

---

## STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK SEBAGAI SARANA PEMASARAN PROPERTY PADA HONEST PROPERTY

Gde Bagus Brahma Putra<sup>1,\*</sup>, Meliana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

Email: [brahmaputra@unmas.ac.id](mailto:brahmaputra@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Di tengah era digital saat ini, media sosial menjadi alat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas untuk meningkatkan pendapatan. Penelitian ini membahas tentang penurunan pendapatan dari penjualan offline dan online yang signifikan sehingga mulai mengoptimalkan pemasaran di media sosial. Program ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran property serta jasa kontraktor pada Honest Property melalui optimalisasi penggunaan media sosial Instagram dan Facebook. Program ini mencakup, pengelolaan konten, pembangunan hubungan dengan pelanggan, serta kerja sama dengan agen pemasaran lain. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan keterlibatan pelanggan dan peningkatan target penjualan melalui media sosial.

**Kata Kunci:** Media sosial, Instagram, Facebook, Property, Jasa kontraktor.

### ANALISIS SITUASI

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat penting dalam strategi pemasaran bisnis, baik untuk perusahaan besar maupun kecil. Menurut Wati, dkk. (2020) digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Menurut Fadhillah, dkk. (2023) bisnis digital, yang di definisikan sebagai bisnis yang memanfaatkan teknologi canggih untuk mengembangkan produk dan strategi pemasaran telah menunjukkan ketahanannya di tengah-tengah situasi krisis, seperti pandemi yang terjadi baru-baru ini. Dengan mengandalkan digital yang berkembang pesat para pembisnis dapat memperluas koneksi dan meningkatkan penjualan.

Media sosial telah menjadi alat pemasaran yang penting dalam dunia bisnis modern. Menurut mustika, dkk (2023) sosial media marketing adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan media sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan organik. Platform seperti Instagram dan Facebook memungkinkan bisnis untuk mempromosikan produk dan layanan mereka kepada audiens yang luas. Platform ini memungkinkan pemasar untuk berinteraksi dengan pelanggan, menangani pertanyaan dan keluhan, mengumumkan produk serta layanan baru, mendapatkan umpan balik dan saran, serta membangun komunitas mereka. Pemasaran di media sosial mencakup kegiatan seperti membangun kehadiran di jejaring

sosial, meningkatkan kesadaran merek, melibatkan prospek dan pelanggan melalui konten, serta mengarahkan lalu lintas ke situs web, dan lain-lain. Fitur-fitur seperti posting gambar, video, stories, dan iklan berbayar membantu dalam menarik perhatian calon pelanggan dan membangun hubungan yang baik dengan customer.

Salah satu yang memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook adalah honest property. Honest property adalah brand usaha yang berdiri mulai tahun 2023 bulan maret. Brand ini bergerak di bidang penjualan property, menawarkan dan menyalurkan jasa pembangunan serta renovasi. Honest property berlokasi di jl ahmad yani, no 59 tabanan-kediri, bali. Honest property memiliki gedung tiga lantai. Lantai dua digunakan sebagai kantor, sementara lantai satu dan tiga digunakan sebagai rumah. Honest property menawarkan berbagai layanan termasuk penjualan property seperti tanah kavling, villa, rumah, dan lain-lain. Serta menawarkan jasa kontraktor dalam hal pembangunan, dan renovasi. Brand ini memiliki komitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

Honest property memasarkan property dan menawarkan jasa kontraktor secara offline maupun online, akan tetapi strategi pemasaran yang sering dilakukan yaitu secara offline dari mulut ke mulut untuk mencari customer dan tidak terlalu memfokuskan penjualan secara online. Namun, dalam 9 bulan terakhir, pendapatan dari penjualan offline maupun online mengalami penurunan yang signifikan. Sehingga dengan adanya program atau solusi yang ditawarkan yaitu strategi “pemasaran dalam menggunakan media sosial instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran property pada honest property” dapat memotivasi honest property untuk memanfaatkan dan meningkatkan kembali penjualan di platform online, khususnya media sosial, sebagai strategi pemasaran yang efektif dijamin sekarang yang semakin maju.

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi digital menjadi kunci keberhasilan. Pemasaran melalui media sosial bukan hanya tentang memposting konten, tetapi juga melibatkan strategi yang matang untuk menciptakan engagement yang tinggi dan membangun komunitas pelanggan yang loyal.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, maka permasalahan yang terjadi pada honest property adalah mengalami penurunan penjualan dan tidak mencapai target selama 9 bulan terakhir. Dimana kondisi ini tidak seperti sebelumnya, penjualan secara offline yang menurun dan kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, ditambah dengan persaingan yang semakin muncul didunia property dan jasa kontraktor membuat kurangnya aktivitas penjualan pada honest property. Sehingga, hal ini berdampak pada peningkatan pengenalan merek dan berkurangnya jangkauan pelanggan yang luas jika bisnis tidak memanfaatkan kemajuan teknologi pemasaran melalui media sosial.

---

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan perumusan masalah diatas solusi penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan penjualan property dan jasa kontraktor di Instagram dan facebook.
2. Membangun hubungan yang baik dengan para customer.
3. Membuat kerja sama dengan marketing property dan kontraktor lainnya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk pemasaran produk secara online melalui aplikasi Instagram dan Facebook bertujuan untuk meningkatkan penjualan, membangun hubungan yang baik dengan para customer yang akan membuat para customer percaya pada brand Honest Property untuk membeli property maupun memakai jasa kontraktor yang ditawarkan. Pendekatan ini melibatkan pemilihan properti yang berkualitas dan terbukti keasliannya untuk dijual dan jasa kontraktor yang akan ditawarkan sangat bertanggung-jawab dalam setiap proyeknya, mengembangkan program peningkatan produktivitas, memanfaatkan media sosial dan aplikasi yang ada, serta menganalisis dan mempelajari sistem penjualan di marketplace.

Pelaksanaan pemasaran property dan jasa kontraktor dilakukan dengan mengunggah foto dan video berkualitas tinggi yang memuat penjelasan lengkap mengenai properti atau jasa kontraktor yang ditawarkan untuk menarik minat beli customer. Selain itu, menjaga kepercayaan customer dan membangun hubungan yang baik dengan mereka sangat penting agar customer menjadi loyal dan kembali menggunakan layanan atau membeli properti dari Honest Property.

Selanjutnya, membangun kerjasama dengan agen pemasaran properti dan kontraktor lainnya juga merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, Honest Property dapat memperluas jangkauan ke pelanggan baru maupun lama, serta meningkatkan kepercayaan customer maupun rekan kerja seperti agen pemasaran dan para kontraktor terhadap Honest Property.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Ketercapaian kegiatan**

- 1) Mengoptimalkan penjualan property dan jasa kontraktor di Instagram dan facebook.

Membuat logo baru yang lebih bagus agar mudah dipahami saat customer melihat honest property. Mengupload property-property baru yang siap dijual dan menghapus postingan property lama yang telah terjual di Instagram dan facebook. Dan menawarkan property-property tersebut kepada list customer lama maupun baru, mencari list baru untuk difollow up dan melakukan perjanjian temu atau kunjungan para customer di lokasi property yang disepakati Bersama, serta membuat negoisasi harga antara customer dan pemulik property yang hendak dijual.

Menawarkan jasa kontraktor dimarketplace dan grub-grub di Instagram dan facebook dan mengupload story setiap hari. Kemudian membuat Rab (rancangan anggaran biaya) yaitu sebuah dokumen yang merinci estimasi biaya yang diperlukan untuk melaksanakan sebuah proyek, baik proyek pembangunan, renovasi, atau kegiatan lainnya. RAB biasanya mencakup berbagai elemen biaya seperti material, tenaga kerja, peralatan, dan biaya tak terduga, serta memberikan gambaran keseluruhan tentang anggaran yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proyek tersebut. Kemudian menagih uang awal pekerjaan sebesar 55% . kemudian merinci jadwal mulai kerja sampai pelaksanaan pekerjaan selesai dilaksanakan.

2) Membangun hubungan yang baik dengan para customer.

Membangun hubungan yang baik dengan para customer di Instagram dan facebook, list customer yang dahulu dan yang terbaru dengan cara menyapa dan terus follow up customer dengan memberikan informasi terkait keunggulan dari setiap property yang ditawarkan, keunggulan membeli atau berinvestasi di property.

Kemudian membangun hubungan yang baik dengan para customer yang pernah memakai jasa kontraktor dengan cara menyapa dan menanyakan kabar serta menginformasikan produk terbaru untuk menunjang penampilan rumah, villa, dan lain-lain dengan diskon yang menarik agar para customer terdahulu loyal dan mau menggunakan jasa kontraktor di honest property kembali. Serta membangun kepercayaan terhadap customer baru agar mau menggunakan jasa kontraktor di Honest Property.

3) Membuat kerja sama dengan marketing property dan kontraktor lainnya.

Membangun Kerjasama dengan para marketing property atau agen property untuk menunjang penjualan property di honest property, serta membangun kerja sama dengan para kontraktor untuk dapat melakukan promosi jasa kontraktor dengan menggunakan para kontraktor yang kompeten dalam setiap proyek yang di peroleh honest property untuk dikerjakan.

4) Evaluasi kinerja

Hasil evaluasi setelah dilakukannya ketiga kegiatan tersebut dalam strategi pemasaran dalam menggunakan media sosial instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran property pada honest property, diperoleh bahwa penjualan property sudah mulai berjalan , hubungan dengan para customer lama maupun baru meningkat , adanya peningkatan penjualan jasa kontraktor dan terjadi loyalitas customer atas pengerjaan proyek-proyek dari para kontraktor yang mana para customer lama menghubungi kembali untuk menggunakan jasa kontraktor dishonest property kembali.

5) Realisasi ketercapaian kinerja

Kendala kurangnya penjualan di honest property dan pengenalan akan brand honest property dapat dikendalikan melalui strategi yang telah dilaksanakan.

Berikut realisasi ketercapaian dari program kerja “Strategi pemasaran dalam menggunakan media sosial instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran property dan jasa kontraktor pada honest property”, yang dilaksanakan di Honest Property seperti yang ditunjukkan dibawah ini :

- 1) Mengoptimalkan penjualan property dan jasa kontraktor di Instagram dan facebook. Realisasi sebesar 100%.
- 2) Membangun hubungan yang baik dengan para customer. Realisasi sebesar 100%.
- 3) Membuat kerja sama dengan marketing property dan kontraktor lainnya. Realisasi sebesar 100%.

**Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan yang dimaksud adalah :**

1. Pimpinan perusahaan Honesy Property yang senantiasa mendukung kegiatan ini.
2. Adanya pemahaman yang baik antar teamwork untuk melaksanakan pelatihan yang diberikan.
3. Ketersediaan fasilitas yang memadai dalam mendukung kegiatan pemasaran property dan jasa kontraktor di honest property.

**Adapun faktor penghambat kegiatan pengabdian ini adalah :**

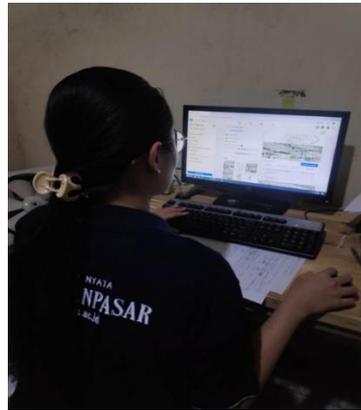
Terdapat perbedaan argumen dalam menjalankan strategi pemasaran produk yang efisien.

**Partisipasi karyawan Honest Property**

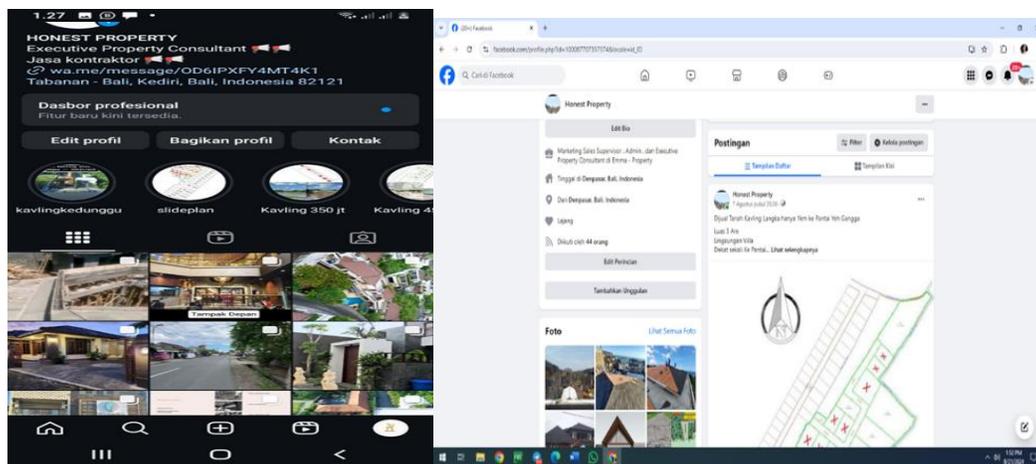
Partisipasi karyawan dalam kegiatan strategi pemasaran dalam menggunakan media sosial instagram dan facebook sebagai sarana pemasaran property dan jasa kontraktor pada honest property sangat baik. Semua karyawan maupun pimpinan perusahaan membantu saya dalam memberikan informasi yang saya butuhkan sehingga proker ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu karyawan juga bersedia memberikan informasi terkait kinerja maupun permasalahan yang terjadi di dalam perusahaan. Sehingga memudahkan saya untuk memberikan solusi melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini.



**Gambar 1.** Pembicaraan tentang Strategi Pemasaran di Instagram dan Facebook



Gambar 2. Memasarkan Property di Instagram dan Facebook.



Gambar 3. Pemanfaatan Media Sosial

Pada Gambar 3, Kegiatan memanfaatkan media sosial yang ada serta meningkatkan pengenalan akan brand dan membangun interaksi dengan para customer dengan membuat mengupload progres kerja dan property yang dijual dengan menarik.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Program kegiatan dalam strategi pemasaran penjualan property dan jasa kontraktor telah berhasil dilaksanakan dengan baik melalui pelatihan dan penerapan berdasarkan solusi yang penulis berikan. Solusi tersebut dapat membantu dalam mempermudah karyawan untuk mencapai keberhasilan usaha dalam mengembangkan dan memasarkan. Adapun solusinya mengoptimalkan penjualan property dan jasa kontraktor di Instagram dan facebook, membangun hubungan yang baik dengan para customer, dan membuat kerja sama dengan marketing property dan kontraktor lainnya.

Kegiatan berhasil dilaksanakan dikarenakan terdapat faktor pendukung kegiatan ini adalah pimpinan honest property yang senantiasa mendukung kegiatan ini, adanya

pemahaman yang baik antar teamwork untuk melaksanakan pelatihan yang telah diberikan, ketersediaan fasilitas yang memadai dalam mendukung kegiatan pemasaran property dan jasa kontraktor.

### **Saran**

Saran penulis dalam strategi peningkatan penjualan pada “Honesy property” guna mempertahankan dan peningkatan penjualan perlu selalu konsisten dalam membuat konten dan postingan yang menarik serta terus membangun kerjasama dengan agen marketing property lainnya dan para kontraktor untuk memperluas brand, memperkuat kepercayaan customer dan menambah relasi dan pendapatan agar “Honest property” bisa lebih terkenal dan banyak customer yang lebih awarness.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- LPPM UNMAS Denpasar. 2024. Buku Panduan KKN Alteratif (KKN-A). Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Prayudhi Fadhillah dan A. Yuniarti. 2023. Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, vol. 2, No. 1, pp. 291-298.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, dan Aniek Indrawati. 2020. *Digital marketing*. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019).
- I Wayan Willy Mustika dan Salsa Bila Jihan Maulidah. 2023. Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, Vol.3, No. 1, pp. 7 - 12.