

# IbM Penggunaan Bahasa Yang Baik Dan Teknik Copy Writing Dalam Meningkatkan Penjualan Para Pedagang Melalui Sosial Media Di Makassar

Merla, SS., M.Hum<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Manufaktur Industri Agro, Politeknik ATI Makassar

e-mail: [merla@atim.ac.id](mailto:merla@atim.ac.id)<sup>1</sup>

## Abstrak

Pandemi Covid 19 sudah berjalan selama kurang lebih dua tahun lamanya dan imbasnya sangat signifikan pada pendapatan pelaku ekonomi, khususnya para pedagang kecil seperti pedagang makanan dan minuman yang tidak memiliki modal besar untuk berjualan di tempat ramai seperti Mall atau Supermarket. Penjualan hanya dilakukan dari rumah atau di depan rumah, jadi konsumen hanya terpusat dari lingkungan setempat. Penjualan yang cenderung menurun, salah satunya disebabkan oleh kurangnya informasi bagi para Pembeli terkait barang dagangan yang ditawarkan. Solusi yang ditawarkan adalah penjualan secara *online* melalui *social media*. Berdasarkan alasan tersebut maka penulis berinisiatif melakukan kegiatan pengabdian dengan tema Penggunaan Bahasa Yang Baik Dan Teknik *Copywriting* dalam Meningkatkan Penjualan Para Pedagang Kecil Melalui Sosial Media. Diharapkan dengan metode ini, dapat meningkatkan penjualan secara efektif. Respon yang diharapkan untuk pembeli selanjutnya adalah melakukan tindakan pembelian, mengingat brand, jenis dagangan atau tindakan lainnya. Semakin menarik *copywriting* yang di buat maka akan semakin besar pula peluang omzet penjualan yang akan diperoleh para pedagang.

**Kata kunci:** Online, Media Sosial, Teknik Copywriting, Penjualan

## Abstract

*The Covid 19 pandemic has been running for approximately two years and has had a very significant impact on the incomes of economic actors, especially small traders such as food and beverage traders who do not have large capital to sell in crowded places such as malls or supermarkets. Sales are only made from home or in front of the house, so consumers are only focused on the local environment. Sales tend to decline, one of which is caused by a lack of information for buyers regarding the merchandise offered. The solution offered is online sales through social media. Based on these reasons, the author took the initiative to carry out service activities with the theme of Using Good Language and Copywriting Techniques in Increasing Sales of Small Traders through Socia Media. It is hoped that this method can increase sales effectively. The expected response for the next buyer is to take a purchase action, considering the brand, type of merchandise or other actions. The more interesting the copywriting that is made, the greater the sales turnover opportunity that will be obtained by traders.*

**Keywords:** Online, Social Media, Copywriting Method, Sales

## 1. PENDAHULUAN

Bahasa Marketing yang baik adalah bahasa yang sebaiknya digunakan untuk menaikkan penjualan dan kelas dari para pelaku pedagang atau pelaku UKM tersebut. Salah satu cara lain yaitu dengan Teknik *Copywriting*. *Copywriting* adalah kemampuan creative advertising dalam mengolah kata dan menciptakan naskah periklanan yang menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk memenuhi pesan penjualan. *Copywriting* merupakan tulisan dengan aneka gaya dan pendekatan yang dihasilkan melalui strategi, perencanaan dan kerjasama antara klien, *account executive* dan tim kreatif dalam *advertising agency* [1].

Penjualan yang cenderung menurun dan kurang menarik, disebabkan oleh beberapa faktor termasuk diantaranya kurangnya informasi, motivasi dan minat diantara para pembeli. Efektifnya sebuah penjualan khususnya melalui Media Sosial sangat ditentukan oleh kemampuan si penjual untuk menyampaikan idenya kepada para pembeli. Tentu saja, setiap penjual memiliki gayanya masing-masing, yang bisa mempengaruhi caranya menyampaikan pada saat penjualan. Selain itu, Gaya Bahasa Marketing juga bisa menjadi hal yang harus diperhatikan. Cara penyampaian penjualan yang tidak sesuai dengan tema penjualan bisa mempengaruhi efektif atau tidaknya penjualan tersebut. Salah satu hal paling sederhana yang dapat mereka lakukan ketika mengelola bisnis *online* adalah dengan memperhatikan dixi (pemilihan kata) atau bahasa marketing dalam usaha *online* yang Anda jalankan. Pemilihan kata yang tepat dan digunakan pada waktu yang tepat ternyata sangat efektif untuk menarik perhatian calon pelanggan [2].

Berdasarkan alasan tersebut maka penulis berinisiatif melakukan kegiatan pengabdian dengan tema Penggunaan Bahasa Yang Baik Dan Teknik *Copywriting* dalam Meningkatkan Penjualan Para Pedagang Kecil Melalui Sosial Media. Adapun kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta yang berasal dari para pedagang kecil makanan dan minuman, yang selama ini menjadi Binaan Inisiasi Zakat Indonesia Wilayah Sulawesi Selatan. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini bekerjasama dengan berkah IZI Sulawesi Selatan dan Frame Insight, sebuah institusi edukasi Marketing bagi para UKM. Institusi Frame Insight, selama ini telah banyak membantu para pedagang kecil untuk menaikkan kelas mereka dan meningkatkan penjualan melalui Media Sosial.

Secara umum tujuan dan kegunaan pengabdian masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan kemampuan penjualan bagi para pedagang dengan menggunakan Bahasa Yang Baik dan Teknik *Copywriting* melalui Media Sosial. Kegiatan pengabdian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi para pedagang untuk meningkatkan kemampuan penjualan dan membuat profil para pedagang lebih dikenal oleh Masyarakat.

## 2. METODE PENGABDIAN

Pengabdian ini terlaksana setelah sekitar kurang lebih tiga bulan yang diawali, dengan survei lokasi oleh pihak penyelenggara dan IZI kemudian diskusi dengan mereka akan permasalahan yang ada pada penjual para penerima Lapak Berkaah binaan IZI dalam masa Pandemi ini. Selanjutnya ditentukan Metode Pelaksanaan yaitu dengan Metode Ceramah dan Praktek langsung terhadap obyek yang menjadi sasaran.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian pada latar belakang sebelumnya, fokus pengabdian ini berkaitan dengan “Penggunaan Bahasa Yang Baik Dan Teknik *Copywriting* dalam Meningkatkan Penjualan Para Pedagang Kecil Melalui Sosial Media”. Maka permasalahan pokok pengabdian ini dapat dirumuskan dalam pertanyaan : Apakah Penggunaan Bahasa Yang Baik Dan Teknik *Copywriting* dapat Meningkatkan Penjualan Para Pedagang Kecil Melalui Sosial Media?.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, agar pengabdian ini lebih spesifik, maka penulis membatasi masalah ini pada hal-hal yang berkaitan dengan:

- a. Penggunaan Bahasa Marketing Yang Baik Bagi Pelaku UKM.
- b. Penggunaan Teknik Copywriting yang tepat untuk meningkatkan penjualan pedagang.
- c. Pondasi Menuju Naik kelas Bagi Pelaku UKM
- d. Penggunaan Sosial Media Bagi Pelaku UKM untuk meningkatkan penjualan.

Iklan adalah pesan yang diarahkan atau ditujukan untuk mempengaruhi seseorang membeli sebuah produk. Pesan tersebut disampaikan melalui media dan ditujukan kepada masyarakat. Fungsi iklan memberikan fungsi komunikasi yang mencakup:

- a. Memberi Informasi, bertujuan untuk membuat konsumen sadar akan merek suatu produk dan membantu membangun citra yang positif dari merek tersebut.
- b. Mempersuasi, iklan yang efektif memiliki bertujuan untuk meyakinkan pelanggan agar mau mencoba produk yang ditawarkan.
- c. Mengingatkan, hal ini dilakukan agar merek suatu produk tersebut terus diingat oleh masyarakat.
- d. Memberikan Nilai Tambah bagi merek dengan mempengaruhi pandangan konsumen. Iklan yang efektif dapat memengaruhi konsumen untuk melihat produk tersebut menjadi lebih elegan, modis, bergengsi, dan lebih unggul dari produk pesaing.
- e. Mendampingi, Maksud dari fungsi mendampingi adalah iklan dapat digunakan sebagai alat komunikasi untuk memulai kegiatan promosi.

Tujuan iklan adalah memperkenalkan suatu produk agar konsumen terpengaruh untuk membeli produk tersebut.

- a. Menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen akan suatu produk.
- b. Membangun kesadaran akan suatu merek.
- c. Membangun hubungan pelanggan dengan menyampaikan nilai pelanggan.

#### **Jenis Iklan Berdasarkan Media**

- a. Iklan media cetak: iklan yang dibuat dengan cara dicetak. Biasanya iklan cetak yang kerap ditemui di koran, selembaran, majalah, koran, baliho, poster, stiker dan lain sebagainya.
- b. Iklan elektronik: Iklan ini menggunakan media elektronik dalam penyampaian dan tampilan iklannya. Iklan elektronik banyak sekali di temui, antara lain iklan televisi, radio, iklan dalam film, dan iklan dalam media sosial.

#### **Unsur - unsur dalam Iklan**

- a. Keunikan produk dan Gambar Produk
- b. Tampilkan keunggulan
- c. Menggunakan Kalimat deskriptif (menjelaskan) dan Persuasif (ajakan)
- d. Membangun Kepercayaan dengan kata-kata meyakinkan atau testimoni
- e. Membangun Minat / keinginan (desire) untuk Membeli
- f. Mencantumkan nomor telepon, akun media sosial, dan alamat toko penjual.

#### **Bahasa Marketing yang powerful untuk Pemasaran Online**

- a. Penggunaan kata Anda atau Kamu
- b. Penggunaan kata Gratis (setelah pembelanjaan senilai Rp500.000,-)

- c. Penggunaan kata New (ekspektasi yang tinggi mengenai *new specification, design, technology* atau *new innovation*)
- d. Penggunaan kata aman untuk kenyamanan, spt pencantuman ijin dinas kesehatan, dll.
- e. Penggunaan kata Garansi dengan mencantumkan Testimoni konsumen, dll.

### **Teknik Copywriting Bisnis Online Untuk Meningkatkan Omzet**

- a. Apa itu Copywriting? copywriting adalah salah satu teknik untuk membuat tulisan menarik sehingga pembaca memberikan respon yang kita inginkan.
- b. Dalam sistem jual beli online seperti yang ada di toko online, *instagram, facebook*, penjual dan pembeli tidak bisa bertemu secara langsung, sehingga digantikan dengan *copywriting*, teknik ini menjadi salesman produk, tetapi dalam bentuk tulisan.
- c. Penerapan Teknik AIDA: *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan) dan *Action* (Tindakan).

### Tiga Sudut Pandang Konten Agar Konsumen Melirik Jualan Kita Sebagai Penjual

- a. Pendekatan konten dengan ketakutan, contoh: "Diskon 70%, buruan beli sebelum kehabisan". //Berikan jaminan kesejahteraan bagi keluarga anda, walaupun anda sudah tiada dengan penawaran premi terbaik bulan ini".
- b. Promosi Produk dengan kelogisan spt testimoni konsumen, menggunakan pendapat pakar terkait produk kita, atau best seller dari produk kita.
- c. Promosi produk dengan mengedepankan keuntungan, seperti beli 1 gratis 1, Beli rumah dengan DP 0% atau iklan sebuah produk kecantikan; "Mencerahkan kulit dalam 7 hari, dll.

### Berjualan via Instagram

- a. Berdasarkan statistik bulan Oktober 2020, pengguna aktif Instagram setiap bulannya mencapai 1 miliar lebih sementara pengguna aktif harian mencapai 500 juta orang.
- b. Sedangkan menurut Napoleon Cat, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta orang atau 22,6% dari keseluruhan jumlah penduduk Instagram.
- c. Dengan pasar sebesar itu, tak heran kalau 75% bisnis memiliki akun Instagram, baik untuk meningkatkan awareness atau revenue.

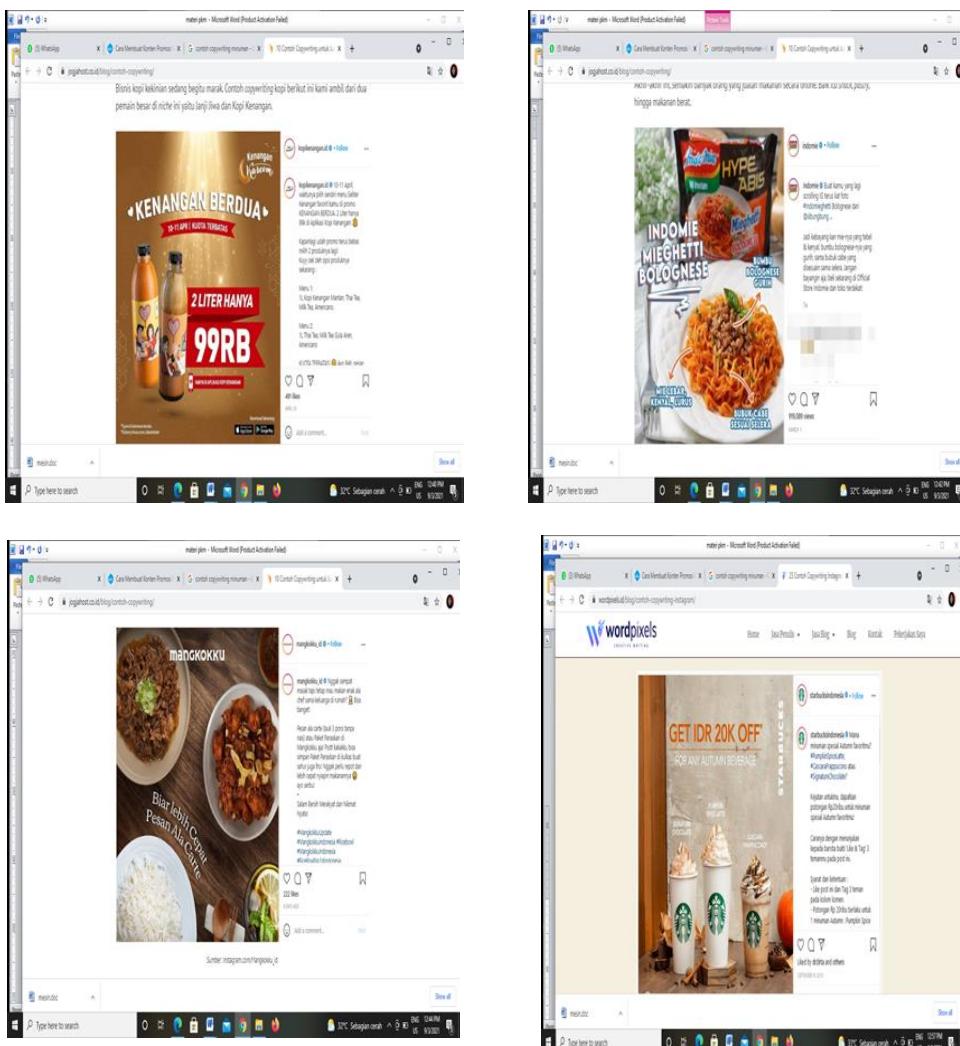
### Prinsip Copywriting Instagram

- a. Apa yang pelanggan Anda inginkan?  
Ketika Anda membuat copywriting Instagram, tidak hanya fokus pada produk yang Anda tawarkan. Coba pikirkan pelanggan Anda. Apa manfaat yang bisa pelanggan peroleh jika menggunakan produk atau jasa Anda?
- b. *Call-to-action* (CTA)  
Jelaskan pada pelanggan Anda, apa yang harus Anda lakukan agar iklan Anda berujung pada sales. Mungkin saja, Anda menawarkan buy 1 get 2 bagi yang like & share postingan Instagram Anda. Atau, Anda menawarkan gratis ongkir bagi yang men-tag kawan mereka di kolom komentar.

### Berikut ini adalah contoh kalimat-kalimat menarik untuk promosi

- a. Pecel Legendaris, Cara Enak dan Sehat Makan Sayur dengan Pecel Mak Mun
- b. Saatnya Makan Enak dan Tetap Sehat dengan Salad Nyo.
- c. Kapan Lagi Makan Enak Sepuasnya dan Cuma Bayar 50%? Cuma di Sei Sapi Tamalate

- d. Cake Edisi Hari Ibu, Diskon 20% Tanpa Syarat, Tunggu Apa Lagi, Segera di Mama cake.
- e. Sea Foods Weekend diskon 15% Tanpa Ongkir. Hanya di Nyamanna Daeng Sea Food
- Contoh postingan di Instagram



Gambar 1. Promosi di Instagram

#### 4. KESIMPULAN

Tujuan dan Kegunaan pengabdian masyarakat ini Secara umum, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan penjualan bagi para pedagang dengan menggunakan Bahasa Yang Baik dan Teknik Copywriting melalui Sosial Media. Kegiatan pengabdian ini sesuai dengan hasil quisioner, diharapkan akan memberikan manfaat bagi para pedagang untuk

meningkatkan kemampuan penjualan dan membuat profil para pedagang lebih dikenal oleh masyarakat.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan Terima Kasih yang sebesar-besarnya Penulis ucapkan kepada para Panitia, Instruktur dan para peserta yang telah mendukung terlaksana nya Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dan juga kepada Pihak IZI Sulawesi Selatan selaku Mitra dan Politeknik ATI Makassar sebagai tempat pelasanaan acara ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Kudus, Ulin Nuha. (2016). Belajar Copywriting. Diakses pada 22 Agustus 2021, dari <https://ulinnuhakudus.wordpress.com/2016/04/09/belajar-copywriting-apa-itu-copywriting/>
- [2] Maxmanroe. (2019). Bahasa Marketing yang Sangat Ampuh untuk Pemasaran Online. Diakses pada 29 Juli 2021, dari <https://www.maxmanroe.com/bahasa-marketing-yang-sangat-ampuh-untuk-pemasaran-online.html>