

## PELATIHAN PENGENALAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN TANAMAN HIAS DI KECAMATAN LAMONGAN

Mesra Suraya Ariefin<sup>1</sup>, Muhammad Dzikri Abadi<sup>2</sup>, Sawabi<sup>3</sup> Baron Julianto<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan

[Mesrasuryaariefin93@gmail.com](mailto:Mesrasuryaariefin93@gmail.com)

**Abstract:** The service aims to conduct training on the use of social media as a sales promotion tool to ornamental plant stall owners in Lamongan sub-district. From the observation carried out by ornamental plant stall owners in Lamongan sub-district, the average age is over 40 years. Which they still struggle with the existence of social media as a marketing tool. The results of this training are expected to open the insight and knowledge of ornamental plant stall owners in Lamongan sub-district.

**Abstrak :** Pengabdian bertujuan untuk melakukan pelatihan penggunaan media sosial sebagai alat promosi penjualan kepada para pemilik lapak tanaman hias di kecamatan lamongan. Dari observasi yang dilakukan para pemilik lapak tanaman hias di kecamatan lamongan rata – rata berumur diatas 40 tahun. Yang mana mereka masih kesulitan dengan adanya mediasosial sebagai alat pemasaran. Hasil pelatihan ini diharapkan dapat membuka wawasan dan pengetahuan para pemilik Lapak tanaman hias di kecamatan lamongan.

**Kata Kunci:** *Pelatihan, Media Online, Tanaman Hias.*

### PENDAHULUAN

Di era digitalisasi ini kita harus bisa menggunakan media online sebagai alat komunikasi (Musarofah et al. 2022). Masyarakat bisa mendapatkan informasi atau segala kebutuhannya dengan mengakses jaringan internet yang ada di masing-masing teknologi seperti smartphone, laptop, televisi ataupun teknologi lainnya (Alia & Irwansyah, 2018). Media sosial juga diargumentasikan sebagai media yang tepat bagi pemasaran karena kemudahan akses (Rahayu & Syam, 2021). “Media sosial adalah salah satu cara yang digunakan untuk berhubungan satu sama lain” (Toivonen et al., 2019).

Dengan penggunaan media sosial baik melalui blog, sosial networking, Facebook, dan Instagram merupakan langkah strategis dalam memasarkan hasil produk. Selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional (Lin et al., 2018). Sosial media, sesuai namanya merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi maupun menjalin kerjasama. Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, Wiki, forum dan dunia virtual (Alaby, 2020).

Dari uraian diatas maka tim Pengabdian bertujuan untuk melakukan pelatihan penggunaan media sosial sebagai alat promosi penjualan kepada para pemilik lapak tanaman hias

di kecamatan lamongan. Dari observasi yang dilakukan para pemilik lapak tanaman hias di kecamatan lamongan rata – rata berumur diatas 40 tahun. Yang mana mereka masih kesulitan dengan adanya mediasosial sebagai alat pemasaran.

## **METODE**

Metode merupakan suatu sistem untuk mencapai tujuan tertentu (Sugiyono, 2016) Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode partisipatif, penyuluhan, pendampingan dan pelatihan di lokasi lapak penjual tanaman hias yang ada di kecamatan lamongan. Tahapan pertama yang kita lakukan pada saat pelatihan ini yaitu pembukaan yang disampaikan oleh ketua tim pengabmas yaitu M. Dzikri Abadi yang menyampaikan materi strategi dalam mempromosikan produk dengan memanfaatkan media sosial dengan efektif dan tepat. Tahapan kedua pemberian materi tentang pengenalan dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan penjualan tanaman hias oleh bapak Sawabi. Tahapan kedua pemberian materi tentang pengenalan dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan

## **HASIL**

Pelaksanaan pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada para penjual tanaman hias di kecamatan lamongan mengenai penggunaan sosial media, khususnya digital marketing dan e-commerce. Kegiatan sosialisasi ini perlu diperhatikan secara antusias oleh peserta, agar kemudian mereka dapat menyimak materi dengan baik. Setelah pemberian materi dilaksanakan, maka selanjutnya adalah melakukan diskusi dengan para peserta mengenai materi yang baru saja disampaikan. Hal ini untuk melihat tingkat antusiasme peserta dalam penyampaian materi tadi. Jika peserta melakukan diskusi secara aktif, maka dapat dikatakan bahwa peserta telah menyimak materi dengan sangat antusias.

Pelatihan dan pendampingan terhadap digital marketing Ketika memberikan materi, pemateri akan menunjukkan bagaimana peserta dapat menambah jumlah pelanggan atau setidaknya peminta produk hidroponik dengan menggunakan media sosial. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah jumlah teman atau pengikut yang melihat kita di media sosial, cara menarik orang untuk tertarik dengan produk yang akan peserta jual, cara mengirimkan produk ke konsumen jika mereka menggunakan e-commerce, hingga cara melakukan packaging agar produk tampak berkesan bagus dan menarik.

Melalui pemberian materi ini, diharapkan peserta dapat segera melaksanakan pembuatan media sosial untuk melakukan penjualan. Setidaknya sekitar 70% lebih diharapkan untuk dapat memanfaatkan media sosial dengan baik.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan terhadap pemasaran tanaman hias di lapak tanaman hias yang ada di kecamatan lamongan, kabu[atun lamongan , jawa timur diharapkan dapat memiliki hasil yang baik dan sesuai dengan tujuan awal yang diinginkan. Melalui pelatihan ini, para pemilik lapak yang usianya diatas 40 tahun dapat mengoperasikan media sosial dengan lebih baik dalam meningkatkan penjualan kepada calon pelanggan baru. Hasil ini termasuk di dalamnya penggunaan media sosial, pemanfaatan e-commerce, hingga melakukan packaging agar kemasan produk tanaman hias yang akan di jual tampak menarik. Tujuan akhir dari pelatihan ini dilaksanakan agar kemudian para pemilik lapak tanaman hias dapat memiliki penghasilan tambahan yang dapat membantu hidup mereka sehari-harinya.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami tim pengabmas mengucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak yang sudah terlibat dalam pengabmas ini antara lain :

1. Rektor Institut Teknologi dan bisnis ahmad dahlan lamongan.
2. Kepala LPPM yang sudah memfasilitasi kegiatan pengabmas ini.
3. Dan para pemilik lapak tanaman hias yang ada di kecamatan laongan yang sudah bersedia menyempatkan waktu untuk mengikuti pelatihan ini.
4. Serta beberapa pihak yang tidak disebutkan tp memiliki banyak kontribusi dalam penelitian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Musarofah, Siti, Mu'ah, Askhar Bayu Malikhul, and Megawati. 2022. "Pengaruh Work From Home Terhadap Kinerja Guru Sekolah Dasar Melalui Media Online Sebagai Variabel Intervening The Effect of Work From Home on Teacher Performance of Elementary School Through Online Media as an Intervening Variable." 39(1):8–16.
- Alaby, M. A. (2020). Media sosial whatsapp sebagai media pembelajaran jarak jauh mata kuliah ilmu sosial budaya dasar (ISBD). Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 3(2), 273-289.
- Alia, T., & Irwansyah, I. (2018). Pendampingan orang tua pada anak usia dini dalam penggunaan teknologi digital [parent mentoring of young children in the use of digital technology]. Polyglot: Jurnal Ilmiah, 14(1), 65-78.
- Azizah, N., Noselina, M. Y. R., Hasanah, R. A., & Nilasari, I. The Effect of Security and User Experience to Repurchase Intention of E-Commerce Users: Evidence from TokopediaIndonesia. Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation, 32, 3.
- Bailey, K. A., Rice, C., Gualtieri, M., & Gillett, J. (2021). Is# YogaForEveryone? The idealised

- flexible bodymind in Instagram yoga posts. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 1-16.
- Correa, J., Postma, J. A., Watt, M., & Wojciechowski, T. (2019). Soil compaction and the architectural plasticity of root systems. *Journal of experimental botany*, 70(21), 6019- 6034.
- Edney, S. M., Olds, T. S., Ryan, J. C., Vandelanotte, C., Plotnikoff, R. C., Curtis, R. G., & Maher, C. A. (2020). A social networking and gamified app to increase physical activity: cluster RCT. *American journal of preventive medicine*, 58(2), e51-e62.
- Fischer, H., Romano, N., Jones, J., Howe, J., Renukdas, N., & Sinha, A. K. (2021). Comparing water quality/bacterial composition and productivity of largemouth bass *Micropterus salmoides* juveniles in a recirculating aquaculture system versus aquaponics as well as plant growth/mineral composition with or without media. *Aquaculture*, 538, 736554.
- Rahayu, E. L. B., & Syam, N. (2021). Digitalisasi Aktivitas Jual Beli di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 672-685.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta