



**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
FACEBOOK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA
CV ABD JAYA LEATHER**



LAPORAN KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 Manajemen

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

BRATA SEMBIRING APRILIANSYACH

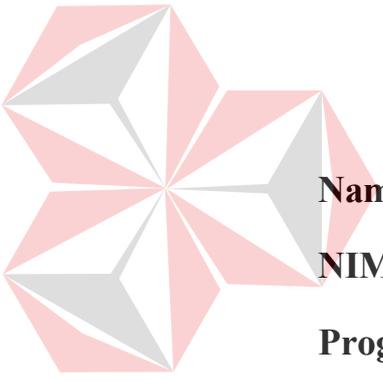
21430100002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DINAMIKA
2024**

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
FACEBOOK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA
CV ABD JAYA LEATHER**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana

Disusun Oleh:



Nama : Brata Sembiring Apriliansyach
NIM : 21430100002
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

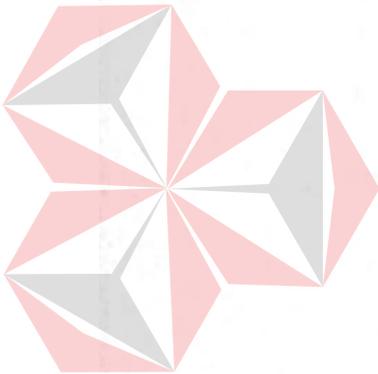
OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
FACEBOOK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA
CV ABD JAYA LEATHER

Laporan Kerja Praktik Oleh:

Brata Sembiring Apriliansyach

NIM: 21.43010.0002

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



UNIVERSITAS

Sidoarjo, 03 Juli 2024

Dinamika

Disetujui:

Pembimbing

Penyelia

Digitally signed by
Haryanto
Tanuwijaya
DN: cn=Haryanto
Tanuwijaya,
o=Universitas
Dinamika, ou,
email=haryanto@di
namika.ac.id, c=ID
Date: 2024.07.31
10:00:00 +07'00'

Dr. Harvanto Tanuwijaya, S.Kom., M.MT.
NIDN. 0710036602

ABD JAYA LEATHER
Sidoarjo - Jawa Timur

Aldho Novanda Putra

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Digitally signed by Sri Suhandiah
DN: cn=Sri Suhandiah,
o=Universitas Dinamika,
ou=Prodi Manajemen,
email=diah@dinamika.ac.id, c=ID
Date: 2024.08.01 09:28:12 +07'00'

Dr. Sri Suhandiah, S.S., M.M.
NIDN. 0730096902

**PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : **Brata Sembiring Apriliansyach**
NIM : **21430100002**
Program Studi : **S1 Manajemen**
Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA CV ABD JAYA LEATHER**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 04 2024



Brata Sembiring Apriliansyach
NIM : 21430100002

ABSTRAK

CV ABD Jaya Leather merupakan perusahaan yang menjual produk kulit sapi jenis Natural Cow Leather secara *online* melalui Instagram dan Facebook. Namun CV ABD Jaya Leather mengalami penurunan pemasaran dan omsetnya. Penurunan pemasaran di CV ABD Jaya Leather terjadi di bulan April sebanyak 160 produk dan di bulan Mei sebanyak 130 produk. Sedangkan untuk omset di CV ABD Jaya Leather terjadi penurunan di bulan April yang mendapatkan omset sebanyak Rp. 80.000.000, di bulan Mei hanya mendapatkan omset sebanyak Rp. 65.000.000 yang berarti mengalami penurunan sebanyak 18%. Penurunan pemasaran dan omset di CV ABD Jaya Leather disebabkan karena kurangnya proses optimalisasi pemasaran media sosial Instagram dan Facebook. Solusi untuk mengatasi penurunan pemasaran dan omset ialah melakukan pengoptimalisasian berbagai fitur Instagram dan Facebook dari perubahan *copywriting*, *bio profil*, *dashboard* Instagram. Sedangkan Facebook efek *editing*. Dari hasil pengoptimalisasian terjadi peningkatan pemasaran produk terjual sebanyak 190 produk dengan omset Rp. 95.000.000 di bulan Juni, dan pada bulan Juli, pemasaran produk terjual sebanyak 200 produk dengan omset mencapai Rp. 105.000.000 meningkat sebesar 61%.

Kata Kunci : CV ABD Jaya Leather, *Facebook*, *Instagram*, *Media Sosial*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan Rahmat-Nya dapat membuat Laporan Kerja Praktik ini yang berjudul “Optimalisasi Media Sosial Instagram Dan Facebook Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada CV ABD Jaya Leather” telah selesai dibuat. Laporan Kerja Praktik ini dalam rangka penulisan untuk kelulusan mata kuliah Kerja Praktik pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Dinamika. Melalui kesempatan yang berharga ini, mohon ijin saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam proses penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama kepada:

1. Orang tua yang telah memberikan semangat, doa, dan motivasi.
2. Dr. Sri Suhandiah, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Dinamika.
3. Dr. Haryanto Tanuwijaya, S.Kom., M.MT. selaku Dosen Pembimbing yang banyak membantu dan memberikan arahan yang baik dalam membantu bimbingan selama penulisan laporan kerja praktik.
4. Bapak Aldho Novanda Putra selaku Penyelia CV ABD Jaya Leather yang juga memberikan izin untuk melakukan kerja praktik dan masukan terhadap perbaikan laporan kerja praktik.

Serta Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan berkat, balasan baik kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak dalam pelaksanaan Kerja Praktik dan penulisan Laporan Kerja Praktik. Semoga hal yang ada di dalam laporan ini dapat bermanfaat untuk perusahaan CV ABD Jaya Leather dan Universitas Dinamika dalam memberikan ilmu dan wawasan baru.

Sidoarjo, 3 Juli 2024



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Sejarah CV ABD Jaya Leather.....	4
2.2 Visi CV ABD Jaya Leather.....	5
2.3 Misi CV ABD Jaya Leather.....	5
2.4 Struktur Organisasi CV ABD Jaya Leather.....	5
2.5 Deskripsi Pekerjaan CV ABD Jaya Leather.....	6
BAB III LANDASAN TEORI.....	8
3.1 Pemasaran Digital.....	8
3.2 <i>Copywriting</i>	8
3.3 <i>Content Marketing</i>	9
3.4 Instagram.....	10
3.5 Facebook.....	12
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN.....	14
4.1 Perencanaan.....	14
4.1.1 Wawancara.....	14
4.1.2 Identifikasi Masalah Perusahaan.....	15

4.2 Analisis Masalah	19
4.3 Realisasi Kerja Praktik	20
4.4 Pengumpulan Informasi.....	20
4.4.1 Membuat Konten Instagram (<i>Editing</i> Foto Produk).....	20
4.4.2 Membuat <i>Copywriting</i>	21
4.5 Pelatihan	22
4.6 Pengukuran dan Evaluasi.....	24
4.6.1 Penambahan Jumlah <i>Followers</i> Instagram.....	24
4.6.2 Penambahan Jumlah Pengunjung Instagram.....	26
4.6.3 Perubahan <i>Bio Profil</i> Instagram CV ABD Jaya Leather.....	27
4.6.4 Perubahan Data Diri Pada Instagram CV ABD Jaya Leather	28
4.6.5 Perubahan Dashboard Proffesional	31
4.6.6 Hasil Efek <i>Editing</i> Facebook.....	35
4.7 Penjualan di Instagram dan Facebook.....	37
4.7.1 Jenis Produk Yang Cepat Terjual.....	38
4.8 Pengukuran Saat Kerja Praktik.....	39
4.8.1 Omset Sebelum dan Sesudah Kerja Praktik	40
4.9 Evaluasi	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan CV ABD Jaya Leather	2
Tabel 4.1 Hasil Wawancara	14
Tabel 4.2 Data Produk CV ABD Jaya Leather	20
Tabel 4.3 Jadwal Pelatihan	23
Tabel 4.4 Data Kepercayaan Klien.....	25
Tabel 4.5 Jumlah Pengunjung Instagram.....	26
Tabel 4.6 Perbandingan Jumlah Pertanyaan Instagram	27
Tabel 4.7 Data Jumlah Brand Awareness.....	29
Tabel 4.8 Jumlah Feedback	30
Tabel 4.9 Jumlah Klien.....	30
Tabel 4.10 Jumlah Konten Foto Yang Disukai	32
Tabel 4.11 Peningkatan Jumlah Share	33
Tabel 4.12 Hasil Insight Facebook	36
Tabel 4.13 Penjualan Instagram dan Facebook	37
Tabel 4.14 Penjualan Produk.....	38
Tabel 4.15 Bukti Penjualan.....	39
Tabel 4.16 Omset CV ABD Jaya Leather.....	41

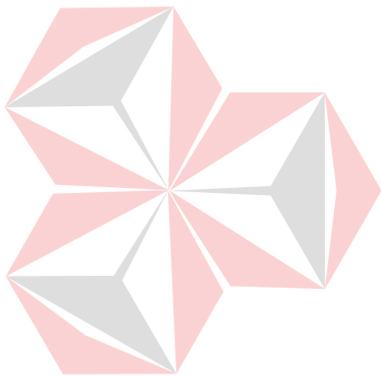
DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Logo CV ABD Jaya Leather.....	5
Gambar 2.2 Struktur Organisasi CV ABD Jaya Leather	6
Gambar 4.1 Bio Profil Sebelum	16
Gambar 4.2 Tampilan Desain Instagram Sebelum	17
Gambar 4.3 Tampilan Dashboard Sebelum.....	17
Gambar 4.4 Tampilan Copywriting Sebelum.....	18
Gambar 4.5 Tampilan Editing Facebook Sebelum.....	19
Gambar 4.6 Logo Website Canva.....	21
Gambar 4.7 Hasil Editing Foto Produk.....	21
Gambar 4.8 Copywriting CV ABD Jaya Leather	22
Gambar 4.9 Proses Pelatihan.....	23
Gambar 4.10 Perbandingan Jumlah Followers Instagram.....	25
Gambar 4.11 Perbandingan Bio Profil Instagram.....	27
Gambar 4.12 Tampilan Poto Profil Instagram.....	29
Gambar 4.13 Kelengkapan Data Diri	30
Gambar 4.14 Perbandingan Dashboard Instagram.....	31
Gambar 4.15 Fitur Konten Bermerek.....	34
Gambar 4.16 Hasil Fitur Konten Bermerek	34
Gambar 4.17 Perbandingan Hasil Efek Editing Facebook.....	35
Gambar 4.18 Grafik Omset CV ABD Jaya Leather	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Balasan Perusahaan	46
Lampiran 2. Form KP 5 Acuan Kerja.....	47
Lampiran 3. Form KP Log Harian dan Catatan Acuan Kerja	48
Lampiran 4. Form Kehadiran Kerja Praktik.....	49
Lampiran 5. Form Garis Besar Rencana Kerja Mingguan	50
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Kerja Praktik	51
Lampiran 7. Hasil Turnitin... ..	53
Lampiran 8. Biodata Penulis... ..	54



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV ABD Jaya Leather merupakan perusahaan yang telah berdiri pada 10 Januari 2016 yang berlokasi di Bligo, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. CV ABD Jaya Leather memiliki visi yaitu menghadirkan produk kulit sapi yang berkualitas tinggi dengan menggabungkan keahlian tradisional dengan inovasi teknologi terkini, misi yaitu melakukan proses produksi bahan jenis kulit sapi sesuai dengan keinginan customer perusahaan dan customer merasa puas terhadap produk kulit sapi CV ABD Jaya Leather.

CV ABD Jaya Leather menggunakan kegiatan pemasarannya melalui media sosial Instagram dan Facebook, perusahaan memiliki tim pemasaran Instagram dan Facebook yang terdiri dari lima orang tim Instagram dan tiga orang tim Facebook. Tetapi terdapat permasalahan pada tim pemasaran media sosial di perusahaan ini. Permasalahannya ialah tim media sosial tidak memanfaatkan fitur sepenuhnya di media sosial secara optimal yang dapat mengakibatkan penurunan omset penjualan dari mulai bulan April mendapatkan omset sebesar Rp. 80.000.000.00, lalu bulan Mei hanya mendapatkan omset Rp. 65.000.000.00 yang berarti mengalami penurunan sebesar 15%. Penurunan omset tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Data Penjualan CV ABD Jaya Leather

No	Bulan	Omzet	Quantity	Keterangan
1	April	Rp. 80.000.000.00	160	Media Sosial
2	Mei	Rp. 65.000.000.00	130	Media Sosial

Sumber : CV ABD Jaya Leather (2024)

Berdasarkan laporan omset perusahaan yang tiap bulan mengalami penurunan, perusahaan ingin meningkatkan omset penjualannya. Peningkatan omset penjualan dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan penyebab penurunan omset selama ini, lalu melakukan proses pengoptimalisasi fitur media sosial Instagram dan Facebook. Pada tim media sosial diadakan pelatihan melakukan optimalisasi semua fitur media sosial Instagram dan Facebook.

Optimalisasi tersebut meliputi tata cara membuat *caption* postingan yang menarik di Instagram, dan tata cara menaikkan jumlah *followers* Instagram, mengubah *dashboard* Instagram menjadi *dashboard professional*. Lalu pada media sosial Facebook dilakukan dengan tata cara optimalisasi menggunakan efek *editing* foto yang menarik di Facebook.

Setelah mengadakan proses pengoptimalisasi pada tim pemasaran media sosial Instagram dan Facebook, tim pemasaran media sosial Instagram dan Facebook mendapatkan peningkatan jumlah *viewers* baru dari *story* Instagram dan Facebook, peningkatan omset penjualan, dan peningkatan jumlah *followers* media sosial Instagram dan Facebook.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, rumusan masalahnya adalah bagaimana melakukan proses optimalisasi media sosial Instagram dan Facebook untuk meningkatkan pemasaran dan omset CV ABD Jaya Leather.

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan pada perusahaan ini ialah pada bagian pemasaran yang dinilai kurang dalam hal mengelola media sosial Instagram dan Facebook serta tidak melakukan proses pengoptimalisasi media sosial Instagram dan Facebook.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari kerja praktik yang dilaksanakan oleh mahasiswa adalah menerapkan teori yang telah didapatkan dari perkuliahan serta melakukan bagaimana cara menyelesaikan permasalahan menggunakan ilmu yang didapatkan dari perkuliahan. Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Memahami dan melakukan analisa permasalahan pada perusahaan secara langsung terutama permasalahan pemasaran pada perusahaan CV ABD Jaya Leather.
2. Memberikan pelatihan pengoptimalan serta membuat modul hasil pelatihan pemasaran untuk tim pemasaran perusahaan CV ABD Jaya Leather.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah CV ABD Jaya Leather

CV ABD Jaya Leather merupakan perusahaan yang berada di Desa Bligo, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2016 oleh bapak Aldho Novanda Putra. Bapak Aldho awal mulai berbisnis pada bidang kulit sapi karena dari usaha keinginannya sendiri sejak dahulu. Produk – produk dari CV ABD Jaya Leather antara lain Noblucks Cow Leather, Natural Cow Leather, dan Mill Grain Cow Leather yang merupakan varian produk yang disukai oleh klien.

Seiring berjalannya waktu, perusahaan CV ABD Jaya Leather menerima banyak pesanan melalui media sosial Instagram dan Facebook perusahaan, awal mulanya perusahaan banyak menerima pesanan di bulan April. Tetapi di bulan Mei mengalami penurunan pesanan yang mengakibatkan penurunan omset penjualannya. Berhubungan dari hal itu, perusahaan mulai mengadakan acara pelatihan pengoptimalan pada pemasarannya di media sosial supaya dapat meningkatkan omset penjualannya.



Gambar 2.1 Logo CV ABD Jaya Leather

2.2 Visi CV ABD Jaya Leather

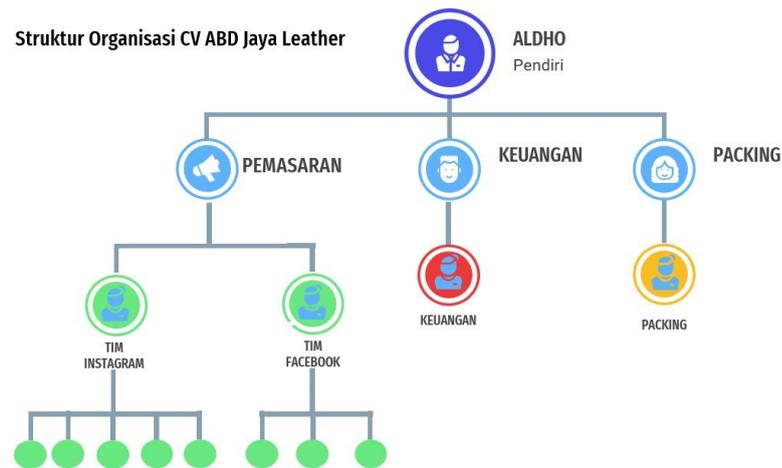
Visi dari perusahaan adalah menghadirkan produk kulit sapi yang berkualitas tinggi dengan menggabungkan keahlian tradisional dengan inovasi teknologi terkini.

2.3 Misi CV ABD Jaya Leather

Misi dari perusahaan adalah melakukan proses produksi bahan jenis kulit sapi sesuai dengan keinginan customer perusahaan dan customer merasa puas terhadap produk kulit sapi CV ABD Jaya Leather.

2.4 Struktur Organisasi CV ABD Jaya Leather

CV ABD Jaya Leather memiliki struktur organisasi yang dipimpin oleh pemiliknya langsung yang memimpin semua bagian pekerjaan pemasaran, keuangan, dan produksi. Di dalam struktur organisasi terdapat pembagian tugas dan tanggung jawab karyawan masing-masing. Struktur organisasi CV ABD Jaya Leather dapat dilihat pada Gambar 2.2



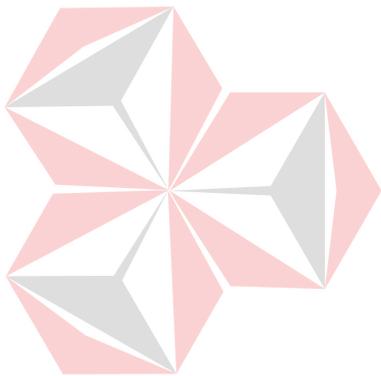
Gambar 2.2 Struktur Organisasi CV ABD Jaya Leather

2.5 Deskripsi Pekerjaan CV ABD Jaya Leather

Dari struktur organisasi perusahaan, setiap karyawan memiliki tugasnya masing-masing yang telah ditentukan, berikut penjelasan dari tugasnya tiap bagian divisi pada perusahaan CV ABD Jaya Leather:

1. *Owner* bertugas sebagai:
 - a. Membuat dan menetapkan kebijakan peraturan perusahaan.
 - b. Melaksanakan tercapainya visi, misi perusahaan.
 - c. Melakukan *controlling* pada kinerja tiap divisi perusahaan.
 - d. Melakukan *controlling* pada kegiatan operasional.
2. Pemasaran bertugas sebagai:
 - a. Melakukan pemasaran produk.
 - b. Melakukan penentuan target pasar.
 - c. Melakukan komunikasi kepada calon klien.
 - d. Membuat strategi penjualan produk.
3. Keuangan bertugas sebagai:

- a. Melakukan penghitungan jumlah omset yang didapatkan dari penjualan.
 - b. Melakukan penghitungan harga produk.
 - c. Melakukan pengelolaan hutang dan piutang perusahaan.
 - d. Melakukan evaluasi keuangan perusahaan.
4. *Packing* bertugas sebagai:
- a. Melakukan pengemasan produk.
 - b. Menjaga kualitas produk.
 - c. Menjaga kuantitas produk.
 - d. Pemberian label informasi produk.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Pemasaran Digital

Plowman (2016) berpendapat bahwa pemasaran digital ialah sebuah upaya atau usaha dalam melakukan kegiatan pemasaran tetapi lebih mengarah menggunakan media elektronik seperti, menggunakan *computer*, *smartphone*, dan *internet*. Pemasaran digital harus dilakukan secara optimal dengan mengikuti zaman sudah maju dalam hal medianya, media tersebut tidak hanya dapat melalui *internet* tetapi bisa melalui media sosial. Tujuan dari pemasaran digital secara optimal bagi pelaku kewirausahaan adalah untuk mendapatkan omset penjualan yang diinginkan dan dapat berkomunikasi antara penjual dan calon klien secara *online*. Sebaliknya jika pelaku usaha tidak melakukan pemasaran digital secara optimal maka dapat menurunkan omset penjualannya dikarenakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku tidak dapat dikenal oleh para calon klien.

3.2 Copywriting

Copywriting merupakan sebuah proses dalam menulis kata-kata yang mampu membangun rasa dan dapat mempengaruhi para pembaca untuk melakukan apa yang diharapkan seorang *copywriting*. *Copywriting* umumnya digunakan bagi para pelaku usaha dalam mempromosikan produk atau jasa mereka. Pelaku usaha juga menuliskan kata-kata yang menarik tentang nilai barang atau jasa, pendapat dari orang lain, dan pendapat dari pribadi tentang barang atau jasa yang dijual ke calon klien supaya calon klien dapat memutuskan untuk membeli produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh pelaku usaha. Ariyadi (2020) berpendapat bahwa

copywriting sangat penting digunakan untuk menyampaikan pesan promosi produk atau jasa dengan durasi yang singkat dan memiliki unsur kata-kata yang menarik untuk mengiklankan produk ke calon klien. Tujuan dari *copywriting* untuk membentuk sebuah perilaku dalam membeli produk atau jasa serta pelaku usaha dapat memenuhi target penjualannya. Sebaliknya jika pelaku usaha tidak membuat *copywriting* yang menarik dan optimal maka pelaku usaha akan mendapatkan penurunan omset penjualannya.

Copywriting juga memiliki berbagai macam jenis, menurut Ariyadi (2020) terdapat 3 (tiga) macam jenis *copywriting* yaitu:

1. *Story Copy*

Story Copy adalah jenis *copywriting* yang menceritakan lebih banyak tentang produk secara rinci dan lengkap dikarenakan pada jenis *copywriting* ini lebih banyak menceritakan kelebihan produk dan solusi produk melalui cerita.

2. *You And Me Copy*

Jenis ini lebih mengarahkan pada promosi penjualan produk ke satu orang seperti halnya pendekatan antara produk dengan target pembeli.

3. *Fortright Copy*

Jenis ini merupakan jenis *copywriting* yang biasa digunakan untuk mempromosikan barang dengan menceritakan kelebihan dan kekurangan suatu produk dari pelaku usaha.

3.3 Content Marketing

Content Marketing adalah sebuah strategi pemasaran dalam membuat dan menyebarkan konten tentang produk atau jasa yang berisikan nilai berharga, relevan, dan juga konsisten suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk dapat

menarik perhatian para calon klien. Menurut Fino (2020) *content marketing* adalah sebuah bentuk menyebarkan secara optimal dan sering dilakukan oleh pelaku usaha tentang informasi suatu produk atau jasa yang tersedia pada sebuah laman *internet* dan *media sosial* yang proses pembuatan di dalamnya mengandung kata-kata yang menarik serta nilai keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha supaya calon klien memiliki minat untuk membeli produk atau jasa tersebut.

3.4 Instagram

Instagram adalah suatu aplikasi media sosial yang sudah banyak digunakan oleh berbagai macam kalangan. Instagram berasal dari kata “Insta” yang berasal dari kata “Instan” yang berarti “cepat” sedangkan kata “gram” berasal dari nama aplikasi “telegram” sebuah aplikasi yang dapat mengirim pesan secara cepat. Jadi kata Instagram berasal dari dua kata yang dipadukan menjadi satu dan memiliki fungsi yang sama seperti aplikasi Telegram yaitu dapat mengirimkan pesan, foto, dan video (Atmoko, 2015). Instagram tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi bisa digunakan untuk berjualan dengan membuat postingan foto produk atau jasa lalu para pengguna Instagram lainnya akan melihat postingan tersebut dan akan melakukan kegiatan menanyakan produk atau jasa melalui fitur pesan yang tersedia di aplikasi tersebut. Dalam melakukan penjualan, pelaku usaha akan rutin dan mengoptimalkan melakukan promosi produk atau jasa supaya dapat menjangkau calon klien yang baru. Pelaku usaha sebelum melakukan langkah memposting konten di Instagram terlebih dahulu melakukan pengeditan konten yang menarik disertai *caption* keunggulan produk atau jasanya supaya para pengguna Instagram lainnya mengetahui foto produk atau jasa dan melakukan kegiatan pembelian.

Di aplikasi Instagram memiliki berbagai macam fitur yang dapat membantu pelaku usaha dalam menawarkan produk atau jasanya. Atmoko (2015) berpendapat bahwa, aplikasi Instagram memiliki 5 (lima) fitur di dalamnya yaitu:

1. *Home Page*

Merupakan halaman utama yang berisikan foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti pelaku. Pada fitur ini, pelaku hanya perlu melakukan kegiatan menggeser layar mengarah ke bawah.

2. *Comments*

Fitur ini sangat berguna untuk pengguna karena pelaku dapat mengetahui minat beli calon klien, atau kritik dan saran dari pengguna lain tentang foto produk atau video produk yang telah diposting oleh pelaku usaha.

3. *Explore*

Merupakan kumpulan foto atau video yang dapat sudah diposting oleh pelaku usaha dan mendapatkan banyak suka (*likes*).

4. *Direct Message*

Merupakan sebuah fitur pesan yang berasal dari pengguna Instagram lainnya. Fitur ini biasanya digunakan untuk menanyakan ketersediaan produk atau jasa, pendapat produk atau jasa, dan saran yang dapat membantu para pelaku usaha.

5. *Instagram Ads*

Fitur ini biasanya digunakan para pelaku usaha dalam melakukan promosi tentang produk atau jasanya. Pelaku usaha cukup membayar sejumlah uang yang ditawarkan oleh aplikasinya lalu pada pihak Instagram akan mempromosikan produk atau jasa pelaku usaha tersebut secara berulang kali tiap pengguna Instagram lainnya melakukan aktivitas di aplikasi tersebut.



3.5 Facebook

Facebook merupakan aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan pembagian foto, video, kontak, dan informasi. Facebook memiliki pengguna terbanyak di dunia sebanyak 2,24 juta pengguna setiap harinya menurut pihak Facebook. Facebook sangatlah berguna untuk para pelaku usaha karena Facebook memiliki fitur pembagian foto, video, kontak, fitur komunitas antar pelaku usaha, dan Facebook *Ads* yang murah. Pelaku usaha dapat menggunakan Facebook karena memiliki pengguna terbanyak di dunia sehingga dapat menjangkau lebih banyak calon klien, calon klien tersebut tidak hanya dapat menjangkau di Indonesia tetapi dapat menjangkau di luar negara sekalipun.

Facebook memiliki banyak pengguna dan personalisasinya semakin mudah digunakan untuk strategi periklanan dengan biaya yang sangat murah. Pada aplikasi Facebook memiliki banyak fitur yang dapat membantu para pelaku usaha dalam menawarkan produk atau jasanya (Taylor, 2011). Menurut Taylor (2011), aplikasi Facebook memiliki 3 (tiga) fitur utama di dalamnya yaitu:

1. *Home Page*

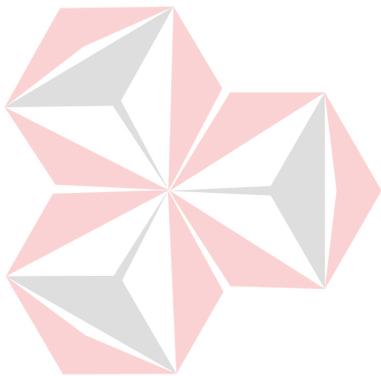
Merupakan halaman utama yang berisikan foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti pelaku. Pada fitur ini, pelaku hanya perlu melakukan kegiatan menggeser layar mengarah ke bawah.

2. *Comments*

Fitur ini sangat berguna untuk pengguna karena pelaku dapat mengetahui minat beli calon klien, atau kritik dan saran dari pengguna lain tentang foto produk atau video produk yang telah dipostingkan oleh pelaku usaha.

3. Facebook *Ads*

Merupakan fitur iklan berbayar Facebook yang sangat murah. Pengguna cukup membayar mulai dari Rp. 15.000.00 lalu pihak Facebook akan melakukan promosi produk pengguna secara berulang kali.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan tahap awal dalam menyelesaikan permasalahan perusahaan. Tahap ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai macam informasi perusahaan dan mengidentifikasi masalahnya.

4.1.1 Wawancara

Tahapan wawancara ini dilakukan untuk mengetahui latar belakang bisnis dari perusahaan dan mengetahui kekurangan perusahaan. Wawancara ini dilakukan dengan pemilik perusahaan CV ABD Jaya Leather yakni Bapak Aldho Novanda Putra. Setelah melakukan wawancara, hasil wawancara akan dicatat lalu dibuatkan tabel hasil wawancara. Tabel hasil wawancara tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Hasil Wawancara

No	Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
1	CV ABD Jaya Leather merupakan usaha yang bergerak di bidang apa? 1) Perusahaan ini bergerak di usaha <i>home industry</i> yang didirikan oleh bapak Aldho Novanda Putra dibidang menjual kulit sapi lokal.
2.	Jenis produk kulit sapi apakah yang sedang ramai dicari? 1) Jenis produk yang sedang ramai dicari adalah Natural Cow Leather yang dapat digunakan untuk aksesoris <i>strap</i> jam tangan mewah, <i>strap sabuk</i> , dan sepatu mewah yang terbuat dari kulit.

No	Pertanyaan dan Jawaban Wawancara
3.	<p>Bagaimana Sejarah singkat berdirinya CV ABD Jaya Leather?</p> <p>1) Sejarah singkat dari berdirinya perusahaan ini ialah atas dasar pengalaman bekerja pemilik sebelum mendirikan usaha ini dan pemilik melihat peluang di pasar.</p>
4	<p>Bagaimana sistem pemasaran perusahaan CV ABD Jaya Leather?</p> <p>1) Pemasaran yang dilakukan perusahaan yaitu menggunakan media sosial Instagram dan Facebook.</p>
5	<p>Apakah terdapat kendala pemasaran yang dialami oleh CV ABD Jaya Leather?</p> <p>1) Kendala yang dialami perusahaan pada sisi pemasaran adalah kurangnya pengoptimalan fitur media sosial Instagram dan Facebook untuk pemasaran.</p>

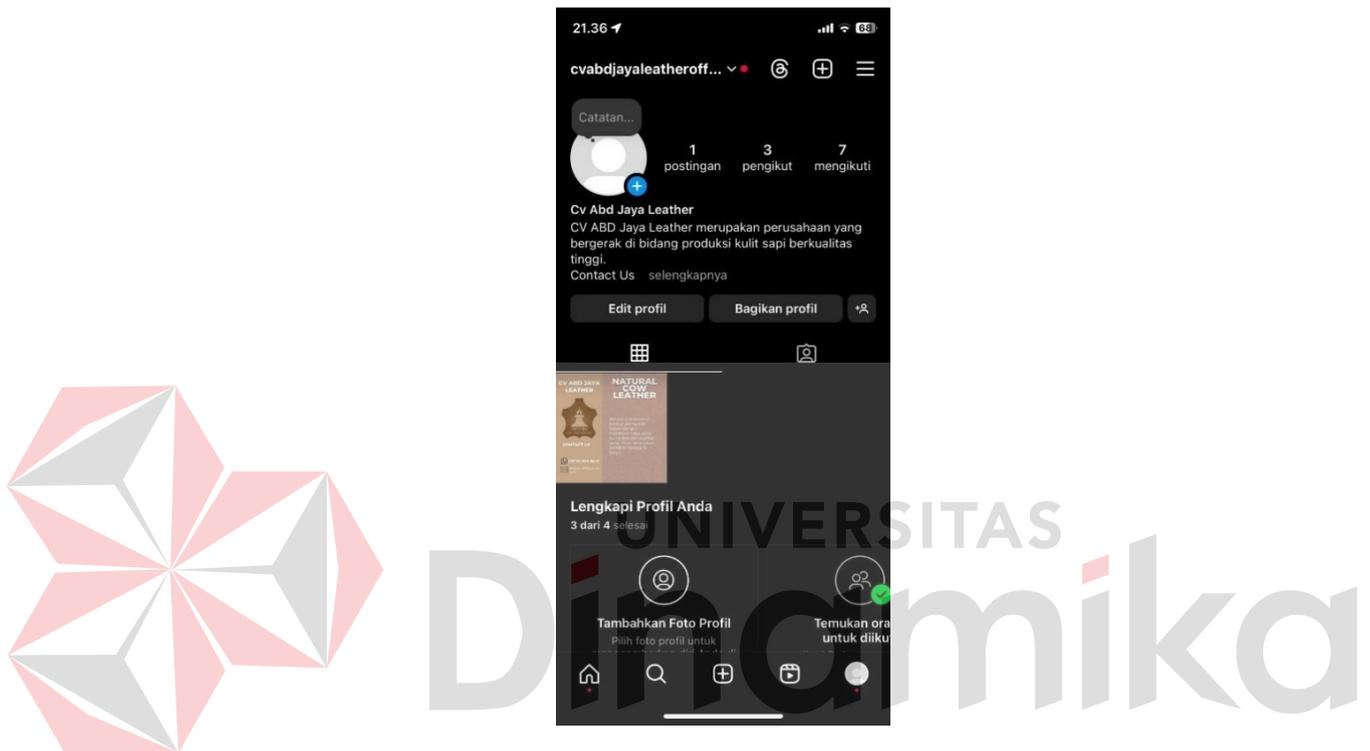
Sumber: Data yang diolah

4.1.2 Identifikasi Masalah Perusahaan

Setelah melakukan kegiatan wawancara pada pemilik CV ABD Jaya Leather, tahap lainnya yaitu melakukan identifikasi masalah. Pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui tolak ukur pemanfaatan media sosial Instagram dan Facebook guna meningkatkan pemasaran pada perusahaan. Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut, dapat memperoleh penyebab permasalahan yang terjadi di perusahaan. Permasalahan yang terdapat di perusahaan, yaitu:

1. Kurangnya proses pengoptimalan media sosial Instagram dari segi fitur tampilan Instagram tidak menarik, kurang lengkapnya pengisian *Bio Profil* Instagram CV ABD Jaya Leather yang terlihat pada gambar 4.1, tampilan awal desain Instagram yang tidak menarik terlihat pada gambar 4.2, *dashboard* Instagram CV ABD Jaya Leather tidak terlihat menarik yang terlihat pada gambar 4.3, *copywriting* yang tidak menarik yang terlihat pada gambar 4.4.

Sedangkan media sosial Facebook terdapat pada kurangnya efek *editing* foto postingannya yang membuat postingan di Facebook terlihat biasa saja tidak memiliki ciri khas tema permainan warna dan *font* huruf sebagai ciri khas CV ABD Jaya Leather yang terlihat pada gambar 4.5.



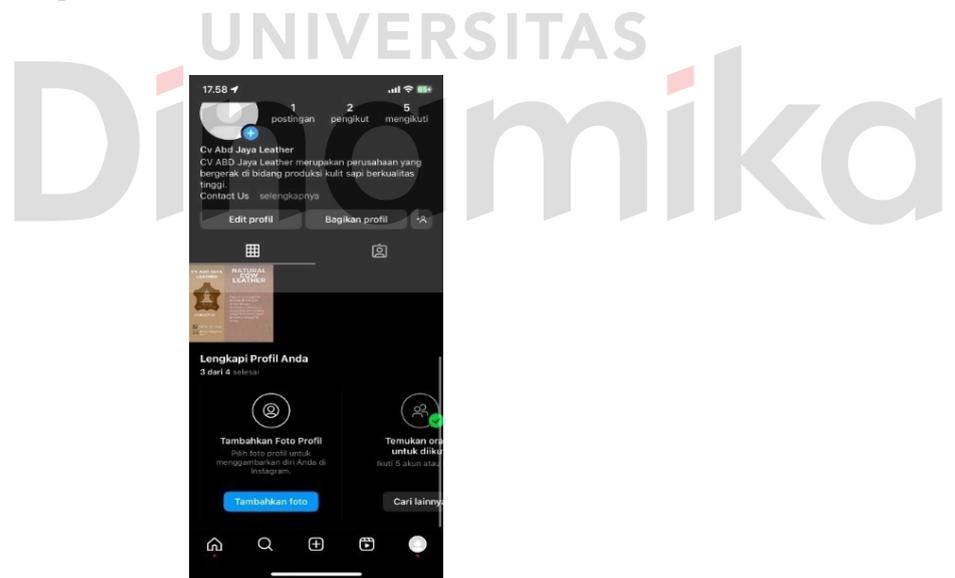
Gambar 4.1 Bio Profil Sebelum

Bio Profil sebelum kerja praktik memiliki kekurangan dalam hal kelengkapan. Kelengkapan tersebut kurangnya permainan kalimat yang mengandung ajakan supaya calon klien tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh CV ABD Jaya Leather. Dari kurangnya *bio profil* bisa mengurangi penjualan serta semakin sedikitnya calon klien memiliki minat dalam membeli produk CV ABD Jaya Leather.



Gambar 4.2 Tampilan Desain Instagram Sebelum

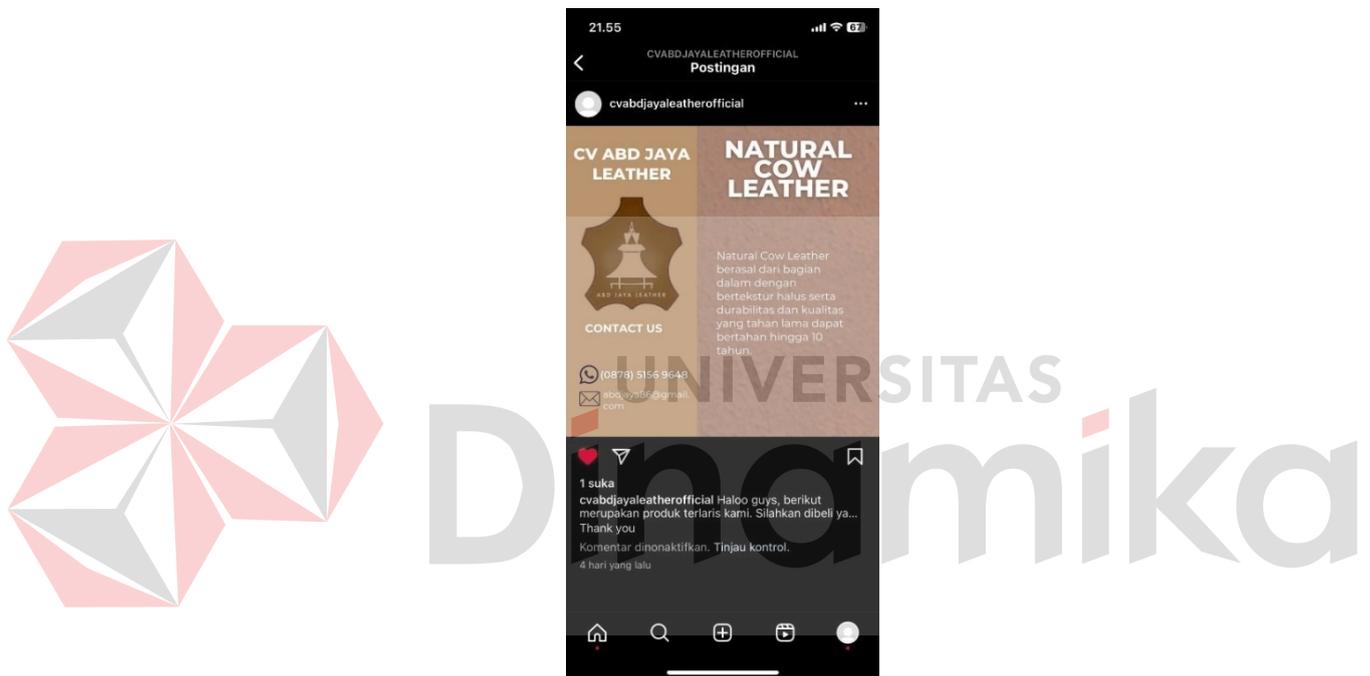
Tampilan desain Instagram CV ABD Jaya Leather sebelum melakukan kerja praktik memiliki desain yang terkesan monoton dan tidak menarik. Mulai dari tidak adanya foto *profil*, postingan hanya 1 (satu), dan kurangnya konsisten dalam penulisan nama akun Instagram CV ABD Jaya Leather. Hal tersebut berdampak pada *brand awarness* produk ke calon klien.



Gambar 4.3 Tampilan Dashboard Sebelum

Tampilan *Dashboard* pada awalnya hanya akun biasa. CV ABD Jaya Leather tidak mengubah akun tersebut menjadi *dashboard profesional* supaya terdapat fitur, “Hak Konten Bermerk” untuk promosi gratis dari Instagram dan fitur

“Belanja dan Ritel” supaya para calon klien dapat melakukan “klik” di fitur “Belanja dan Ritel” lalu melakukan transaksi melalui Instagram. Dan pada tampilan *dashboard* yang berada di akun biasa tidak memiliki beragam fitur yang dapat menunjang pemasaran CV ABD Jaya Leather. Fitur tersebut ialah fitur penilaian dan fitur konten bermerek. Dua fitur tersebut sangatlah dibutuhkan dalam melakukan pemasaran.



Gambar 4.4 Tampilan Copywriting Sebelum

Tampilan *copywriting* pada awalnya hanya memiliki tampilan *copywriting caption* yang biasa saja dan tidak menarik sama sekali. Sudah terlihat bahwa *copywriting* CV ABD Jaya Leather tidak memainkan permainan kalimat yang mengandung sebuah ajakan ke para calon klien di akun Instagram. Hal tersebut sangat berdampak pada penurunan pemasaran CV ABD Jaya Leather.



Gambar 4.5 Tampilan Editing Facebook Sebelum

Tampilan *editing* Facebook pada awalnya hanya terlihat foto editan berbagai jenis kulit sapi yang ada di CV ABD Jaya Leather. Foto tersebut memang menghasilkan gambar kualitas yang bagus tetapi tidak adanya penamaan jenis kulit.

4.2 Analisis Masalah

Pada tahap analisis masalah di perusahaan, terdapat proses pembenahan yang diperlukan oleh perusahaan, keperluan tersebut meliputi pemberian pengetahuan penggunaan media sosial Instagram dan Facebook dan pengoptimalisasian media sosial Instagram dan Facebook CV ABD Jaya Leather. Proses pengoptimalisasian media sosial Instagram dan Facebook CV ABD Jaya Leather yang dibutuhkan ialah bagian fitur. Fitur yang dibutuhkan media sosial Instagram tersebut meliputi, perubahan *copywriting* yang menarik di Instagram, menaikkan jumlah *followers* media sosial Instagram, pelengkapan isi *Bio Profil* Instagram, dan *copywriting* yang tidak menarik. Sedangkan untuk media sosial Facebook melakukan pemberian efek *editing* di Facebook. Tujuannya ialah supaya mendapatkan banyak pelanggan baru untuk mengetahui produk yang ditawarkan CV ABD Jaya Leather serta dapat meningkatkan omset perusahaan CV ABD Jaya Leather.

4.3 Realisasi Kerja Praktik

Langkah selanjutnya setelah melakukan analisis masalah adalah melakukan realiasi dalam mengoptimalkan kebutuhan yang dibutuhkan CV ABD Jaya Leather. Tahapan realisasi dimulai dari pengumpulan informasi nama produk perusahaan dan harga produk. Setelah mendapatkan informasi produk, selanjutnya membuat konten media sosial Instagram dan Facebook, konten yang dibutuhkan pada Instagram ialah tampilan foto produk, pelengkapan *Bio Profil* Instagram, menaikkan jumlah *followers* Instagram, dan *copywriting* yang menarik. Sedangkan yang dibutuhkan pada Facebook ialah pemberian *editing* foto yang menarik.

4.4 Pengumpulan Informasi

Pada tahap pertama kerja praktik ialah melakukan proses pengumpulan informasi data nama produk CV ABD Jaya Leather dan harga produk CV ABD Jaya Leather. Tujuan dari mengumpulkan informasi produk supaya tim pemasaran media sosial Instagram dan Facebook dapat mencantumkan informasi yang jelas dan sesuai dengan nama produk dan harga produk yang terdapat pada Tabel 4.2 yang merupakan informasi produk CV ABD Jaya Leather.

Tabel 4.2 Data Produk CV ABD Jaya Leather

Nama Produk	Harga
Natural Cow Leather	Rp. 500.000

4.4.1 Membuat Konten Instagram (*Editing* Foto Produk)

Proses tahap selanjutnya adalah tahap *editing*. Dalam melakukan proses *editing*, terdapat hal lain yang harus diperhatikan yaitu hasil peletakan gambar dan penambahan *grafik* gambar yang menarik. Dengan adanya proses *editing* dapat

menambah nilai identitas produk yang dapat menarik klien. Proses *editing* dilakukan dengan menggunakan *website* yang bernama Canva.



Gambar 4.6 Logo Website Canva

Dengan melakukan *editing* menggunakan *website* Canva maka hasil yang didapatkan yakni foto produk CV ABD Jaya Leather terlihat jauh lebih menarik.

Proses dari *editing* di Canva terlihat Pada Gambar 4.7.



Gambar 4.7 Hasil Editing Foto Produk

4.4.2 Membuat *Copywriting*

Copywriting adalah kegiatan menulis di suatu konten media sosial Instagram dan Facebook untuk pemasaran produk. *Copywriting* dibuat untuk membentuk perilaku kegiatan pembeli dan membujuk klien agar tertarik dengan

produk yang diiklankan. Hasil dari contoh hasil *copywriting* yang dilakukan di CV ABD Jaya Leather terlihat pada Gambar 4.8.



Gambar 4.8 *Copywriting* CV ABD Jaya Leather

4.5 Pelatihan

Dalam meningkatkan keterampilan tim media sosial Instagram dan Facebook maka diadakan proses pelatihan. Tujuan dari pelatihan adalah untuk membuat *caption* yang menarik, menaikkan jumlah *followers* di Instagram dengan cara menyebarkan *link* produk ke media sosial lainnya, dan memberikan efek *editing* di Facebook dengan cara pemilihan gambar produk yang sesuai dengan deskripsi nama produk, pemilihan gambar grafis, membuat *caption* bagian “*contact us*”, dan membuat *caption* keunggulan produk. Pada Gambar 4.9 adalah proses pelatihan dan jumlah kehadiran. Jumlah kehadiran pelatihan berjumlah lima orang tim Instagram dan tiga orang tim Facebook lalu materi pelatihan dan jadwal jam pelatihan dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Jadwal Pelatihan

Jadwal Pelatihan		
Media Sosial	Jam	Materi
Facebook	09.00 – 09.30 WIB	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan warna desain. • Membuat <i>template</i> postingan. • Pemilihan gambar produk yang sesuai dengan deskripsi nama produk. • Membuat <i>caption</i> “<i>contact us</i>” • Membuat fitur “Bubble Chat”
Instagram	13.30 – 14.00 WIB	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat gambar produk yang sesuai dengan deskripsi nama produk. • Membuat <i>caption</i> “<i>contact us</i>” • Menyebarkan <i>link</i> postingan. • Merubah <i>bio profil</i>.



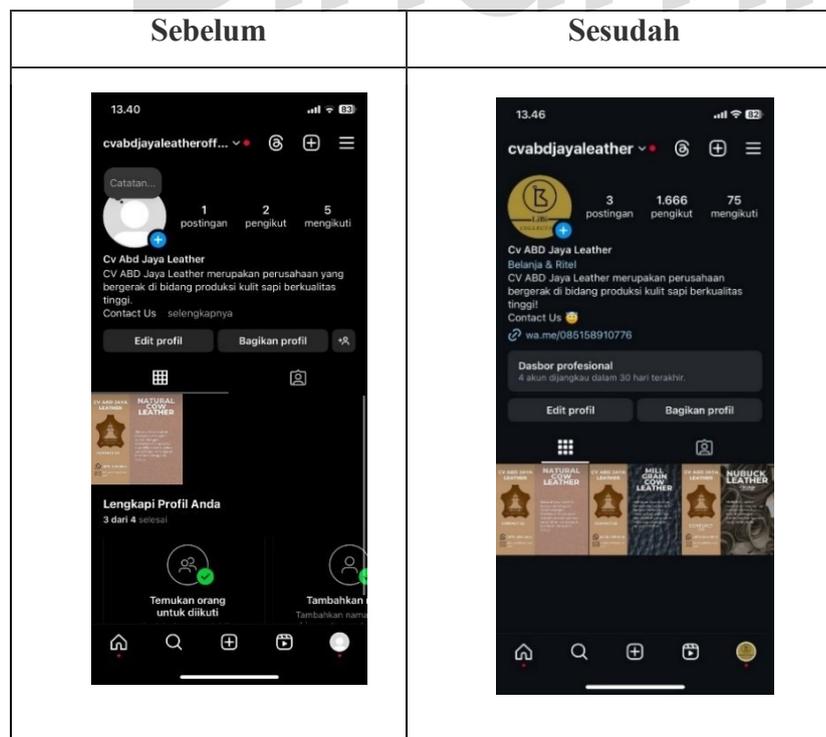
Gambar 4.9 Proses Pelatihan

4.6 Pengukuran dan Evaluasi

Setelah melakukan kegiatan implementasi, langkah selanjutnya adalah melakukan pengukuran hasil pemasaran Instagram dan Facebook yang bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan terhadap perubahan.

4.6.1 Penambahan Jumlah *Followers* Instagram

Followers Instagram adalah sebuah fitur yang berisikan jumlah pengguna akun Instagram yang mengikuti akun Instagram yang dituju. *Followers* berfungsi untuk meningkatkan *brand awareness*, menjadi bukti sosial yang dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan *brand* CV ABD Jaya Leather. CV ABD Jaya Leather ingin meningkatkan *brand awareness* produknya dan meningkatkan kredibilitas *brand* terhadap calon klien CV ABD Jaya Leather. CV ABD Jaya Leather memiliki jumlah *followers* yang sangat sedikit, hasil dari jumlah *followers* tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.10.



Gambar 4.10 Perbandingan Jumlah Followers Instagram

Berdasarkan hasil pengukuran mendapatkan peningkatan jumlah *followers* dari sebelum kerja praktik hanya mendapatkan 2 pengikut saja dikarenakan hanya sekedar akun pribadi perusahaan yang kurang diperhatikan. Setelah mengikuti kerja praktik mengalami peningkatan jumlah *followers* sebanyak 1.666. Cara untuk melakukan peningkatan jumlah *followers* Instagram dengan cara menyebarkan *link* postingan ke media sosial lainnya, lalu terjadi peningkatan *followers* Instagram dan Instagram CV ABD Jaya Leather yang dapat dengan mudah akun Instagram dikenal oleh seluruh pengguna Instagram di dunia dan mendapatkan respon kepercayaan dari calon klien di Instagram. Peningkatan respon kepercayaan diambil dari komentar *Direct Message* yang dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Data Kepercayaan Klien

Data Kepercayaan Calon Klien	
Sebelum	Sesudah
40%	80%

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan terjadi peningkatan dalam jumlah kepercayaan calon klien. Peningkatan ini dihitung dari jumlah data komentar pribadi positif dan negatif melalui *Direct Message* yang masuk lalu dilakukan penghitungan dalam bentuk persen. Sebelum melakukan kerja praktik hanya mendapatkan jumlah 40 data kepercayaan dari *Direct Message* Instagram yang berarti hanya mendapatkan 40% jumlah data kepercayaan calon klien kepada CV ABD Jaya Leather, tetapi setelah melakukan kerja praktik mendapatkan

peningkatan sebanyak 80 data kepercayaan yang berarti peningkatan sebanyak 80%.

4.6.2 Penambahan Jumlah Pengunjung Instagram

Jumlah pengunjung Instagram adalah sebuah fitur di Instagram yang berfungsi untuk meningkatkan penjualan produk dan peningkatan omset CV ABD Jaya Leather. CV ABD Jaya Leather sebelumnya hanya mendapatkan jumlah pengunjung Instagram yang sedikit sehingga proses penjualan produk CV ABD Jaya Leather mengalami penurunan di Tabel 4.5

Tabel 4.5 Jumlah Pengunjung Instagram

Jumlah Pengunjung Instagram	
Sebelum	Sesudah
150	300

Setelah melakukan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather mengalami peningkatan jumlah pengunjung baru di Instagram dan jumlah pertanyaan baru di Instagram yang berimbas ke peningkatan jumlah pemasaran dan peningkatan jumlah omset CV ABD Jaya Leather. Peningkatan pertanyaan baru di Instagram bertambah sebanyak 100 pertanyaan yang berarti mengalami peningkatan sebesar 60% yang terdapat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Perbandingan Jumlah Pertanyaan Instagram

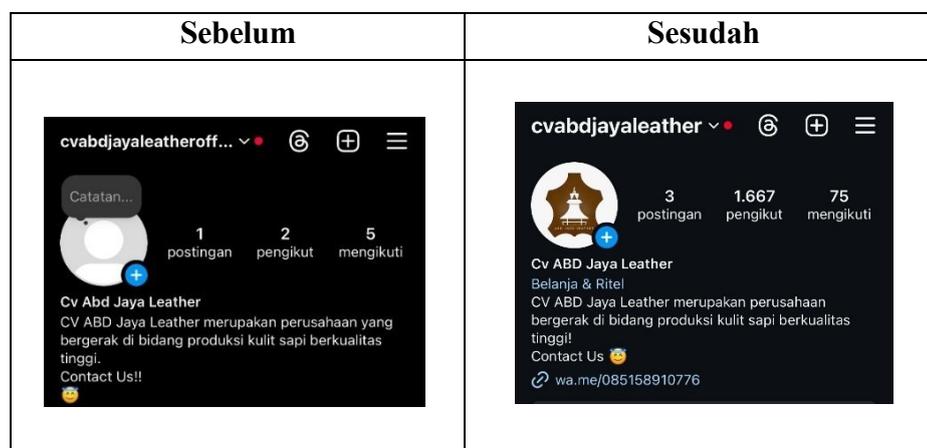
Jumlah Pertanyaan Instagram	
Sebelum	Sesudah
40	100

4.6.3 Perubahan *Bio Profil* Instagram CV ABD Jaya Leather

Bio Profil Instagram adalah kumpulan kalimat yang berisikan informasi tata cara dalam melakukan transaksi. Informasi tersebut berguna untuk menginformasikan tentang harga produk CV ABD Jaya Leather, informasi tentang nomer telepon CV ABD Jaya Leather kepada pengguna akun Instagram lainnya supaya pengguna Instagram lainnya dapat mengetahui dan menjadi percaya.

Sebelum melakukan kerja praktik, sudah memiliki *bio profil* tetapi tidak lengkap dan terlihat tidak menarik sehingga banyak calon klien tidak mengetahui produk dari CV ABD Jaya Leather. *Bio profil* CV ABD Jaya Leather sebelum melakukan kerja praktik memiliki hasil penyusunan kalimat yang asal-asalan dan tidak memiliki *Bio profil* opsi “Belanja & Ritel” yang dapat dilihat pada Gambar

4.11.

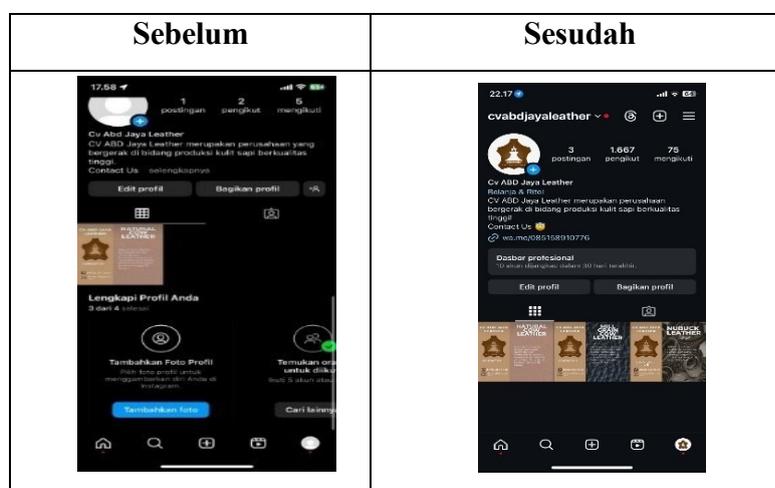


Gambar 4.11 Perbandingan Bio Profil Instagram

Berdasarkan perbandingan dari *Bio Profil* Instagram CV ABD Jaya Leather. *Bio profil* Instagram sudah terlihat menarik dan mengandung kalimat ajakan dan bersifat *professionalitas*. Dengan adanya *bio profil* Instagram yang lengkap dapat menarik minat beli dan dapat dengan mudah mengetahui *profil* CV ABD Jaya Leather dan produk yang ditawarkan oleh CV ABD Jaya Leather, lalu CV ABD Jaya Leather dapat membangun citra perusahaan serta memberi rasa percaya pada calon klien supaya calon klien dapat membeli produk yang telah ditawarkan oleh CV ABD Jaya Leather.

4.6.4 Perubahan Data Diri Pada Instagram CV ABD Jaya Leather

Data diri Instagram adalah sekumpulan data yang berisikan tentang identitas CV ABD Jaya Leather. Data diri berfungsi untuk memberikan informasi nama dari CV ABD Jaya Leather, informasi alamat, dan informasi nomer telepon yang dapat dihubungi. Sebelum melakukan kerja praktik, data diri kurang lengkap sehingga pengunjung akun Instagram tidak dapat mengetahui informasi CV ABD Jaya Leather. Perubahan data diri akun Instagram CV ABD Jaya Leather terdapat pada Gambar 4.12.



Gambar 4.12 Tampilan Poto Profil Instagram

Tampilan foto profil pada akun Instagram CV ABD Jaya Leather sebelum melakukan kerja praktik tidak memiliki foto profil. Lalu setelah kerja praktik memiliki foto profil supaya terlihat lebih menarik dan *profesional*. Dengan adanya tampilan foto profil di Instagram, CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan jumlah *brand awarness* dari yang sebelumnya hanya mendapatkan data sebanyak 80 calon klien, menjadi 100 calon klien yang terdapat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Data Jumlah Brand Awarness

Peningkatan Jumlah <i>Brand Awarness</i>	
Sebelum	Sesudah
80	100

Berdasarkan perbandingan pada Tabel 4.7 CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan *brand awarness* dari sebelumnya hanya mendapatkan sebanyak 80 data *brand awarness*, menjadi mendapatkan peningkatan sebanyak 100 yang berarti mengalami peningkatan sebanyak 25%.

Sebelum	Sesudah
	

Gambar 4.13 Kelengkapan Data Diri

Berdasarkan hasil perubahan kelengkapan data diri Instagram, CV ABD Jaya Leather harus melengkapi data diri nya dikarenakan dengan adanya data diri yang lengkap. Data diri tersebut mulai dari *email* CV ABD Jaya Leather, nomer telepon, dan Alamat CV ABD Jaya Leather. Dengan melakukan kelengkapan data diri, CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan jumlah *feedback* yang terdapat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Jumlah Feedback

Peningkatan Jumlah <i>Feedback</i>	
Sebelum	Sesudah
100	190

Berdasarkan Tabel 4.8 memperlihatkan jumlah *feedback* yang mengalami peningkatan sebanyak 150 yang berarti meningkat sebanyak 90%. Dari hasil peningkatan jumlah *feedback*, CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan kualitas pemasaran dan mengalami kenaikan omset CV ABD Jaya Leather.

Kelengkapan data diri juga membawa dampak besar perusahaan di jangka waktu panjang, dampaknya bisa mendapatkan klien baru antar perusahaan dimana CV ABD Jaya Leather sebagai pemasok bahan baku kulit sapi untuk perusahaan yang sudah sepakat untuk kerja sama. Peningkatan klien baru terlihat pada Tabel 4.9.

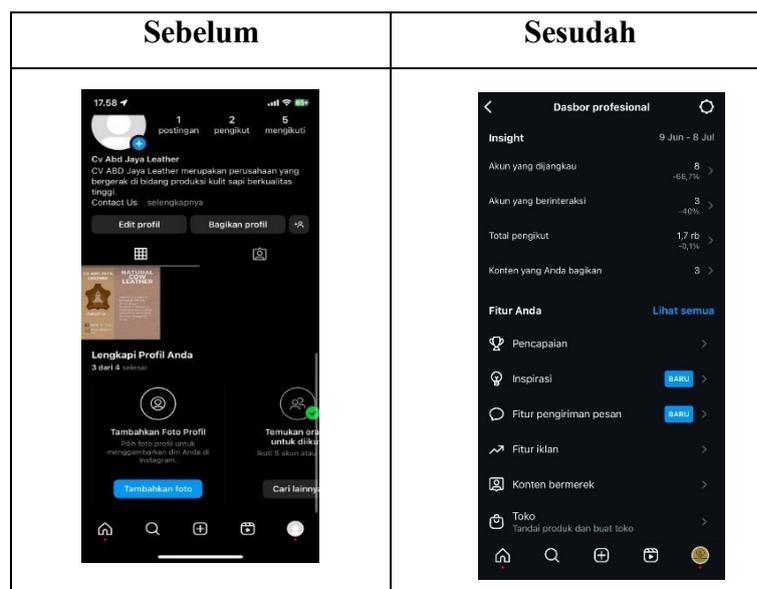
Tabel 4.9 Jumlah Klien

Peningkatan Jumlah Klien	
Sebelum	Sesudah
1	2

Dari Tabel 4.9 jumlah klien CV ABD Jaya Leather mengalami peningkatan. Sebelum melakukan kerja praktik, klien CV ABD Jaya Leather hanya sebanyak 1 perusahaan. Perusahaan tersebut adalah PT Berkat Ganda Sentosa, tetapi setelah melakukan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan klien perusahaan sebanyak 2 yang berarti mengalami peningkatan sebanyak 100%. Sebagian dari perusahaan tersebut ialah perusahaan CV MANQ dan PT Delapan Sebelas Bali yang merupakan perusahaan dengan skala besar di Indonesia.

4.6.5 Perubahan Dashboard Professional

Dashboard Instagram sebelum melaksanakan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather tidak memiliki fitur *Dashboard Professional* yang menyebabkan Instagram CV ABD Jaya Leather mendapatkan jumlah foto yang sedikit disukai. Sedangkan setelah melakukan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather mendapatkan yang terlihat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.14 Perbandingan Dashboard Instagram

Setelah melakukan hasil pengukuran pada Instagram, terdapat perbedaan pada fitur *Dashboard Professional*. CV ABD Jaya Leather harus menggunakan fitur ini karena fitur ini memperlihatkan bentuk *professional* CV ABD Jaya Leather ke para pengguna Instagram lainnya. Sebelumnya CV ABD Jaya Leather tidak menggunakan fitur *Dashboard Professional* yang mengakibatkan kurangnya rasa percaya CV ABD Jaya Leather ke para pengguna Instagram sehingga pengguna Instagram tidak minat dalam membeli produk CV ABD Jaya Leather.

Dari hasil penggunaan fitur ini, CV ABD Jaya Leather mendapatkan jumlah *like* postingan yang banyak. Dengan adanya fitur *Dashboard Professional*, CV ABD Jaya Leather bisa melakukan evaluasi jumlah konten foto yang disukai oleh pengguna Instagram sehingga dapat meningkatkan pemasaran dan omset CV ABD Jaya Leather yang terdapat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Jumlah Konten Foto Yang Disukai

Jumlah Konten Foto Yang Disukai	
Sebelum	Sesudah
180	250

Dari hasil Tabel 4.10 jumlah konten foto yang disukai, CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan jumlah foto Instagram. Sebelum melakukan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather mendapatkan total jumlah sebanyak 180 foto di Instagram, lalu setelah melaksanakan kerja praktik mendapatkan total jumlah foto sebanyak 250 foto, yang berarti telah terjadi peningkatan sebanyak 70%. Peningkatan tersebut merupakan peningkatan terbanyak karena sebelum

melakukan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather hanya mendapatkan peningkatan sebanyak 30 % di bulan-bulan sebelumnya.

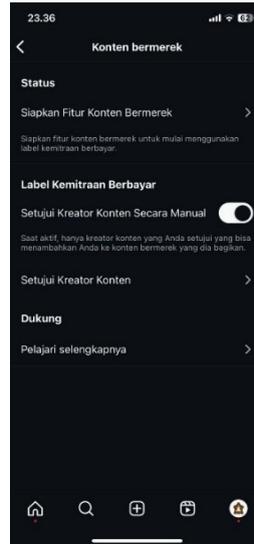
Lalu pada fitur *dashboard professional* terdapat fitur pencapaian. Fitur pencapaian adalah fitur yang dapat memantau hasil jumlah *share* dari calon klien. Sebelum melakukan kerja praktik mengalami penurunan jumlah *share*. Tetapi setelah kerja praktik mengalami peningkatan *share* yang terlihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Peningkatan Jumlah Share

Tabel Peningkatan Jumlah <i>Share</i>	
Sebelum	Sesudah
80	150

Dari Tabel 4.11 terjadi peningkatan jumlah *share* yang sebelumnya hanya mendapatkan jumlah *share* sebanyak 80 akun yang melakukan *share* menjadi menjadi sebanyak 150 akun yang melakukan *share* yang berarti mendapatkan peningkatan sebanyak 70%. Hal tersebut membawa dampak pada peningkatan pengetahuan akan produk CV ABD Jaya Leather pada akun Instagram calon klien.

Lalu pada fitur *dashboard professional* terdapat fitur yang bernama “Konten Bermerek” yang merupakan sebuah fitur yang dapat membantu CV ABD Jaya Leather mendaftarkan hak mereknya melalui Instagram. Fitur tersebut hanya terdapat di *dashboard professional* dan tidak ada pada akun Instagram pribadi yang terlihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 Fitur Konten Bermerek

Berdasarkan Gambar 4.15 sesudah mengubah fitur *dashboard profesional* mendapatkan fitur konten bermerek. Sebelum melakukan kerja praktik, tidak menggunakan fitur ini, tetapi setelah kerja praktik sudah menggunakan fitur konten bermerek yang berguna untuk menambahkan hak merek produk CV ABD Jaya Leather di Instagram. Hasil fitur konten bermerek dapat terlihat pada Gambar 4.16.



Gambar 4.16 Hasil Fitur Konten Bermerek

Pada Gambar 4.16 menunjukkan hasil fitur konten bermerek. Fitur tersebut sangat berguna untuk mempromosikan postingan secara gratis dari pihak Instagram itu sendiri yang dapat meningkatkan pemasaran di CV ABD Jaya Leather.

4.6.6 Hasil Efek *Editing* Facebook

Efek *editing* Facebook merupakan kegiatan memberikan efek *editing* di Facebook. Pemberian efek tersebut dapat membantu CV ABD Jaya Leather meningkatkan *insight* Facebook. Dalam memberikan efek *editing* diperlukan tema desain postingan CV ABD Jaya Leather. Sebelumnya CV ABD Jaya Leather tidak memiliki tema postingan yang baik, setelah melakukan kerja praktik CV ABD Jaya Leather memiliki tema postingan dan warna yang menarik dan efek *editing* – nya berguna untuk menambah foto postingan menjadi lebih menarik dan mendapatkan banyak *like* dan komentar terkait foto produk CV ABD Jaya Leather yang dapat dilihat pada Gambar 4.17.



Gambar 4.17 Perbandingan Hasil Efek Editing Facebook

Berdasarkan hasil perbandingan efek *Editing* Facebook, CV ABD Jaya Leather memiliki identitas *brand*. Sebelum melaksanakan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather terlihat tidak memiliki identitas *brand* di pemasaran media sosial Facebook sehingga pada laman postingan Facebook terlihat biasa saja dan tidak menarik sama sekali, lalu CV ABD Jaya Leather tidak mengalami kenaikan *insight* Facebook yang banyak.

Sedangkan setelah melaksanakan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather memiliki identitas *brand* pada foto postingan di Facebook dan fotonya terlihat menarik, sekaligus memiliki hasil peningkatan *insight* Facebook. Hasil *insight* dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Insight Facebook

Pengunjung	Jumlah	Alasan Pembelian
Perusahaan	150	<ul style="list-style-type: none"> Mencari bahan baku kulit Natural Cow Leather untuk produk tas dan sepatu lalu melakukan transaksi sebanyak 150 transaksi.
Individu	80	<ul style="list-style-type: none"> Hanya sekedar menyukai produk kulit di CV ABD Jaya Leather lalu hanya melakukan sedikit transaksi sebanyak 80 transaksi.

Tabel 4.12 hasil *insight* Facebook CV ABD Jaya Leather terdapat jumlah pengunjung terbanyak didominasi oleh para pemilik perusahaan dibandingkan dengan individu. Alasan pemilik perusahaan sering bertransaksi di laman Facebook CV ABD Jaya Leather karena kebanyakan mencari bahan baku kulit sapi jenis

Natural Cow Leather di CV ABD Jaya Leather karena memiliki kualitas terbaik dan cocok digunakan untuk penggunaan di produk tas dan sepatu klien serta menyukai tekstur, warna alami pada kulit sapi, lalu melakukan transaksi sebanyak 150 transaksi. Sedangkan individu hanya sekedar menyukai produk kulit jenis lain di CV ABD Jaya Leather lalu hanya sedikit melakukan transaksi sebanyak 80 transaksi. Dan menurut hasil *Insight* Facebook, CV ABD Jaya Leather mendapatkan klien perusahaan dengan skala terbesar seperti perusahaan PT Delapan Sebelas Bali yang merupakan perusahaan ternama di daerah Bali yang berfokuskan menjual produk tas kulit dan sepatu kulit mewah.

4.7 Penjualan di Instagram dan Facebook

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan CV ABD Jaya Leather sesudah kerja praktik, terdapat perbandingan jumlah penjualan di Instagram dan Facebook dalam waktu satu bulan sudah terjual sebanyak 190 kulit sapi jenis Cow Leather, dengan jumlah pendapatan Rp. 95.000.000 naik 70%, dibandingkan sebelum kerja praktik.

Dengan demikian bahwa CV ABD Jaya Leather mendapatkan total omset sebanyak Rp. 200.000.000. Omset tersebut merupakan omset terbanyak yang didapatkan oleh CV ABD Jaya Leather karena sebelumnya CV ABD Jaya Leather hanya mendapatkan omsetnya sebanyak Rp. 70.000.000 yang terlihat pada Tabel 4.13

Tabel 4.13 Penjualan Instagram dan Facebook

Sebelum Kerja Praktik					
Bulan	Jenis	Jumlah	Harga	Modal	Omset
April, 2024	Natural Cow	160	500.000	200.000	80.000.000

Sebelum Kerja Praktik					
Bulan	Jenis	Jumlah	Harga	Modal	Omset
Mei, 2024	Natural Cow	130	500.000	200.000	65.000.000
Sesudah Kerja Praktik					
Bulan	Jenis	Jumlah	Harga	Modal	Omset
Juni, 2024	Natural Cow	190	500.000	200.000	95.000.000
Juli, 2024	Natural Cow	200	500.000	200.000	105.000.000

4.7.1 Jenis Produk Yang Cepat Terjual

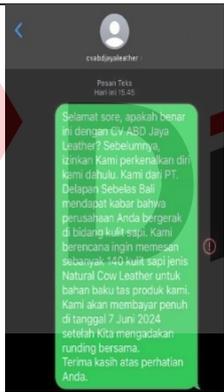
CV ABD Jaya Leather memiliki jenis produk yang cepat terjual. Produk tersebut adalah produk Natural Cow. Produk ini banyak digunakan untuk pembuatan sepatu dan tas mewah. Setelah melakukan kerja praktik mendapatkan peningkatan jumlah penjualan 190 produk jenis Natural Cow di bulan Juni dan di bulan Juli mendapatkan peningkatan sebanyak 10% menjadi 200 produk terjual. Hal tersebut merupakan sebuah peningkatan produk terbanyak dijual oleh CV ABD Jaya Leather. Dan kebanyakan berasal dari klien perusahaan besar yang membutuhkan bahan baku Natural Cow untuk produk perusahaan klien. Sedangkan sisanya yakni klien individu yang hanya membeli bahan baku untuk keperluan pribadi saja. Jumlah peningkatan penjualan produk terjual terdapat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Penjualan Produk

Bulan	Produk Terjual	Jumlah
Juni	Natural Cow Leather	190
Juli	Natural Cow Leather	200
TOTAL		390

Dari Tabel 4.14 penjualan produk CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan penjualan produk dari media sosial Instagram dan Facebook. Sebelum melakukan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather hanya mendapatkan penjualan berasal dari Facebook saja, tetapi setelah melakukan kerja praktik CV ABD Jaya Leather mendapatkan penjualan dalam jumlah besar dari perusahaan melalui *Direct Message* Instagram. Lalu terdapat tabel bukti foto penjualan melalui *Direct Message Instagram* dan Facebook yang terlihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Bukti Penjualan

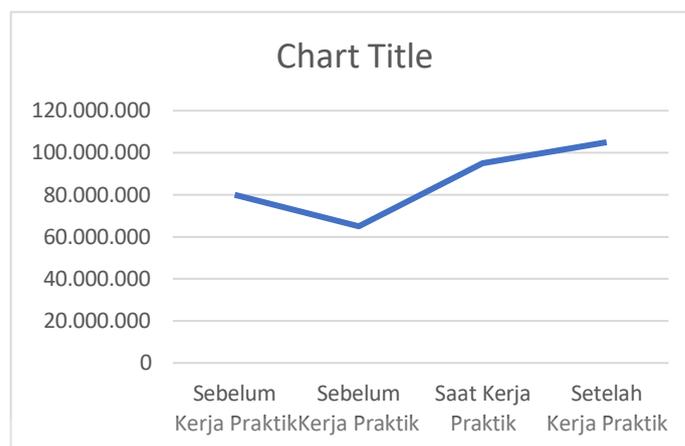
Bukti Penjualan	
Juni	Juli
	

Hasil Tabel 4.15 dari bukti penjualan CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan penjualan produk dari media sosial Instagram dan Facebook. Pada bulan Juni klien dari perusahaan besar dan pada bulan Juli mendapatkan klien dari perwakilan perusahaan kecil.

4.8 Pengukuran Saat Kerja Praktik

Pengukuran pada tahap ini adalah pengukuran pada omset yang diperoleh CV ABD Jaya Leather dari bulan April 2024 melalui grafik. Sebelum melakukan

kerja praktik, CV ABD Jaya Leather tidak menggunakan grafik sehingga kesulitan dalam menghitung rekapan jumlah omset. Setelah menggunakan grafik omset dapat membantu menghitung rekapan yang terlihat pada Gambar 4.18.



Gambar 4.18 Grafik Omset CV ABD Jaya Leather

Dari Gambar 4.18 terlihat grafik omset CV ABD Jaya Leather, sebelum kerja praktik mendapatkan omset sebesar Rp. 80.000.000, pada saat pelaksanaan kerja praktik sebesar Rp. 65.000.000, dan saat kerja praktik mendapatkan omset sebesar Rp. 95.000.000, lalu setelah kerja praktik mengalami peningkatan sebesar Rp. 105.000.000.

4.8.1 Omset Sebelum dan Sesudah Kerja Praktik

CV ABD Jaya Leather mengalami penurunan omset mulai bulan Mei 2024 sebanyak Rp. 65.000.000 lalu setelah adanya kerja praktik mengalami kenaikan sebesar Rp. 95.000.000 yang berarti mengalami kenaikan sebesar 30% di bulan Juni lalu mengalami kenaikan setelah kerja praktik di angka Rp. 105.000.000 yang berarti kenaikan sebesar 10% yang terdapat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16 Omset CV ABD Jaya Leather

Sebelum Kerja Praktik	
April 2024	Rp. 80.000.000
Mei 2024	Rp. 65.000.000
Saat Kerja Praktik	
Juni 2024	Rp. 95.000.000
Setelah Kerja Praktik	
Juli 2024	Rp. 105.000.000

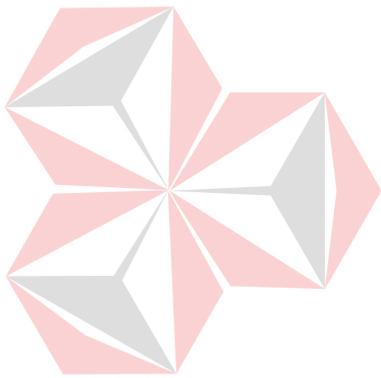
4.9 Evaluasi

Berdasarkan hasil dari pengukuran, dapat dilihat bahwa kegiatan pelatihan pengoptimalisasian sangat berpengaruh terhadap penjualan CV ABD Jaya Leather.

Dengan mengadakan proses optimalisasi fitur media sosial Instagram dan Facebook dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan. Sebelum adanya pelaksanaan kerja praktik, CV ABD Jaya Leather hanya mendapatkan omzet sebesar Rp. 80.000.000 berbeda saat pelaksanaan kerja praktik CV ABD Jaya Leather berhasil mendapatkan omzet sebesar Rp. 95.000.000, lalu mendapatkan omzet sebesar Rp. 105.000.000.

CV ABD Jaya Leather juga harus memperhatikan dalam proses pemasarannya, proses tersebut meliputi membuat *copywriting* yang dapat menarik minat beli klien mulai dari informasi produk yang harus jelas, harga produk, dan memiliki struktur kata yang menarik minat daya beli klien, selain itu foto produk harus diedit semenarik mungkin supaya klien dapat membuat keputusan untuk membeli produk CV ABD Jaya Leather. CV ABD Jaya Leather juga harus melakukan pemantauan dan optimalisasi rutin *insight* di media sosial Facebook karena dengan memantau dan melakukan optimalisasi rutin maka CV ABD Jaya

Leather akan mendapatkan jumlah pengunjung baru dan meningkatnya transaksi melalui Facebook.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

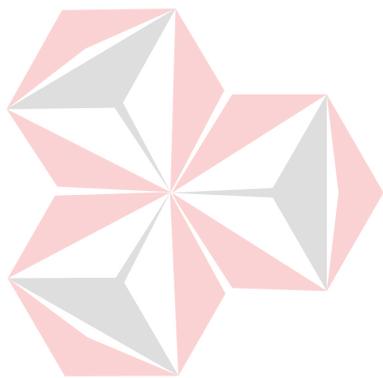
CV ABD Jaya Leather telah berhasil melakukan pengoptimalisasian fitur Instagram dan Facebook. Pengoptimalisasian fitur tersebut dimulai dari media sosial Instagram yang terdapat perubahan *Bio Profil*, perubahan akun *professional* yang memiliki beragam fitur, perubahan *copywriting caption* Instagram. Sedangkan untuk media sosial Facebook di CV ABD Jaya Leather terdapat perubahan efek *editing* postingan Facebook.

Dari hasil pengoptimalisasian fitur media sosial Instagram dan Facebook, CV ABD Jaya Leather mendapatkan peningkatan omset. Peningkatan omset ini awalnya sebanyak Rp. 65.000.000 menjadi Rp. 105.000.000 yang berarti mengalami peningkatan sebanyak 61%.

5.2 Saran

Saran yang dapat digunakan untuk CV ABD Jaya Leather adalah CV ABD Jaya Leather harus menambahkan penggunaan fitur media sosial di dalam proses pemasarannya. Fitur tersebut ialah menggunakan fitur *ads* Instagram dan fitur *tagging* Instagram pada akun media sosial lain, lalu menggunakan Facebook *ads* supaya mendapatkan banyak calon klien dan bergabung ke grup komunitas jual beli kulit sapi di Indonesia ataupun di dunia. Lalu saran lainnya yang dapat digunakan untuk CV ABD Jaya Leather adalah menggunakan fitur *paid promote* akun Instagram dengan menyebarkan *link* postingan Instagram ke media sosial WhatsApp supaya dapat meningkatkan pemasaran CV ABD Jaya Leather serta

dapat meningkatkan jumlah omset CV ABD Jaya Leather. Selain itu terdapat saran lainnya yaitu membuat sebuah video konten di Youtube supaya mendapatkan jumlah *viewers* yang banyak di Youtube.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

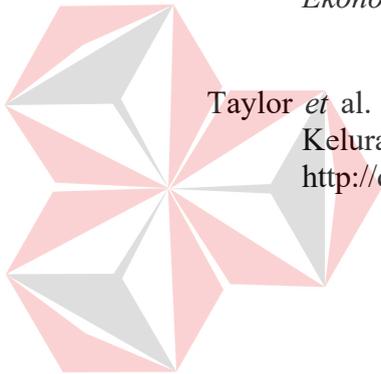
Ariyadi. (2020). Strategi Komunikasi Copywriter Dalam Pemasaran Konten (Analisis Studi Kasus Di Instagram Napak Jagat). *Jurnal Penelitian* 2, hal. 83-93 <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.2.1685>

Atmoko, D.B. (2015). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

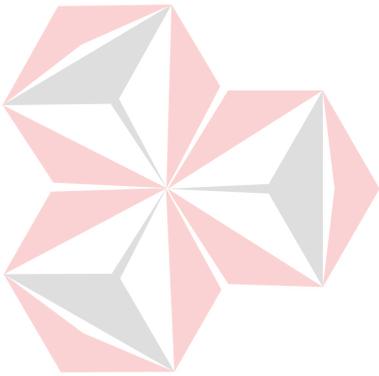
Fino. (2020). Pembuatan Content Marketing Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Bagi Pelaku Usaha Di Era Pandemi Covid 19. *Journal Sriwijaya*, 2, hal 89-96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>

Plowman, F. (2016). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 1, hal 25-43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>

Taylor *et al.* (2021). Optimalisasi Digital Marketing Melalui Facebook Ads di Kelurahan Purwanegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1, hal 17-22. <http://dx.doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.7085>



Dinamika



UNIVERSITAS
Dinamika