

PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* (INSTAGRAM DAN YOUTUBE) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA MEJA KURSI DARI LIMBAH BAN

Arif Dzulfikar^{1*}, Busharmaidi², Yulius Jatmiko Nuryatno³, Raissa Arham Delyuzar⁴, Evita Ratna Sari⁵

^{1,2,3,4,5}Adminstrasi Bisnis Otomotif, Politeknik STMI Jakarta, Indonesia

*e-mail: arifdzulfikar@stmi.ac.id

Abstrak

Tingginya jumlah limbah ban di Indonesia menimbulkan potensi masalah lingkungan karena sulitnya limbah ini terurai dan memiliki dampak negatif terhadap kualitas udara dan lahan. Usaha kursi dan meja berbahan limbah ban Ciberes di Bogor merupakan salah satu contoh inisiatif *greentrepreneurship* untuk mengurangi limbah sekaligus memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Namun, kendala pemasaran terbatas pada metode *word of mouth* dan WhatsApp menghambat pertumbuhan usahanya. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian memberikan pelatihan *digital marketing*, khususnya dalam penggunaan Instagram dan YouTube. Tahapan pelatihan meliputi observasi awal, pembuatan konten, serta sosialisasi dan pelatihan tentang desain konten menarik dengan Canva dan video marketing. Hasil akhirnya dari pengabdian ini berupa konten pemasaran digital Instagram dan Youtube yang diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya pengelolaan limbah secara kreatif.

Kata kunci: limbah ban; *digital marketing*; Instagram; Youtube.

Abstract

The high amount of tire waste in Indonesia has the potential to cause environmental problems because it is difficult to decompose this waste and harms air and land quality. The Ciberes tire waste chair and table business in Bogor is one example of a great entrepreneurship initiative to reduce waste while providing economic benefits to the surrounding community. However, marketing constraints limited to word of mouth and WhatsApp methods hamper the growth of its business. Through this activity, the community service team provided digital marketing training, especially in the use of Instagram and YouTube. The training stages include initial observation, content creation, and socialization, and training on designing attractive content with Canva and video marketing. The final result of this community service is Instagram and YouTube digital marketing content which is expected to reach more consumers, increase sales, and raise public awareness of the importance of creative waste management.

Keywords: tire waste; digital marketing; Instagram; Youtube.

1. PENDAHULUAN

Jumlah limbah ban di Indonesia diperkirakan bisa mencapai 11 juta ton. Tingginya jumlah limbah ban bekas ini, jika tidak dikelola dengan baik, berpotensi menimbulkan berbagai dampak negatif bagi lingkungan. Limbah ban yang sulit terurai akan menghabiskan ruang dan menyebabkan masalah pada lahan yang ada. Selain itu, limbah ini juga dapat meningkatkan jejak karbon dan memperparah dampak perubahan iklim. Ketika ban terbakar, asap hitam yang dihasilkan mengandung racun yang berbahaya bagi kualitas udara dan kesehatan manusia (1).

Usaha kursi dan meja ban Ciberes, yang berlokasi di Jalan Ciberes RT 02/RW 02, Desa Cidokom, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor, merupakan contoh *greentrepreneurship* yang berkontribusi dalam mengatasi persoalan lingkungan. Bisnis ini dikelola oleh Ibu Rusmiati, yang berinovasi memanfaatkan limbah ban bekas menjadi produk bermanfaat seperti kursi dan meja. Selain membantu mengurangi akumulasi limbah, usaha Ciberes juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar dengan adanya peluang kerja untuk beberapa orang dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan. Produk yang dihasilkan memiliki nilai estetika yang tinggi, sehingga produknya cocok digunakan di berbagai tempat.

Bisnis kursi dan meja ban Ciberes menghadapi tantangan penjualan selama setahun terakhir, yaitu adanya fluktuasi penjualan yang menghambat pertumbuhan usaha. Saat ini, pemasaran masih mengandalkan word of mouth dan WhatsApp, sehingga penyebaran informasi relatif terbatas dan kurang cepat. Agar bisnis dapat bertumbuh, diperlukan strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial atau platform e-commerce, sehingga produk ramah lingkungan ini bisa dikenal lebih banyak orang

Digital marketing terbukti memiliki peran penting bagi pemilik usaha, terutama dalam memperluas jangkauan pemasaran dan jalur distribusi produk tanpa biaya besar. *Digital marketing* memungkinkan pengenalan produk hingga ke daerah terpencil, bahkan hingga ke luar negeri. Selain itu, *digital marketing* mendukung interaksi langsung dengan pelanggan, yang membantu membangun hubungan yang lebih kuat. Keunggulannya juga terletak pada fleksibilitas, dengan layanan yang dapat diakses 24 jam, memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan efisiensi waktu bagi pemilik usaha (2). *Digital marketing* juga meningkatkan *awareness*, membantu UMKM dalam berinteraksi langsung dengan konsumen, memperluas pasar, dan peningkatan penjualan. Kolaborasi dengan *marketplace* dan layanan pesan antar juga memudahkan pembelian (3). Penggunaan platform *digital marketing* yang potensial diantaranya dengan Instagram dan Youtube.

Instagram memiliki manfaat untuk membuat konten menarik dan membangun citra merek lokal berkualitas tinggi. Melalui elemen-elemen seperti Aktif, Konten, Branding, dan Impact membuat Instagram menjadi platform andalan Brodo untuk menarik pelanggan. Selain itu, manfaat Instagram lainnya untuk menjaga hubungan dengan pelanggan, mendorong pembelian ulang, dan meningkatkan loyalitas dengan konten yang dianggap menarik (4). Manfaat lainnya, Instagram menawarkan berbagai keuntungan pemasaran, seperti kemudahan menyusun informasi untuk segmentasi pasar yang lebih terarah, aksesibilitas penuh waktu, fitur komunikasi yang mempermudah interaksi dengan konsumen, serta feedback instan. Selain itu, Instagram memungkinkan bisnis untuk tetap terhubung dengan audiens secara terus-menerus dengan biaya rendah dan dampak yang tinggi (5). Instagram yang memanfaatkan influencer dapat meningkatkan interaksi dan pengikut serta meningkatkan penjualan produk yang akan dijual (6).

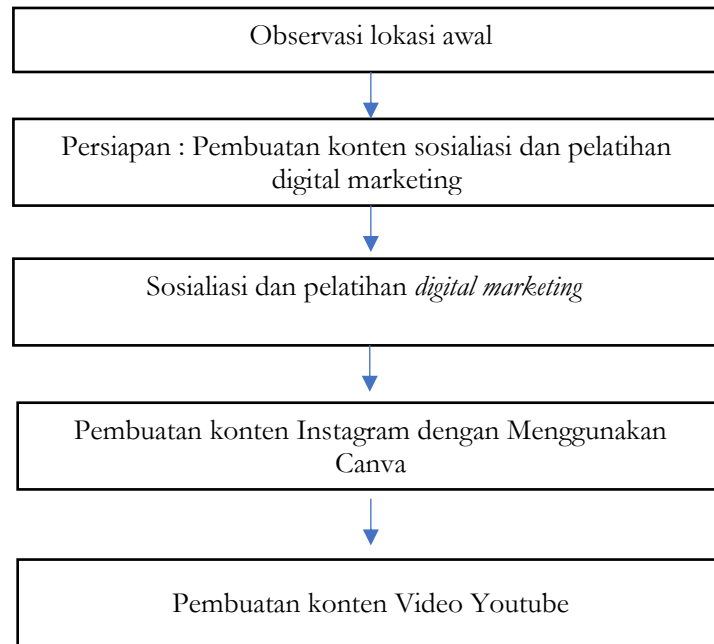
Platform digital lainnya ialah Youtube. Pemanfaatan *video marketing* melalui Youtube dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, menciptakan brand awareness, dan followers yang tertarik untuk melihat promosi dari video yang dibagikan (7). Iklan Youtube yang memperlihatkan tampilan visual yang menarik dapat digunakan sebagai sarana komunikasi bisnis untuk menyampaikan pesan perusahaan secara luas kepada calon konsumen (8). Strategi Youtube yang efektif untuk menarik banyak interaksi seperti like, komentar, dan tambahan pengikut, serta berpotensi mengubah peserta menjadi pelanggan adalah melalui Giveaway atau pemberian barang tertentu (9).

Maka dari itu, kami melakukan pengabdian dengan membuat konten untuk Instagram dan YouTube guna mendukung usaha kursi dan meja ban Ciberes. Konten yang menarik akan membantu memperkenalkan produk-produk inovatif dari Ibu Rusmiati yang terbuat dari limbah ban bekas melalui platform Instagram dan Youtube. Dengan cara ini, kami ingin meningkatkan penjualan sekaligus menyadarkan masyarakat tentang pentingnya pengelolaan limbah. Kolaborasi ini diharapkan dapat memperkuat hubungan bisnis produk limbah ban Ciberes dengan pelanggan dan mengajak lebih banyak orang untuk memilih produk ramah lingkungan.

2. METODE

Bisnis kursi meja ban Ciberes terletak di Jalan Ciberes RT 02/ RW 02, Desa Cidokom, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. Usaha ini dikelola oleh Ibu Rusmiati. Usaha ini memanfaatkan limbah ban, untuk kemudian diolah menjadi kursi dan meja yang bisa dipakai untuk kegiatan rumah tangga. Kendala yang dihadapi ialah kegiatan pemasaran yang belum efektif. Maka dari itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu bisnis kursi meja ban Ciberes dalam meningkatkan efektivitas pemasaran melalui pembuatan konten di Instagram dan YouTube. Tahapan dari kegiatan pengabdian masyarakat seperti tampak pada Gambar 1 yaitu Proses dimulai dengan observasi lokasi awal untuk memahami kondisi lingkungan, audiens, dan kebutuhan yang ada, sehingga langkah-langkah selanjutnya dapat disesuaikan dengan konteks yang tepat. Setelah itu, tahap persiapan dilakukan dengan pembuatan konten untuk sosialisasi dan pelatihan digital marketing, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep-konsep penting dalam pemasaran digital. Pembuatan konten ini mencakup materi berupa presentasi, infografis, dan panduan yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Pada tahap selanjutnya, sosialisasi dan pelatihan digital marketing dilaksanakan secara interaktif dengan audiens, yang dapat mencakup pengenalan berbagai platform digital, teknik-teknik pemasaran online, serta cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas bisnis. Setelah peserta memahami dasar-dasar digital marketing, fokus beralih pada pembuatan konten untuk Instagram dengan memanfaatkan Canva, yang memungkinkan desain visual yang menarik dan mudah dibagikan di platform tersebut. Konten Instagram ini dirancang untuk menarik perhatian audiens melalui gambar dan caption yang efektif, dengan tujuan membangun brand awareness dan

interaksi yang lebih luas. Sebagai langkah terakhir, konten video untuk YouTube diproduksi untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam mengenai topik digital marketing. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai materi edukasi, tetapi juga sebagai alat untuk memperluas jangkauan audiens dan membangun kredibilitas melalui konten yang lebih panjang dan mendetail. Dengan alur ini, berbagai bentuk konten digital—mulai dari gambar, teks, hingga video—diproduksi dan disebarakan melalui berbagai platform media sosial untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital, dengan tujuan meningkatkan daya saing dan kesadaran merek di dunia digital yang semakin berkembang.



Gambar 1. *Flowchart* kegiatan pengabdian kepada masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Observasi Lokasi Awal

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan melakukan observasi awal di lokasi usaha kursi meja ban Ciberes yang terletak di Jalan Ciberes RT 02/RW 02, Desa Cidokom, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor (Gambar 2). Tim pengabdian mengunjungi lokasi dan bertemu langsung dengan Ibu Rusmiati, pengelola usaha. Dalam observasi ini, tim mencatat berbagai aspek penting, mulai dari proses produksi yang memanfaatkan limbah ban hingga kondisi fisik tempat usaha. Ditemukan bahwa meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas baik dan ramah lingkungan, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Rusmiati belum efektif, terutama dalam menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 2. Observasi awal tempat produksi meja kursi dari limbah ban

B. Persiapan : Pembuatan konten sosialisasi dan pelatihan *digital marketing*

Setelah melakukan observasi, langkah selanjutnya adalah menyusun rencana untuk pembuatan konten sosialisasi mengenai usaha Ciberes. Tim pengabdian merancang materi pelatihan *digital marketing* yang akan membantu Ibu Rusmiati memahami konsep dasar pemasaran melalui media sosial. Materi pelatihan mencakup strategi penggunaan platform Instagram dan YouTube, teknik pengambilan gambar dan video, serta cara menyusun konten yang menarik dan informatif. Pembuatan konten ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas mengenai potensi pemasaran yang dapat dicapai melalui *digital marketing*.

C. Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan *digital marketing* dilaksanakan dengan melibatkan Ibu Rusmiati dan beberapa anggota keluarga serta karyawan. Dalam sesi ini, tim pengabdian menjelaskan langkah-langkah praktis untuk memanfaatkan media sosial dalam pemasaran. Peserta dilatih untuk membuat akun bisnis di Instagram dan YouTube, serta diberikan pemahaman mengenai pentingnya branding dan *engagement* dengan audiens. Dengan menggunakan contoh-contoh praktis, peserta diajak untuk berlatih secara langsung, sehingga mereka dapat memahami dan mengaplikasikan strategi pemasaran yang telah diajarkan.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan *digital marketing*

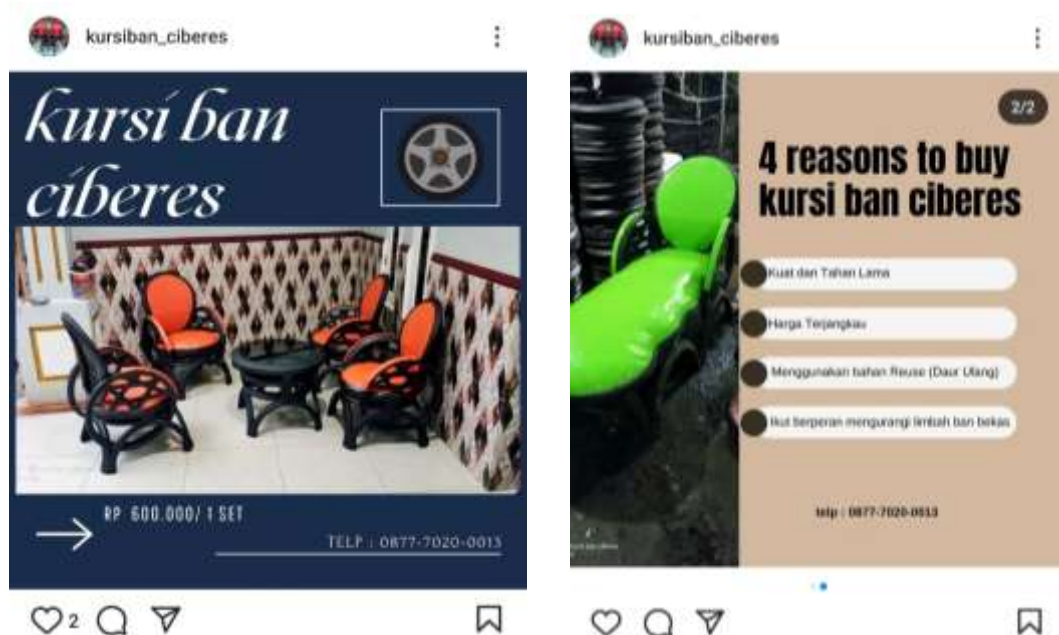
D. Pembuatan Konten Instagram Dengan Menggunakan Canva

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim PKM yang terdiri dari dosen dan mahasiswa berkolaborasi dengan Ibu Rusmiati, pemilik usaha kursi meja ban Ciberes, untuk menciptakan konten menarik yang akan dipublikasikan di Instagram. Dengan memanfaatkan platform desain grafis Canva, tim pengabdian mengajarkan Ibu Rusmiati cara membuat konten yang *eye-catching* untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan dari limbah ban.



Gambar 4. Hasil pembuatan konten instagram kursi meja limbah ban (IG : kursiban_ciberes)

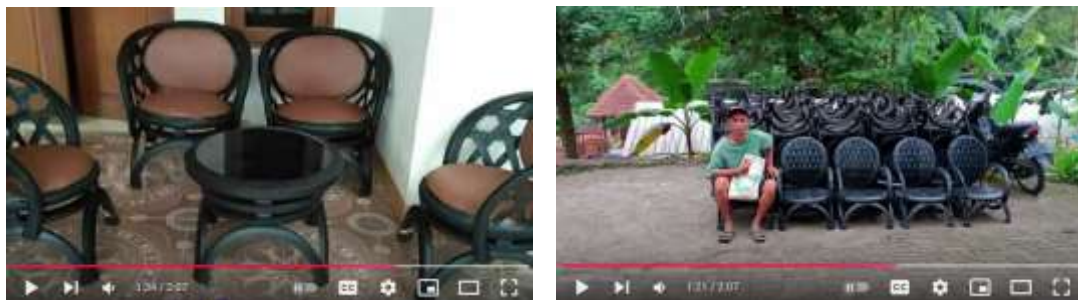
Proses pembuatan konten dimulai dengan memilih template yang sesuai di Canva, dipilih desain template yang menarik. Tim dan Ibu Rusmiati bersama-sama mengidentifikasi elemen-elemen penting yang perlu ditampilkan dalam konten, seperti foto produk, keunggulan produk, serta manfaat penggunaan produk yang ramah lingkungan. Setelah memilih template, kami mengambil foto produk kursi dan meja dari limbah ban dengan pencahayaan yang baik, lalu mengunggah gambar tersebut ke Canva. Selanjutnya, kami mengedit gambar dengan menambahkan teks dan font yang cocok serta elemen visual Canva lainnya yang menarik. Setelah konten selesai disusun, tim melakukan tinjauan untuk mengecek foto. Terakhir, konten yang sudah jadi diunduh dan siap diunggah ke akun Instagram kursiban_Ciberes. Dengan cara ini, diharapkan Ibu Rusmiati tidak hanya mendapatkan keterampilan dalam pembuatan konten visual, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik produk kursi meja dari limbah ban di media sosial. Hasil pembuatan konten Instagram seperti tampak pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 5. Hasil pembuatan konten instagram kursi meja limbah ban (IG : kursiban_ciberes)

E. Pembuatan Video Youtube Pemasaran Produk Meja Kursi dari Limbah Ban

Setelah berhasil membuat konten Instagram yang menarik, langkah terakhir tim dosen dan mahasiswa, bersama Ibu Rusmiati, adalah mengembangkan video pemasaran untuk YouTube dengan memanfaatkan foto-foto produk kursi meja yang terbuat dari limbah ban. Tim menggunakan video editor untuk menggabungkan foto-foto produk yang telah diambil sebelumnya, menambahkan transisi yang baik antara setiap gambar agar alur video menjadi lebih dinamis.



Gambar 6. Hasil pembuatan konten video (<https://www.youtube.com/watch?v=-LFROhm4msQ>)

Dalam proses pembuatan video, kami juga menyertakan narasi yang menjelaskan latar belakang usaha Ciberes, *greenentrepreneurship* serta keunggulan produk dan bisnis produk meja dari limbah ban, serta kontak usaha. Dengan hasil video yang menarik, diharapkan usaha Ciberes dapat menjangkau audiens yang lebih luas di platform YouTube. Hasil pembuatan konten video Youtube seperti tampak pada Gambar 6.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan *digital marketing* membuat peserta mendapatkan pemahaman tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran yang lebih luas dan efektif. Setelah itu dilakukan pembuatan konten pemasaran *digital marketing*, pembuatan konten menarik di Instagram menggunakan Canva dan pengembangan video pemasaran di YouTube. Konten visual Instagram dan Youtube yang dihasilkan dari kegiatan ini meningkatkan daya tarik produk ramah lingkungan dari limbah ban, dengan harapan dapat mendorong penjualan dan memperluas jangkauan pemasaran usaha Ciberes.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih dapat ditujukan kepada Politeknik STMI Jakarta atas dukungan fasilitasnya sehingga pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik. Ucapan terima kasih juga ditunjukkan kepada Ibu Rusmiati pemilik bisnis kursi meja dari limbah ban yang telah mengizinkan kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Eco-Green. Environmental impacts of waste tire. 2021;<https://ecogreenequipment.com/environmental-impact>.
2. Afiani S, Yanti RT, Revolina E. MANFAAT DIGITAL MARKETING PADA PEMILIK USAHA DI KOTA BENGKULU. *Edunomika*. 2024;8(2):1–10.
3. Febriyantoro MT, Arisandi D. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*. 2018;1(2):62–76.
4. Nugroho AT, Farah AC. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Sosial Commerce Usaha Bro.Do. 2022;5:138.
5. Kurniawan. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*. 2017;11(4):217–25.
6. Kusuma DF, Sugandi MS. Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. 2019;3(1):18.
7. Nurmalasari C. Analisis Pemanfaatan Video Marketing Sebagai Trend Strategi Pemasaran di Era Digital. *Journal of Educational Technology, Curriculum, Learning, and Communication*. 2024;4:7–11.
8. Fauziah SN, Barkah CS, Aulina L, Sukoco I. Youtube Advertisement Sebagai Implementasi Komunikasi Bisnis Pada Produk Skincare Lokal. *Scriptura*. 2023;12(2):82–91.
9. Sinaga EM. Channel YouTube Untuk Meningkatkan Customer Engagement. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*. 2020;1(1):607–10.