

PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Digital Marketing Instagram Salmonbyesther



Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si

Muhammad Satria I 915180301

Benedict Yudhistira 915180302

Esther Helen 915180304

Yousiska Taruna 915180318

Abner lumika arung 915180325

Fakultas Ilmu komunikasi
Universitas Tarumanagara

2020

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
• A. Latar Belakang	2
• B. Rumusan Masalah	3
• C. Tujuan Penulisan	3
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN	4
BAB III WAKTU PELAKSANAAN DAN HASIL	4
• A. Waktu pelaksanaan	6
• B. Hasil kegiatan	7
BAB IV PENUTUP	14
• A. Simpulan	15
• B. Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	18
BAB 1 PENDAHULUAN	

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi memberi perubahan bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin beragam dan mudah informasi yang didapatkan mengakibatkan pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Teknologi informasi saat ini tentu membutuhkan sebuah jaringan internet. Masyarakat saat ini sudah mulai banyak melakukan pekerjaan menggunakan internet, termasuk para pedagang. Perkembangan serta pertukaran perilaku tersebut merupakan tantangan sekaligus peluang bagi para penjual dalam memasarkan dan menjual produknya. Berdasarkan keputusan Presiden Republik Indonesia yang ingin memajukan perekonomian masyarakat, melalui pemberdayaan masyarakat menuju kesejahteraan keluarga melalui program ekonomi kreatif, menjadikan peranan teknologi sebagai bagian dalam usaha menuju perbaikan ekonomi tersebut. Sebagian besar masyarakat era 4.0 sekarang ini sudah mengikuti perkembangan teknologi yang pesat, sehingga semua aspek kehidupan dominan menggunakan teknologi yang canggih, serba praktis dan online. Banyak sekali usahawan yang mengalihkan usaha mereka dari konvensional ke digital, hal ini juga penyebab terjadinya pergeseran trend belanja dan semakin maraknya onlineshop, marketplace hingga e-commerce. Hal ini disebabkan oleh dukungan masyarakat yang menggunakan kecanggihan teknologi untuk lebih memilih belanja online yang instan. Tanpa bantuan atau pemanfaatan pemasaran secara digital atau online, tentunya akan sulit bagi para penjual untuk membangun merek dan brand agar dikenal dan dapat bersaing dalam jangkauan pasar yang luas. Contohnya seperti usaha akun Instagram salmonbyesther. Saat ini untuk berbisnis tidak lagi memerlukan modal yang besar, namun lebih ditekankan adanya kelihaian dalam mengandalkan peluang, kecerdasan dalam mengelola dana yang ada, kreatifitas dalam memanfaatkan tenaga yang ada, dan resources sumber daya yang ada. Jika dahulu UKM

hanya melakukan transaksi jual beli di dunia nyata, namun kini bisa dilakukan di dunia maya, bahkan dengan waktu hitungan detik. Ini adalah peluang yang besar bagi UKM untuk mulai memiliki penghasilan dengan memanfaatkan internet. Hal ini dikenal dengan Bisnis Online yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Menjalankan bisnis online sama halnya seperti menjalankan bisnis biasa hanya media yang digunakannya berbeda. Bisnis bisnis biasa menggunakan aset fisik (toko), sedangkan bisnis online menggunakan aset digital (media sosial). Adapun aplikasi toko online saat ini yang berkembang pesat dan menawarkan segala layanannya secara gratis, seperti; Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Memulai bisnis online tentu membutuhkan teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan seperti rencana keuangan, financial planning, membuat daftar (list) produk yang ditawarkan, serta teknik membuka toko virtual (aplikasi E-marketing) yang akan menampilkan produk. Setelah sekitar 2 bulan lalu kelompok 1 pkm mencoba me-remake akun usaha Instagram salmonbyesther untuk pemanfaatan penerapan digital marketing agar meningkatkan penjualan serta brand awareness menghasilkan perubahan yang dapat dirasakan. Kunci keberhasilan usaha ada pada marketing, prinsip marketing tidak hanya sekedar menjual, namun dapat memberikan hasil kepuasan yang mendatangkan keuntungan bagi usaha,. Hal ini mengingatkan betapa pentingnya fungsi marketing. Sehingga pemilik harus memberi perhatian khusus agar mendatangkan keuntungan.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1.2.1 Bagaimana pemanfaatan penerapan komunikasi pemasaran digital marketing oleh Usaha akun Instagram salmonbyesther ?

1.2.2 Bagaimana menerapkan content marketing dan social media marketing untuk memangun brand dan produk Akun Instagram Salmonbyesther.

1.2.3 Bagaimana evaluasi pemanfaatan digital marketing bagi akun Instagram salmonbyesther?

1.3 TUJUAN DAN SASARAN KEGIATAN

1.3.1 Merencanakan penerapan digital marketing agar Usaha akun Instagram salmonbyesther digarap banyak pelanggan.

1.3.2 Pembuatan logo serta design layout yang menarik untuk membangun branding dan membuat promosi yang dapat dengan mudah di recall kahalayak.

1.3.3 Membantu Usaha akun Instagram salmonbyesther agar memanfaatkan digital marketing khususnya dalam media sosial dan shoppe yang maksimal.

Adapun manfaat serta potensi yang telah dilakukan kelompok PKM untuk penerapan digital marketing pada akun Instagram salmonbyesther berupa meningkatnya penjualan produk terutama salmonbyesther, engagement dengan konsumen, pihak Instagram, serta pihak terkait bisa terjalin dengan baik. Apalagi sekarang sedang marak akun Instagram yang dibanned tanpa alasan yang diketahui pemilik akun sendiri. Selain itu manfaat yang diharapkan ialah menjadikan Usaha Instagram salmonbyesther unggul dan dapat bersaing, masyarakat dapat mencoba salmon segar import dengan harga murah dan juga mengembangkan jiwa wirausaha dan kemandirian setiap individu dalam kelompok kami dan teman-teman.

BAB 2

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN KEGIATAN

Output yang akan dihasilkan dari Program Pengabdian Pemula ini adalah berupa penerapan marketing digital pada akun Instagram usaha salmonbyesther dan aplikasi E-Marketing seperti Shopee. Target Luaran :

1. Membantu salmonbyesther memasarkan hasil karya berbasis online yang bersifat global melalui media sosial yang ada.
2. Membantu meningkatkan profit salmonbyesther dalam penerapan digital marketing dan dari hasil penggunaan aplikasi E-Marketing seperti Shopee.
3. Membuat engagement dengan konsumen melalui design yang unik, menarik dan mengikuti tren.
4. Membantu konsumen selalu ingat salmonbyesther melalui promo dan program yang dikeluarkan.

BAB 3 WAKTU PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

3.1.WAKTU PELAKSANAAN

Program PKM telah dilaksanakan oleh Tim “Dimadingsi” hari Minggu, 04 Oktober 2020 hingga penilaian Ujian Akhir Semester. Pelatihan ini dilakukan dengan menerapkan digital marketing pada akun Instagram “Salmonbyesther”.

3.1.1 Jadwal Kegiatan

No.	Kegiatan	Oktober				Desember		
		4	5	6	7			
1.	Pembuatan Logo Salmon by Esther							
2.	Pembuatan Pricelist Salmon by Esther							
3.	Approval Logo Salmon by Esther							
4.	Penggantian Logo Social Media							
5.	Pembuatan Akun Shopee							

6.	Pembuatan Giveaway Salmon by Esther							
7.	Pengumuman Giveaway							
8.	Pembuatan Sticker							
10.	Post konten manfaat Ig							
11.	Post terakhir							

3.2 Hasil Kegiatan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan kami menyarankan beberapa hal yang harus dibenahi dan ditingkatkan guna mendukung penjualan produk dari Salmon by Esther. Hal-hal yang menjadi *concern* dan prioritas kami dalam Penelitian terhadap Salmon by Esther sebagai berikut: **a. Pembuatan e-Commerce**



Karena seperti yang kita tau terdapat banyak sekali *marketplace* saat ini, oleh karena itu kita harus mencari *marketplace* yang memiliki *demand* atau keinginan beli tinggi terhadap produk makanan mentah Salmonbyesther. Kami memutuskan untuk memilih akun Shopee sebagai market place yang cocok untuk SalmonbyEsther. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi yang direspon oleh sektor bisnis *online* atau *e-commerce* memiliki dan mengembangkan sebuah aplikasi merupakan salah satu strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan *e-commerce* lainnya. Adanya aplikasi *e-commerce* memberikan kemudahan pada konsumen untuk berbelanja secara *online*.

Seorang konsumen akan merasa dilayani ketika dapat dengan mudah mengakses aplikasi, melakukan pencarian, menyimpan produk yang diinginkan, membandingkan satu produk dengan produk lainnya, dan membeli produk kapanpun dan dimanapun (cranium.id, 2020).

Berdasarkan hasil survei pribadi, Shopee lebih diminati dibandingkan e-Commerce lain. Karena lebih banyak memberikan *voucher discount*, *voucher gratis ongkir*, pilihan produk lebih banyak karena produk luar negeri seperti China, hongkong, Taiwan, Korea ditawarkan di Shopee. Berdasarkan hasil survei mobile yang dilakukan Snapcart. 3 Tahun belakangan ini Shopee unggul dalam pilihan e-Commerce sehingga mendapat julukan “top of mind”.



Gambar 4. 1 Aplikasi E-Commerce Terpopuler Kuartal III 2019

Sumber: iprice.co.id (2019)

b. Pembuatan Logo



Logo “Salmonbyesther” didominasi warna krem karena sesuai dengan yang dijual, warna krem melambangkan kelembutan dan sentuhan klasik yang mengartikan salmon yang ditawarkan salmonbyesther sangat kenyal, lembut dan cantik merah muda saat sebelum dimasak.

c. Program Giveaway



Giveaway yang dilakukan guna memperkenalkan keberadaan salmonbyesther. Program ini membawa perubahan pada usaha salmonbyesther karena pengikut dan pembeli dari Instagram mulai bertanya dan membeli produk. seperti yang kita ketahui, kekuatan *Giveaway* dapat dirasakan secara langsung umpan baliknya kepada produsen dan menjadi salah satu Teknik marketing yang jitu dalam menjaga *sustainability*. *Giveaway* sendiri mampu menjadi tonggak berhasilnya sebuah bisnis atau usaha baru untuk dikenal dan memasuki pasar. Terlebih jikalau sukses Teknik ini akan menghasilkan kekuatan *word of mouth* kepada konsumen dan rantai konsumen lainnya.

Ada beberapa keuntungan yang bisa didapatkan dengan membagi-bagikan produk secara gratis (*Giveaway*), diantaranya sebagai berikut:

1. Meningkatkan Awareness
2. Menciptakan perasaan timbal balik
3. Mendapat feedback dan review
4. Mengetahui produkjual yang potensial
5. Meningkatkan Penjualan

d. Pembuatan Konten



Pada masa ini banyak yang memanfaatkan konten digital marketing untuk merencanakan, membuat, juga mendistribusikan informasi yang menarik serta tepat sasaran. Dengan itu kami melakukannya untuk menambah *traffic* pada situs salmonbyesther. Kami menyadari bahwa kita berada di era digital 4.0 dan peran arus informasi di sosial media merupakan hal marginal yang memberikan peluang emas bagi setiap sendi bisnis yang berorientasi pada media sosial, dan kehadiran konten yang menarik memberi *butterfly effect* bagi visualisasi dan kenyamanan konsumen selama mencari dan memilih produk yang diinginkan atau dikenal dengan *User Experience* (UX). Konten yang kami sarankan adalah konten *representative* dari produk yang dijual yaitu kesegaran ikan salmon yang menampilkan visualisasi ikan salmon yang *juicy* dan segar *blending* atau berbaur dengan degradasi warna yang senada dan Tipografi yang dinamis dan estetik

e. Pembuatan Stiker



Stiker acap kali dianggap remeh sebagai identitas suatu produk karena mungkin ukurannya yang terbilang mini dibanding media promosi lainnya, namun stiker mampu menjadi senjata promosi yang paling murah dan mudah untuk direalisasikan. Stiker produk mendeskripsikan sebuah produk dengan tepat dan membantu membuat produk lebih unggul dibandingkan kompetitor. Tidak ada aturan yang terikat untuk membuat suatu stiker produk yang kreatif sehingga anda memiliki berbagai pilihan dalam menentukan bentuk, ukuran, warna, dan sebagainya. Stiker dapat digunakan untuk objek yang membutuhkan kata atau tulisan untuk mendefinisikannya. Penggunaannya biasa ditemukan sebagai label produk dari perusahaan tertentu untuk mendefinisikan produk yang bersangkutan. Hal ini dikarenakan stiker dapat menggambarkan karakteristik dari produk yang tidak terlihat secara kasat mata. Pada kasus ini kami menyarankan stiker yang menyampaikan rasa terima kasih karena telah membeli produk Salmon by Esther diharapkan pesan dari penjual tersampaikan kepada pembeli dan membuat suasana menjadi dekat dan memberikan dampak CTA atau dikenal dengan *Call to Action* yang dapat mengundang pembacanya untuk bergerak membeli atau memakai produk atau jasa yang anda tawarkan, dan salah satu fungsi stiker yang bisa anda manfaatkan adalah menjadikannya sebagai media berisikan pesan CTA tersebut.

f. Pembuatan Layout



Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Kegunaan membuat design highlight gar feed Instagram menjadi indah, enak serta memanjakan mata. Dengan layout atau tata letak yang tersruktur di Instagram Salmon by Esther akan membuat pembeli atau konsumen yang melihat tidak merasa bosan dan terkesan enggan untuk melihat berbagai macam informasi yang ditawarkan.

g. Pembuatan Pricelist



Manfaat Pricelist adalah agar memudahkan pelanggan melakukan transaksi tanpa perlu bertanya lebih spesifik lagi mengenai produk dan harga yang ditawarkan. Adapun manfaat secara *implicit* yaitu akan membuat pelanggan melakukan *benchmark* antara harga yang kita tawarkan dengan harga milik kompetitor sejenis. Kami mendesain Pricelist pada Salmon by Esther dengan gradien warna gelap dan font tulisan cerah agar informasi yang disajikan kontras dan jelas terbaca oleh pelanggan atau konsumen. Tidak lupa kami memberikan sentuhan desain logo Salmon by Esther yang dikemas secara apik dan estetik.

g. Perbandingan Instagram sebelum dan sesudah



Terlihat perbandingan sebelum penerapan digital marketing pada akun Instagram salmonbyesther kurang menarik dan tidak eye-catching tampilannya. Jumlah pengikut juga terlihat meningkat setelah 24 orang setelah 2 bulan.

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, pelaksanaan digital marketing pada akun salmonbyesther mencapai tahap tahap luaran tim dimadingsi. Mulai dari pengenalan merek, dapat dibuktikan dengan adanya giveaway dan tampilan profile yang disajikan membuat semakin banyak orang yang mengetahui dan bertanya serta ada juga yang membeli. Lalu setelah dilakukan kegiatan ini, pemilik salmonbyesther banyak mendapatkan kesempatan memahami daya saing di pasar, agar selalu bisa menjangkau pembeli. Karena pemilik salmonbyesther menjadi paham dan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan target potensial, mengidentifikasi pesaing, memilih sarana bersaing dan memilih penggunaan media dalam promosi. Selanjutnya, pemilihan sebagai sarana promosi agar lebih menjangkau pasar yang lebih luas dapat terlaksanakan. Dengan diberikannya keseluruhan kegiatan tersebut, pemilik usaha salmonbyesther diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan usahanya agar dapat berkembang lebih baik lagi di masa mendatang dengan mengimplentasikan aplikasi shopee dan digital marketing yang semakin berkembang demi keseuksesan usaha. Lalu Langkah terakhir adalah evaluasi. Jika berhasil maka strategi dan cara dilakukan diteruskan, namun jika tidak efektif maka harus diperbaiki. Pemilik harus mampu menerapkan trik baru agar salmonbyesther dapat meninggalkan kesan menarik dan selalu mengingatkan. Dengan begitu khalayak bisa selalu memilih salmonbyesther.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk peningkatan kegiatan selanjutnya, diantaranya :

1. Diperlukan adanya kemauan pemilik untuk terus mengikuti tren dan informasi digital marketing untuk diterapkan.
2. Pemilik harus terus memanfaatkan instagram sebagai media promosi dengan mengepost konten setidaknya seminggu 2x. Guna membuktikan konsumen bahwa salmonbyesther trusted serta engagement terus terjalin.

4.3 Lampiran



Design konten

Design highlight Design sticker

Design konten giveaway

DAFTAR PUSTAKA

Chakti, Andi Gunawan. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa
https://eprints.uns.ac.id/27032/1/F3415042_001027_Aplikasi_E_Commerce_Untuk_Pema.pdf <https://idcloudhost.com/ketahui-manfaat-konten-digital-marketing-untuk-anda/>

Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
 Agustina, Irma. (2020). Akun Shopee Di-hack 7,3 Juta Rupiah Raib dan Tidak Ada Kepastian dari Shopee. Diambil dari

<https://mediakonsumen.com/2020/02/29/surat-pembaca/akun-shopee-di>

[hack-73-juta-rupiah-raib-dan-tidak-ada-kepastian-dari-shopee](https://mediakonsumen.com/2020/02/29/surat-pembaca/akun-shopee-di-hack-73-juta-rupiah-raib-dan-tidak-ada-kepastian-dari-shopee)

Akbar, A. A. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E Customer Loyalty pada Lazada.co.id. *Jurnal Telkom University Bandung*.

Al-Hawari. (2014). Does Customer Socianility Matter? Differences in e-quality, e-satisfaction, and e-loyalty Between Introvert and Extrovert Online Banking Users. *Journal Of Services Marketing Vol. 23*, 538-546.

Anggraeni, Istaq. (2019). Aplikasi shopee tidak bisa di buka dan selalu bilang coba lagi padahal pemesanan nya banyak. Diambil dari
<https://support.google.com/googleplay/thread/5499831?hl=id>

Anshari, Rezha. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Dalam Pembelian E-Ticketing (Studi Kasus pada Pt Kai Daops 2 di Kota Bandung). Skripsi. STIE Ekuitas Bandung.

Apriyani, Tri. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Diambil dari
<https://www.suara.com/yoursay/2020/02/10/162614/pengaruh-e-commerce-terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia>