryo et al., 2022). Teknologi informasi sangat melaju dengan cepatnya dan komputer yang merupakan peralatan yang diciptakan untuk mempermudah pekerjaan manusia, saat ini mencapai kemajuan yang sangat pesat baik di dalam pembuatan hardware maupun software (M. Syahputra et al., 2022). Berdasarkan Analisa yang dilakukan kegiatan ini dikemas dalam sosialisasi dan pelatihan yang dirumuskan berdasarkan bagaimana penerapan strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis pada perusahaan dan bagaimana peserta dan karyawan akan mendapatkan pengetahuan praktis tentang strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis pada perusahaan. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan agar peserta yaitu mahasiswa magang dan karyawan agar peserta dapat menjelaskan strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis pada perusahaan dan dapat menjelaskan keunggulan dan kendala strategi digital marketing menggunakan sosial media serta memberikan gambaran mengenai strategi digital marketing menggunakan sosial media kepada mahasiswa magang dan karyawan di PT. Sembilan Cipta Karya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam menunjang kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut :

- a. Tim abdimas melakukan wawancara dan observasi langsung PT. Sembilan Cipta Karya untuk mengidentifikasi permasalahan mengenai pemahaman karyawan terhadap strategi digital marketing menggunakan sosial media untuk meningkatkan kinerja bisnis. Dari hasil analisis tim akan mempersiapkan kebutuhan materi kegiatan yang akan dilakukan.
- b. Slide materi yang telah dipersiapkan ditampilkan melalui proyektor dari tim abdimas.

- c. Metode penyampaian informasi dilakukan dengan cara interaktif dan menyenangkan untuk memancing interaksi dua arah antara dosen dan karyawan beserta mahasiswa yang magang pada perusahaan seperti dengan ceramah, tanya jawab, dan praktik langsung di ruangan meeting PT. Sembilan Cipta Karya.
- d. Membuat kesimpulan dan evaluasi atas materi dan pembahasan tersebut.

PEMBAHASAN

E-marketing merupakan bagian dari e-commerce yang merupakan sistem perdagangan melalui internet. Internet akan terus memberikan sifat yang up to date, maka perusahaan dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah (Hartati et al, 2024). Hal ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan baik dari segi operasionalnya maupun sumber daya manusianya. Dimana e-commerce ini merupakan aktifitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Maka dari itu kami merancang sebuah kegiatan pengabdian masyarakat yang diberi nama Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis pada PT. Sembilan Cipta Karya adalah bentuk kepedulian kami pada bidang pendidikan khususnya meningkatkan kinerja bisnis dalam hal digital marketing dengan teknologi informasi dan internet pada perusahaan. Acara ini bertujuan untuk memberikan strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis. Kegiatan ini akan berlangsung di salah perusahaan PT. Sembilan Cipta Karya yang berada di kota Padang. Dengan bekerjasama dengan pihak perusahaan, peserta dan karyawan akan mendapatkan pengetahuan praktis tentang strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis pada era bisnis saat ini. Adapun waktu kegiatan ini dilakukan pada tanggal 17 November 2022.

a. Persiapan Pra Kegiatan

Supaya tercapainya kegiatan ini dengan lancar dan kondusif, semua anggota tim berdiskusi secara berkala mengenai konsep pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan. Selain diskusi antara anggota tim diskusi juga dilakukan dengan manajer perusahaan yang menjadi target kegiatan. Seiring dengan berjalannya diskusi maka didapatkan rencana pada teknik penyampaian materi kepada karyawan dengan menggunakan proyektor dan menampilkan slide. Persiapan pra kegiatan juga meliputi diskusi mengenai susunan kegiatan yang akan dilakukan pada saat hari pelaksanaan.

Tabel 1. Susunan Agenda Kegiatan

No	Waktu	Materi	Pemateri
1.	8.00 WIB - 8.30 WIB	Pembukaan kegiatan	Dosen
2.	8.30 WIB - 11.45 WIB	Strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis	Dosen
3.	11.45 WIB - 13.00 WIB	Istirahat	Dosen
4.	13.00 WIB - 17.00 WIB	Lanjutan materi	Dosen
5.	17.00 WIB - 17.15 WIB	Penutup	Dosen

b. Pelaksanaan Kegiatan

Susunan acara kegiatan di laksanakan pada tanggal 17 November 2022 sesuai daftar agenda pada tabel 1 diatas dan dalam implementasinya sesuai dengan agenda waktu yang telah direncanakan. Kegiatan dimulai dengan pembukaan MC dari tim dosen dan juga memberikan pengarahan oleh dosen yang memberikan pemahaman kepada karyawan mengenai kegiatan yang akan mereka ikuti selama beberapa jam kedepan. Kegiatan pembelajaran ini sangat interaktif, dikarenakan kami tidak memisahkan sesi materi dan juga diskusi. Karyawan diperbolehkan mengajukan pertanyaan dan juga interupsi kapanpun meskipun ditengah-tengah penyampaian materi oleh anggota tim abdimas agar apa yang tidak dipahami bisa langsung dijawab oleh tim dosen. Dengan cara ini kami memikirkan bahwa sistem penyampaian materi akan lebih interaktif dan juga menyenangkan dan mudah dipahami bagi karyawan di PT. Sembilan Cipta Karya.

c. Analisa Hasil Pasca Kegiatan

Berdasarkan diskusi dan tanya jawab selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian masyarakat ini cukup mendapat respon yang baik dari karyawan dan manajer perusahaan. Dari mulai penyampaian materi Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini selesai, banyak sekali respon positif dari seluruh peserta. Setelah dilakukan serangkain agenda pada peserta dan telah melewati proses diskusi dua arah dengan para peserta, kami optimis dengan apa yang telah kami lakukan akan memberikan inputan informasi positif bagi para peserta. Melalui kegiatan PKM ini dan proses pembelajaran yang interaktif telah dianalisa bahwa informasi yang disampaikan telah tersimpan pada ingatan peserta sebagai sebuah pembelajaran tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam penerapan Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis pada PT. Sembilan Cipta Karya.



Gambar 1. Penyampaian materi

Tim dosen PKM berdiskusi dengan karyawan serta memberikan materi tentang bagaimana bisa berhasil dalam membuat Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis pada PT. Sembilan Cipta Karya.



Gambar 2. Karyawan PT. Sembilan Cipta Karya

Karyawan PT. Sembilan Cipta Karya dengan serius mendengarkan dan langsung mengimplementasikan materi yang dibahas dan dijelaskan oleh tim dosen PKM.



Gambar3. Tim PKM, manajer dan karyawan

Setelah selesainya acara kegiatan PKM dari mulai awal kegiatan sampai akhir kegiatan, Tim PKM beserta manajer dan karyawan PT. Sembilan Cipta Karya melakukan foto bersama.

SIMPULAN

Dari kegiatan PKM ini dapat disimpulkan bahwa peserta telah berhasil memahami konsep strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis, peserta juga diberikan pelatihan membuat konten agar menarik bagi konsumen merupakan suatu kegiatan yang berdampak positif bagi peserta dan khususnya bagi perusahaan. Dengan pelatihan ini, peserta yang terdiri dari mahasiswa magang dan karyawan memperoleh pengetahuan tentang bagaimana melakukan strategi digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis pada PT. Sembilan Cipta Karya. Mengingat harapan dari pihak institusi tentang keberlanjutan dari materi ini maka perlu diadakan pelatihan lanjutan untuk kedua materi ini dan materi tambahan lainnya sehingga dapat dilakukan kerjasama antara kedua belah institusi ini serta perlunya pendampingan bagi para karyawan yang memang memiliki minat dan kemampuan dalam bidang digital marketing menggunakan sosial media dalam meningkatkan kinerja bisnis, sehingga proses bisnis dari perusahaan akan meningkat secara signifikan dalam penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Sunaryo, N., Yuhandri, Y., & Sumijan, S. (2021). Sistem Pakar Menggunakan Metode Certainty Factor dalam Identifikasi Pengembangan Minat dan Bakat Khusus pada Siswa. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 48–55. <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v3i2.43>
- Mayona, S. F., & Sunaryo, N. (2024). Perancangan Sistem Informasi Logistik Pada PT. Sembilan Cipta Karya. *JEKIN-Jurnal Teknik Informatika*, 4(2), 107-119. <https://doi.org/10.58794/jekin.v4i2.707>
- Sunaryo, N., Syahputra, M., & Hanifa, A. (2022). Analisa dan Desain Sistem Informasi Pemberian Kredit Pada PT. BPR Batang Kapas (Vol. 2, Issue 2). <https://doi.org/10.58794/jekin.v2i2.132>
- Syahputra, M. ., Sunaryo, N., & Hanifa, A. . (2023). Sistem Informasi Akademik SDN 19 Pasar Ambacang Berbasis PHP dan Database. *Jurnal Sains Dan Teknologi (JSIT)*, 2(3), 188–197. <https://doi.org/10.47233/jsit.v2i3.563>
- Hartati, S. D., & Sunaryo, N. (2024). Sistem Informasi Manajemen Keuangan Koperasi Di Kabupaten Pasaman Barat Menggunakan PHP dan MYSQL. *JEKIN-Jurnal Teknik Informatika*, 4(2), 155-161.