

## Pelatihan Strategi Menarik Konsumen melalui Konten Media Sosial pada Pelaku Usaha di Mataram

Abdurrahman<sup>1</sup>, Raden Bagus Faizal Irany S.<sup>2</sup>, Dedi Kurniawan<sup>3</sup>, Muh. Mujahid Dakwah<sup>4</sup>, Baiq Handayani Rinuastuti<sup>5</sup>

abdurrahmanfeb@unram.ac.id<sup>1</sup>, raden.sidharta@universitasbumigora.ac.id<sup>2</sup>,  
dedikurniawan.idn@gmail.com<sup>3</sup>, mujahid.fe@unram.ac.id<sup>4</sup>, hrinuastuti@unram.ac.id<sup>5</sup>

<sup>1,4,5</sup>Universitas Mataram, <sup>2</sup>Universitas Bumigora, <sup>3</sup>Universitas Presiden

---

### Article History:

Received: 16-03-2023

Revised: 04-04-2023

Accepted: 08-04-2023

### Keywords:

Content strategy

Marketing

Social media

**Abstract:** *Social media content strategy training has become a necessity for business owners in the rapidly evolving digital era. The aim of this training is to help business owners understand more effective ways to promote their products or services through social media. In Mataram, this training has had a positive impact on business owners. During the training, participants are taught how to create content that is engaging and relevant to their target market. In addition, the training also helps business owners understand social media data analysis, so they can measure the effectiveness of their campaigns and make more informed decisions in their marketing strategies. As a result of this training, business owners in Mataram can expand their market reach, increase brand awareness, and boost sales. However, it should be noted that this training is not an instant solution to all marketing problems. It takes time and effort to build a strong and consistent online presence, as well as continuously updating marketing strategies to keep up with changing trends and market needs.*

Copyright © 2023 the Authors

This is an open access article  
under the CC BY-SA License.

---

## Pendahuluan

Era digital saat ini membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi. Penggunaan media sosial sebagai alat berkomunikasi dan berbagi informasi sangat populer di kalangan masyarakat, termasuk dalam hal membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berupaya untuk memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian konsumen dan mempromosikan produk atau jasa mereka. Namun, untuk mencapai hasil yang efektif, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat dan menarik bagi konsumen. Menurut Smith, (2012) mengatakan bahwa media sosial membantu bisnis memahami bagaimana menciptakan dan membagikan konten yang relevan dan menarik bagi audien mereka melalui media sosial. Smith menekankan bahwa konten yang berkualitas dan tepat sasaran adalah kunci untuk menarik dan mempertahankan konsumen dan membangun hubungan yang baik dengan mereka. Pelatihan ini juga membantu bisnis

memahami bagaimana mengoptimalkan media sosial untuk mempromosikan bisnis dan meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial.

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat saat ini. Dengan generalisasi media sosial di seluruh masyarakat, para peneliti telah mempelajari penggunaan media sosial dengan menyelidiki mengapa mereka menggunakan media sosial, berapa banyak waktu yang mereka gunakan, dan jumlah digunakan dalam periode waktu tertentu (Bolton, et., al 2013 & Rosen, 2013). Hal ini membuat banyak perusahaan melihat potensi besar dalam menggunakan media sosial sebagai salah satu alat pemasaran mereka. Namun, memasarkan produk atau jasa melalui media sosial tidaklah mudah karena persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi yang menarik bagi konsumen untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial. Menurut Solis, (2014) mengatakan bahwa strategi menarik konsumen melalui konten media sosial membantu bisnis memahami bagaimana menciptakan dan membagikan konten yang berkualitas dan menarik bagi target audiens mereka melalui media sosial. Solis menekankan pentingnya memahami audiens dan memberikan nilai bagi mereka melalui konten untuk membangun hubungan dan mempertahankan mereka sebagai konsumen setia.

Pelatihan ini juga membantu bisnis memahami bagaimana menggunakan alat dan fitur media sosial untuk mempromosikan bisnis dan meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial. Memahami dan menggunakan strategi pemasaran melalui media sosial sangat penting bagi bisnis saat ini. Media sosial memiliki jangkauan yang luas dan memungkinkan bisnis untuk berinteraksi dengan konsumen secara langsung dan efektif. Oleh karena itu, Pelatihan Strategi Menarik Konsumen Melalui Konten Media Sosial dapat membantu bisnis untuk memahami bagaimana menggunakan media sosial dengan lebih baik dan meningkatkan efektivitas pemasaran mereka. Berikut adalah beberapa manfaat pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial menurut para ahli dan penelitian terdahulu:

1. Meningkatkan *brand awareness*: Pelatihan ini membantu bisnis memahami bagaimana menggunakan konten media sosial untuk meningkatkan *brand awareness* mereka dan membangun citra mereka secara positif.
2. Menarik perhatian konsumen: Konten yang menarik dan kreatif dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan membantu bisnis untuk menarik perhatian mereka.
3. Meningkatkan *engagement* konsumen: Pelatihan ini membantu bisnis memahami bagaimana menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan konsumen secara langsung dan efektif, sehingga meningkatkan *engagement* konsumen.

4. Membangun relasi dengan konsumen: Dengan menggunakan media sosial dengan benar, bisnis dapat membangun relasi yang lebih baik dengan konsumen dan memahami kebutuhan dan harapan mereka.
5. Meningkatkan konversi: Konten yang kreatif dan menarik dapat membantu bisnis meningkatkan konversi dan memperoleh lebih banyak pelanggan potensial.

Penelitian juga menunjukkan bahwa bisnis yang menggunakan media sosial secara efektif memiliki tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi dan lebih banyak pelanggan yang puas. Oleh karena itu, pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial sangat penting bagi bisnis. Saat ini, banyak bisnis yang menggunakan media sosial sebagai salah satu kanal pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial sangat bermanfaat untuk membantu bisnis memahami cara menggunakan media sosial dengan lebih efektif dan efisien untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Pembuatan konten yang menarik dan berkualitas, melalui media sosial, dan memanfaatkan teknik-teknik digital marketing untuk meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial seperti facebook, Instagram, twitter dan digital marketing lainnya dapat meningkatkan volume penjualan (Abdurrahman et al., 2021).

Kendala dalam menarik konsumen dan penggunaan media sosial merupakan salah satu masalah yang dialami oleh banyak pelaku UMKM di Indonesia. Berikut adalah beberapa kaitannya:

1. Kurangnya pengetahuan tentang media sosial: Banyak pelaku usaha kurang memahami cara menggunakan media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk dan jasa mereka dan menarik konsumen.
2. Kendala akses dan keterampilan teknologi: Beberapa pelaku usaha mungkin tidak memiliki akses atau keterampilan untuk menggunakan teknologi dan media sosial secara efektif.
3. Biaya promosi yang tinggi: Beberapa pelaku usaha mungkin kesulitan untuk membayar biaya promosi yang tinggi melalui media sosial, terutama jika mereka tidak memiliki anggaran yang besar.
4. Persaingan bisnis yang ketat: Banyak pelaku usaha berjuang untuk menonjol dan membedakan produk mereka di tengah persaingan bisnis yang ketat, dan menggunakan media sosial dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah ini.

Mengatasi kendala ini dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak konsumen. Hal tersebut yang melatarbelakangi kami untuk melakukan pelatihan ini agar dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku usaha khususnya yang berada di Kota Mataram dalam mengelola sosial media untuk menarik

konsumen lebih banyak sehingga berimbas pada peningkatan jumlah penjualan dan pendapatan mereka dan terus berkembang untuk memperkuat kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia.

## Metode

Adapun tahap-tahap dalam pelatihan online dengan menggunakan metode *PAR* (*Participatory Action Research*) yaitu persiapan, penentuan masalah, penyusunan rencana aksi, pelaksanaan pelatihan, evaluasi, dan tindak lanjut. Pemateri mempersiapkan materi Pelatihan dan memastikan bahwa semua peserta memiliki akses yang dibutuhkan untuk mengikuti pelatihan secara online. Pemateri juga menentukan tujuan dan sasaran pelatihan. Pemateri dan peserta bekerja sama untuk menentukan masalah-masalah yang akan dibahas selama Pelatihan. Ini dilakukan melalui diskusi online atau menggunakan media sosial. Setelah masalah-masalah ditentukan, Pemateri dan peserta bekerja sama untuk menyusun rencana aksi untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Ini dilakukan melalui diskusi online atau menggunakan media sosial. Pemateri mempresentasikan materi Pelatihan dan menggunakan metode *PAR* untuk memastikan peserta terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Peserta dapat berkontribusi melalui diskusi online atau menggunakan media sosial. Setelah Pelatihan selesai, Pemateri dan peserta bekerja sama untuk mengevaluasi hasil Pelatihan dan memastikan bahwa tujuan dan sasaran Pelatihan tercapai. Pemateri dan peserta bekerja sama untuk menentukan tindak lanjut yang perlu dilakukan setelah Pelatihan selesai, termasuk memantau dan mengukur hasil tindak lanjut.

Metode pengabdian:



Gambar 1. Metode pengabdian

## Pembahasan

Dalam proses pengabdian masyarakat, dinamika proses pendampingan sangat penting untuk mencapai hasil yang efektif dan bermanfaat bagi masyarakat. Dalam hal strategi menarik konsumen melalui konten media sosial, hasil dari proses pengabdian masyarakat dapat dicapai melalui beberapa bentuk aksi yang bersifat teknis maupun program. Ragam kegiatan yang dilaksanakan dalam pendampingan yaitu pelatihan dan penyuluhan tentang penggunaan media sosial untuk menarik konsumen. Selanjutnya, diskusi dan kolaborasi dengan masyarakat untuk menentukan masalah-masalah dan solusi-solusi terkait strategi menarik konsumen melalui konten media sosial. Penerapan teknik-teknik pemasaran melalui media sosial seperti pembuatan konten yang menarik, optimasi website, dan analisis data dan monitoring dan evaluasi hasil dari strategi menarik konsumen melalui konten media sosial. Bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis dapat meliputi:

1. Pembuatan konten multimedia seperti video, gambar, dan infografik untuk diposting di media sosial,
2. Optimasi website untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan audiens,
3. Analisis data dan pemantauan performa strategi menarik konsumen melalui konten media sosial.

Bentuk-bentuk aksi program ini adalah pelatihan dan penyuluhan tentang pentingnya strategi menarik konsumen melalui konten media sosial bagi usaha kecil dan menengah. Kemudian, program kolaborasi dengan mitra bisnis untuk mempromosikan produk atau jasa mereka melalui media sosial. Selanjutnya, program monitoring dan evaluasi untuk memantau dan mengevaluasi hasil strategi menarik konsumen melalui konten media sosial. Hasil dari proses pengabdian masyarakat dalam hal ini sangat bergantung pada aktivitas dan kegiatan yang dilaksanakan. Namun, secara umum, proses pendampingan dalam strategi menarik konsumen melalui konten media sosial dapat menghasilkan usaha kecil dan menengah yang lebih efektif dalam memasarkan produk atau jasa mereka melalui media sosial.

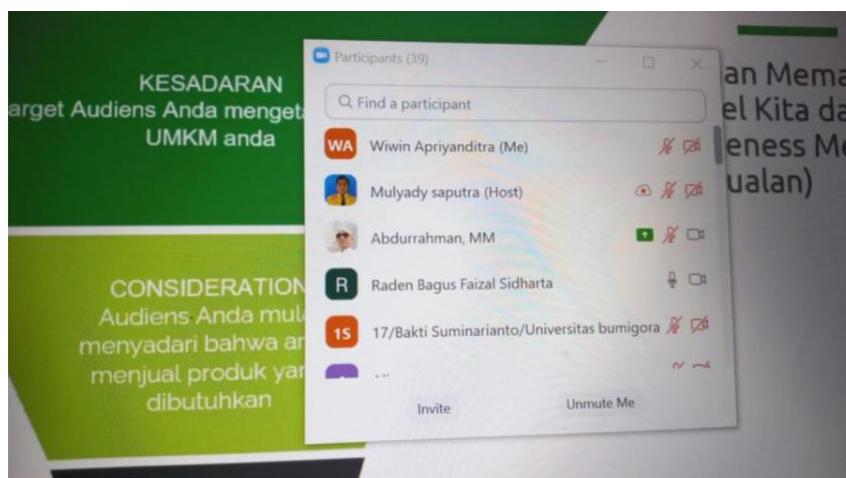
Menurut Patel, (2017) menjelaskan bagaimana menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menarik konsumen dan membangun merek. Ini termasuk strategi seperti membuat konten yang menarik dan berguna bagi target audiens, menjaga aktivitas sosial media yang konsisten, dan memanfaatkan fitur media sosial untuk mempromosikan bisnis dan menjangkau audiens yang lebih luas. Kemudian menurut hasil penelitian dari Abdurrahman, et al., (2022), menekankan bagaimana strategi pemasaran digital dapat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya memahami dan menggunakan teknik-teknik pemasaran digital yang efektif bagi perusahaan-perusahaan kecil dan menengah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan

volume penjualan.

Setelah mengikuti pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial, biasanya akan terjadi perubahan yang signifikan bagi peserta pelatihan. Beberapa perubahan yang mungkin muncul setelah mengikuti pelatihan ini antara lain:

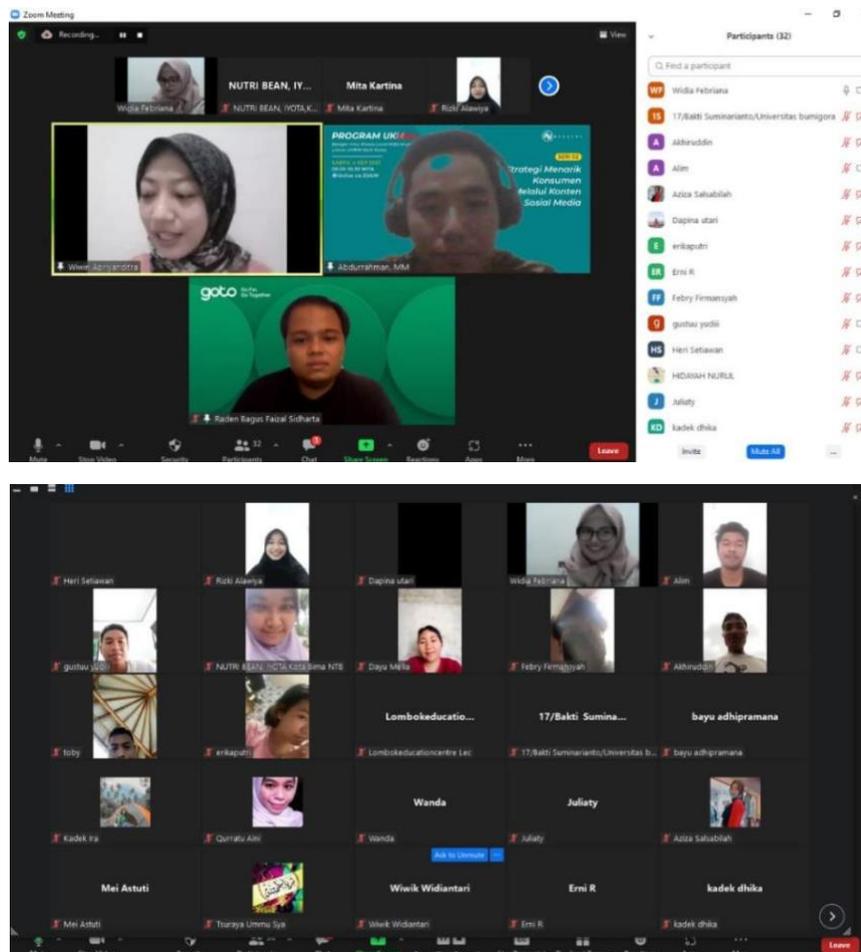
1. Perilaku berubah: Peserta pelatihan akan belajar teknik-teknik baru dalam menggunakan media sosial untuk menarik konsumen. Hal ini akan membawa perubahan perilaku mereka dalam memasarkan produk atau jasa mereka melalui media sosial, seperti membuat konten yang lebih menarik dan efektif, optimasi website, dan analisis data.
2. Kesadaran baru: Pelatihan ini juga akan membantu peserta memahami pentingnya strategi menarik konsumen melalui konten media sosial bagi usaha mereka. Ini akan membawa kesadaran baru dan memotivasi peserta untuk menggunakan media sosial dengan lebih baik dan efektif.
3. Transformasi bisnis: Dengan memahami teknik-teknik dan cara-cara baru dalam memasarkan produk atau jasa melalui media sosial, peserta Pelatihan dapat memperoleh hasil yang lebih baik dalam bisnis mereka. Ini akan membantu mereka untuk mencapai transformasi bisnis dan meningkatkan pemasaran produk atau jasa mereka.
4. Kemampuan baru: Setelah mengikuti pelatihan, peserta akan memperoleh kemampuan baru dalam memasarkan produk atau jasa melalui media sosial. Kemampuan ini akan membantu mereka untuk meningkatkan pemasaran dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Perubahan-perubahan ini akan membantu peserta pelatihan untuk meningkatkan strategi pemasaran produk atau jasa mereka melalui media sosial dan memperoleh hasil yang lebih baik dalam bisnis mereka.



Gambar 2. Sesi pemaparan materi oleh narasumber

Pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial terbukti dapat meningkatkan efektivitas bisnis. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian dan analisis yang menunjukkan bahwa konten yang kreatif dan menarik dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan membantu bisnis untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Menurut Stelzner, (2010) mengatakan bahwa pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial dapat membantu bisnis untuk memahami bagaimana menggunakan konten media sosial sebagai strategi untuk menarik konsumen, seperti meningkatkan *brand awareness*, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan pemasaran. Sedangkan, menurut Baer, (2013) menekankan pentingnya memberikan nilai tambah (*utility*) kepada pelanggan melalui konten yang berguna dan membantu, sehingga membantu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan *brand loyalty*. Selain itu, dengan pembuatan konten promosi yang kreatif dapat meningkatkan penjualan dan menambah *engagement* dan *brand awareness* pelanggan (Anggriani et al., 2021). Ini bisa diterapkan dalam strategi menarik konsumen melalui konten media sosial dengan memastikan konten yang diterbitkan bermanfaat bagi target audiens dan membantu mereka mengatasi masalah mereka.



Gambar 3. Sesi tanya jawab dan sesi foto bersama

## Kesimpulan

Kesimpulan hasil pengabdian masyarakat tentang pelatihan strategi menarik konsumen melalui konten media sosial memiliki dampak positif bagi pelaku usaha di Mataram. Pelatihan ini membantu pelaku usaha untuk memahami cara yang lebih efektif dalam mempromosikan produk atau jasa mereka melalui media sosial. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan cara membuat konten yang menarik dan relevan dengan target pasar mereka, sehingga dapat meningkatkan interaksi dan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Pelatihan juga membantu pelaku usaha untuk memahami analisis data media sosial, sehingga mereka dapat mengukur efektivitas kampanye mereka dan mengambil keputusan yang lebih tepat dalam strategi pemasaran mereka.

Sebagai hasil dari pelatihan ini, pelaku usaha di Mataram dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan. Dalam jangka panjang, pelatihan ini juga dapat membantu meningkatkan daya saing pelaku usaha di era digital yang semakin kompetitif. Namun, perlu diingat bahwa pelatihan ini bukanlah solusi instan untuk semua masalah pemasaran karena banyak hal yang harus diperhatikan untuk keberlangsungan suatu usaha seperti, pelatihan kepemimpinan dan kewirausahaan juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan penjualan atau pemasukan, sehingga secara tidak langsung dapat menstabilkan perekonomian daerah setempat maupun Negara (Ibrahim et al., 2020). Selain itu, Diperlukan waktu dan upaya untuk membangun kehadiran online yang kuat dan konsisten, serta terus memperbaharui strategi pemasaran sesuai dengan perubahan trend dan kebutuhan pasar.

## Ucapan Terima Kasih

Kami sampaikan terima kasih kepada Mata Garuda NTB, Gojek dan Peserta pelatihan yang turut menyukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat sehingga pelatihan tersebut berjalan dengan baik.

## Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Nila Rahayu, Yeldi Dwi Genadi, A. P. (2022). *Membangun Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Pasca*. 4(2), 221–230.
- Abdurrahman, A., Anggriani, R., & Bagus Faizal IS, R. (2021). Optimizing the Use of Digital Marketing for Increasing Sales Volume at MSMEs in Mataram, Indonesia. *Trends Journal of Sciences Research*, 1(2), 79–89. <https://doi.org/10.31586/ujbm.2021.114>
- Anggriani, R., Abdurrahman, A., & Ibrahim, I. D. K. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran di Era New Normal pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bumigora. *ADMA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 91–98. <https://doi.org/10.30812/adma.v1i2.1027>

- Baer, J. (2013). *Youtility: Why Smart Marketing is About Help Not Hype*.
- Bolton, R.N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S. & Gruber, T., Komarova Loureiro, Y. (2013). *Understanding generation Y and their use of social media: a review and research agenda*. *J. Serv. Manag.* 24.
- Ibrahim, I. D. K., Sidharta, R., Anggriani, R., & ... (2020). Pelatihan Kepemimpinan dan Kewirausahaan Menghadapi Efek "Sepi Orderan" Mitra Ojek Online GOJEK pada Masa Pandemi Korona Demi Tetap Survive. *JPMB: Jurnal ...*, 3(2), 147–160. <http://journal.rekarta.co.id/index.php/jpmb/article/view/78>
- Patel, N. (2017). *The Ultimate Guide to Social Media*.
- Rosen, et al. (2013). *The media and technology usage and attitudes scale: an empirical investigation*. *Comput. Hum. Behav.* 29.
- Smith, M. (2012). "The Power of Social Media Content Marketing."
- Solis, B. (2014). *What's the Future of Business: Changing the Way Businesses Create Experiences*.
- Stelzner, M. (2010). *Launch: How to Quickly Propel Your Business Beyond the Competition*.

