

Sosialisasi Peran Digital Marketing (Instagram) Dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Kantor Konsultan Pajak

Hendra Nazmi^{1*}, Khomeiny Yunior², Yovie Ernanda³, Ricky Rafii Ritonga⁴

^{1,2,3,4} Universitas Prima Indonesia, Medan, Indonesia

*e-mail korespondensi: hendranazmi@unprimdn.ac.id

Abstract

In the era of advanced technology, marketing has shifted from traditional methods to digital marketing that utilizes the internet and mobile applications. A socialization event regarding the role of digital marketing was held at The One tax consultant office to equip employees with the skills needed to maximize the use of technology for improving the company's economy. With the increasing number of internet users, digital marketing has become an effective strategy to reach consumers without geographical or temporal limitations. Although Instagram is a popular platform for promotion, many service-oriented businesses have yet to fully utilize its features. This socialization emphasizes the importance of separating personal accounts from business accounts on Instagram and using its features to enhance communication with consumers. Digital marketing is not just about promotion; it also requires a deep understanding of customer needs. Additionally, marketing through social media can improve cost efficiency and effectiveness. Instagram, as a social media platform, allows users to share photos and videos and build better relationships with consumers, which is crucial for brand building and strengthening communication among businesses. Marketing is a vital component of business operations, encompassing the identification of customer needs, product development, pricing strategies, and promotional and sales methods. In the digital context, marketers need to understand three aspects of customers: heart, mind, and spirit, to create better customer experiences. This activity aims to help employees and stakeholders enhance their skills in marketing through social media, particularly Instagram, supporting the growth and quality of the company's services in an ever-evolving digital economy.

Keywords: Marketing; Company economy; Instagram and social media

Abstrak

Di era teknologi canggih, pemasaran telah beralih dari metode tradisional menjadi digital marketing yang memanfaatkan internet dan aplikasi seluler. Sosialisasi mengenai peran digital marketing dilaksanakan di kantor konsultan pajak The One untuk membekali karyawan dalam memaksimalkan penggunaan teknologi guna meningkatkan ekonomi perusahaan. Dengan semakin banyaknya pengguna internet, digital marketing menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau konsumen tanpa batasan geografis maupun waktu. Meskipun Instagram merupakan platform yang populer untuk promosi, masih banyak usaha jasa yang belum memanfaatkan fitur-fiturnya secara optimal. Sosialisasi ini menggarisbawahi pentingnya pemisahan antara akun pribadi dan akun bisnis di Instagram, serta penggunaan fitur yang ada untuk meningkatkan komunikasi dengan konsumen. Pemasaran digital tidak hanya tentang promosi, tetapi juga memerlukan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Selain itu, pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas biaya. Instagram, sebagai media sosial, memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Hal ini penting untuk membangun brand dan memperkuat komunikasi antar pelaku usaha. Pemasaran adalah komponen vital dalam operasi bisnis, yang mencakup identifikasi kebutuhan pelanggan, pengembangan produk, penentuan harga, serta metode promosi dan penjualan. Dalam konteks digital, pemasar perlu memahami tiga aspek pelanggan: hati, pikiran, dan semangat, untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Kegiatan ini bertujuan agar karyawan dan pihak berkepentingan dapat meningkatkan keterampilan dalam pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, mendukung pertumbuhan dan kualitas layanan perusahaan di era ekonomi digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Pemasaran; ekonomi perusahaan; Instagram dan social media

Accepted: 2024-10-29

Published: 2025-01-02

PENDAHULUAN

Di era teknologi yang canggih pemasaran tidak hanya bisa dilakukan secara manual door to door atau dari mulut ke mulut tapi sudah bisa memanfaatkan dunia digital jadi hanya lewat hp dengan membuka aplikasi masyarakat sudah bisa memasarkan produk mereka. Dikatakan sekarang kita sudah bisa memanfaatkan teknologi berbasis digital dalam pemasaran, jadi masyarakat bisa bekerja dari rumah dengan melalui jaringan internet, pemasaran yang paling efektif yaitu pemasaran digital mengingat terus meningkatnya pengguna internet (Artaya & Purworusmiardi, 2019). Namun untuk memudahkan itu perlu lah kita memahami bagaimana cara menggunakannya, maka dari itu kami disini mensosialisasikan peran dari pada digital marketing dalam meningkatkan pemasaran, untuk lokasi kami adakan di kantor konsultan pajak the one. Tujuan sosialisasi ini adalah untuk membekali para karyawan memaksimalkan penggunaan digital marketing sehingga dapat meningkatkan ekonomi perusahaan. Menurut (SYIKIN, 2020) Segala hal yang menyangkut ekonomi digital segalanya dapat dikendalikan dan diatur Sesuai dengan keinginan melalui jaringan internet dengan berbagai perangkat gadget, smartpone, computer dan lain – lain semuanya telah berubah, sehingga fenomena ini semakin mengukuhkan dunia menuju arah ekonomi digital yang maju. Selain berkaitan dengan ekonomi digital, peran Digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya (Hidayati et al., 2020) Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Sosialisasi ini sebagai pembekalan kelak agar karyawan atau pun yang berkepentingan dapat senantiasa sudah tidak bingung lagi dalam pemasaran karena sudah di bekal dengan sosialisasi ini, jadi mereka hanya berfokus pada kualitas yang di berikan kepada klien. (Arif & Desyanti, 2021) menjelaskan menggunakan media sosial untuk membantu masyarakat meningkatkan penjualan. Disamping itu, demi kepentingan usaha dan bisnis pemasaran melalui digital marketing juga lebih efektif dan efisien dalam pembiayaan dana pemasaran atau iklan. media sosial yang di paparkan dalam materi digital marketing ini adalah Instagram.

Instagram merupakan media social yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam hal pemasaran produk atau jasa dikarenakan penggunaan fitur yang di sediakan Instagram sudah cukup lengkap apalagi dalam hal komunikasi. Sekarang Instagram menjadi aplikasi paling populer bagi pelaku usaha untuk mengkomunikasikan bisnisnya melalui kegiatan promosi (Sayekti et al., 2022). Namun kenyataan di lapangan belum banyak kantor pelayanan jasa menggunakan Instagram sebagai media promosi. Sangat sedikit yang menggunakan Instagram, dan mereka tidak membedakan akun pribadi mereka dari akun bisnis mereka, beberapa orang juga hanya menggunakan Instagram sesekali, dan yang lain tidak menggunakan sama sekali. Para pelaku usaha memilih menggunakan Instagram untuk menawarkan produknya karena terdapat fitur-fitur yang mendukung usaha. Penggunaan instagram dapat meningkatkan komunikasi antar pelaku usaha dengan konsumen, sehingga terjalin hubungan yang baik (Widiastuti & Indriastuti, 2022). Dengan ini, para pelaku usaha diharapkan dapat memaksimalkan teknologi agar usahanya dapat terus berkembang.

pemasaran merupakan Salah satu komponen terpenting dalam operasi bisnis. Demi bertahan dengan kualitas yang di berikan kepada klien, perusahaan harus merencanakan strategi pemasaran yang tepat. Ini merupakan salah satu komponen terpenting dari operasi usaha. Pemasaran adalah usaha perusahaan untuk menemukan kebutuhan pelanggan yang harus dipenuhi, membuat produk yang harus diproduksi, menentukan harga yang tepat untuk produk tersebut, serta metode untuk mempromosikan dan menjualnya. Pada definisi lain, pemasaran berarti memenuhi

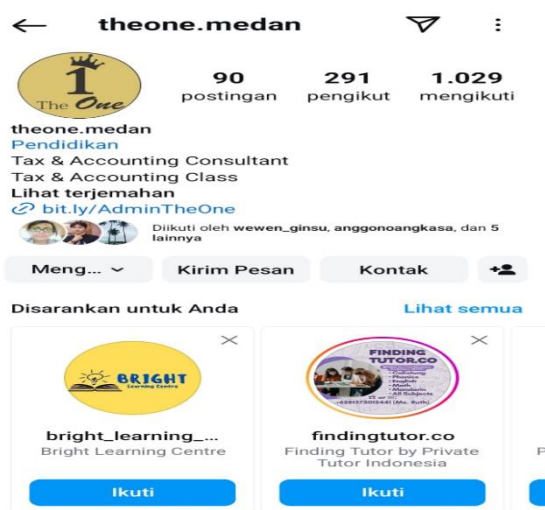
semua keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan mendatangkan keuntungan bagi produsen dan mengedepankan keinginan pelanggan tentang produk yang ingin ditawarkan (Rambe & Aslami, 2022). Dalam pemasaran digital, pemasar harus memiliki pengetahuan tentang tiga aspek pelanggan yaitu hati, pikiran, dan semangat. Ini berkaitan dengan pemasaran elektronik berbasis internet yang mendorong pemasar untuk membuat produk yang dapat memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik selain layanan dan kualitas yang tinggi (Setiawan & Fadillah, 2020). Ketika definisi pemasaran dan pemasaran digital digabungkan, istilah "komunikasi pemasaran digital" digunakan untuk menggambarkan bagaimana bisnis menggunakan media digital, seperti Internet serta media sosial, untuk membagikan informasi, persuasi, dan pengingat terhadap pelanggan terkait barang dan jasa yang mereka jual. Instagram adalah aplikasi jejaring sosial yang dapat berbagi foto, memungkinkan pengguna mengambil gambar dan video dan membagikannya di berbagai platform. Instagram memungkinkan pengguna menerapkan filter pada gambar mereka dan berbagi gambar yang diambil dengan platform jejaring sosial lainnya seperti Facebook (Kusuma & Sugandi, 2019). Berdasarkan pernyataan tersebut, Instagram adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video serta terhubung secara otomatis ke platform jejaring sosial lainnya. Pemasaran melalui media sosial adalah salah satu jenis pemasaran yang menggunakan media digital untuk memasarkan produk dan jasa. Media sosial dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran untuk berbagai alasan, termasuk membantu penjual dan pembeli berkomunikasi, membantu dalam kerja sama dengan pelanggan yang tidak puas, dan membangun brand. Dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini bertujuan agar para karyawan atau pihak berkepentingan dapat menambah keterampilan serta dapat menerapkan pemasaran melalui media sosial khususnya Instagram.

METODE

Tempat sosialisasi pengabdian ini dilakukan di perusahaan yang bernama The One yang beralamat di Jalan Bakti Luhur Komplek Greenville B 7 Kota Medan. Waktu pelaksanaan pengabdian ini dilakukan pada tanggal 06 November 2024 mulai pukul 09.00 WIB sampai selesai. Sasaran pengabdian ini adalah 15 karyawan yang bekerja di The One. Adapun tiga tahap yang dapat dirumuskan untuk mencapai tujuan pengabdian yaitu persiapan, pelaksanaan serta monitoring dan evaluasi. Pertama, tahap persiapan adalah penyusunan program kerja penyuluhan dan pelatihan. Tahap penyusunan program penyuluhan dan program kerja pelatihan dilakukan agar kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih teratur dan terarah (Razi et al., 2024). Tahap penyusunan penyuluhan dan program kerja pelatihan terdiri dari pembahasan penjadwalan kegiatan, modul pelatihan, sarana, prasarana, tempat penyuluhan dan hal-hal yang hendak dikoordinasikan kepada peserta pengabdian masyarakat. Kedua, tahap pelaksanaan terdiri dari sosialisasi peran digital marketing (Instagram) dalam meningkatkan pemasaran pada kantor konsultan pajak. Maksud dari kegiatan ini adalah untuk menjelaskan lebih rinci tentang tujuan dan manfaat media social instagram dalam pemasaran. Pada tahap ini, nara sumber akan memberikan materi terkait dengan pembuatan akun Instagram serta penggunaannya bagi perusahaan. Ketiga, tahap monitoring dan evaluasi. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan setiap tahap kegiatan, adapun rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolok ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1. Sosialisasi tentang penggunaan Instagram Sebagai sarana pemasaran



Gambar 2. Instagram dari kantor konsultan pajak the one

HASIL DAN PEMBAHASAN

hasil yang di capai dalam sosialiasi ini adalah para karyawan begitu antusias dalam kegiatan tersebut, wlpun mereka sudah bisa menggunakan Instagram namun ada beberapa fitur yang mereka ketahui fungsinya, disini kami sebagai narator menjelaskan tentang fitur – fitur yang disediakan instargram dan fungsinya dalam pemasaran dalam menggunakan Instagram sebagai media pemberitahuan yang dibutuhkan oleh pihak berkepentingan dalam hal pajak misalnya brevet pajak, oleh karena itu karyawan disini tidak perlu lagi turun kelapangan untuk menempah spanduk dalam memasarkan kantor konsultan pajak mereka, karena melalui media platform Instagram jasa apa yang di tawarkan bisa di lampirkan pada plaform Instagram, namun selain kita menggunakan media social Instagram hendaknya cara berkomunikasi kita terhadap klien juga penting, media social hanya sebagai alat komunikasi dan pemasaran namun tata car akita berkomunikasi tetap lah menjadi point penting dalam keberlangsungan pemasaran. Penggunaan media sosial Instagram dinilai berhasil dan mampu menyampaikan dengan baik komunikasi pemasaran khususnya dalam komunikasi visual karena kebiasaan khalayak saat ini ketika ingin mencari sesuatu harus dilihat dari bentuk visualnya terlebih dahulu (Soedarsono et al., 2020). Maka dari itu disini jelas Instagram sangat berperan penting dalam pemasaran perusahaan baik bidang jasa atau pun menghasilkan produk.

KESIMPULAN

sosialisasi yang dilakukan ini hanya lah sebagai alat pemasaran telah berhasil meningkatkan antusiasme karyawan dalam memanfaatkan platform tersebut. Meskipun para karyawan sudah familiar dengan Instagram, penjelasan tentang fitur-fitur baru memberikan wawasan tambahan yang berguna, terutama dalam konteks pemasaran layanan, seperti konsultan pajak. Dengan memanfaatkan Instagram, perusahaan dapat memasarkan jasa mereka secara lebih efisien tanpa perlu metode tradisional seperti spanduk. Namun, penting untuk diingat bahwa media sosial hanyalah alat; cara berkomunikasi dengan klien tetap menjadi faktor kunci dalam kesuksesan pemasaran. Penggunaan Instagram terbukti efektif dalam komunikasi visual, sesuai dengan kebiasaan konsumen saat ini yang cenderung mencari informasi melalui konten visual. Oleh karena

