

---

## **Cap cut untuk meningkatkan penjualan mitra Samira Travel**

**Moh. Chairil Asmawan, Surya Jatmika, Briiliansa Rama Luthfi, Wahyu Indriyani**

Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Penulis korespondensi : Moh. Chairil Asmawan  
E-mail : Mca122@ums.ac.id

Diterima: 06 Agustus 2024 | Direvisi: 20 Agustus 2024 | Disetujui: 22 Agustus 2024 | © Penulis 2024

### **Abstrak**

Mitra Samira Travel mengalami kendala dalam hal pembuatan *content* digital, hal ini akan berpengaruh secara tidak langsung pada kuantitas penjualan mitra. Secara umum, mitra harus menunggu *share* dari kantor pusat atau mitra lain sehingga dapat menghambat proses penjualan. Maka dari itu, tujuan pengabdian ini adalah pelatihan membuat *content digital* untuk meningkatkan penjualan mitra Samira Travel. Kegiatan dilaksanakan di Kantor Cabang Samira Travel yang diikuti 31 mitra. Metode *Training of Trainer* digunakan dalam kegiatan ini dengan alokasi waktu 6 jam terdiri dari 3 jam teori dan 3 jam berikutnya adalah praktik secara langsung. Materi yang digunakan adalah cap cut. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa 29 mitra telah dapat menggunakan cap cut, sedangkan 2 mitra belum bisa menggunakan cap cut dikarenakan HP tidak mendukung. Hal ini ditunjukkan dengan hasil evaluasi yaitu: 1) Mitra dapat melakukan install aplikasi sebesar 93,54%; 2) Mitra dapat melakukan editing foto atau video sebesar 87%; 3) Mitra dapat melakukan editing suara sebesar 83,87%; 4) Mitra dapat menambahkan teks pada foto atau video sebesar 93,54%. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum, mitra Samira Travel dapat menggunakan cap cut untuk membuat *content digital*.

**Kata kunci:** *content digital*; mitra samira travel; penjualan

### **Abstract**

Samira Travel partners experience problems in creating digital content, this will indirectly affect the partner's sales quantity. In general, partners have to wait for shares from the head office or other partners, which can hamper the sales process. Therefore, the aim of this service is training to create digital content to increase sales of Samira Travel partners. The activity was carried out at the Samira Travel Branch Office which was attended by 31 partners. The Training of Trainers method is used in this activity with a time allocation of 6 hours consisting of 3 hours of theory and the next 3 hours of direct practice. The material used is stamp cut. The training results show that 29 partners have been able to use cap cut, while 2 partners have not been able to use cap cut because their cellphones do not support it. This is shown by the evaluation results, namely: 1) Partners can install applications at 93.54%; 2) Partners can edit photos or videos up to 87%; 3) Partners can perform sound editing of 83.87%; 4) Partners can add text to photos or videos at 93.54%. These results show that in general, Samira Travel partners can use cap cut to create digital content.

**Keywords:** content digital; marketing; samira travel partners.

---

## **PENDAHULUAN**

Iklan atau promosi adalah suatu bahasa komunikasi antara penjual dan pembeli. Komunikasi memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan suatu usaha. Komunikasi merupakan suatu proses seseorang menyampaikan sesuatu dengan maksud mempengaruhi seseorang untuk mengubah orang lain (Lestari 2022). Perkembangan teknologi membuat biaya iklan lebih murah, lebih cepat dan lebih mudah. Media sosial telah banyak digunakan oleh organisasi atau instansi sebagai bahasa

komunikasi (Luthfi and Mubarak 2023).

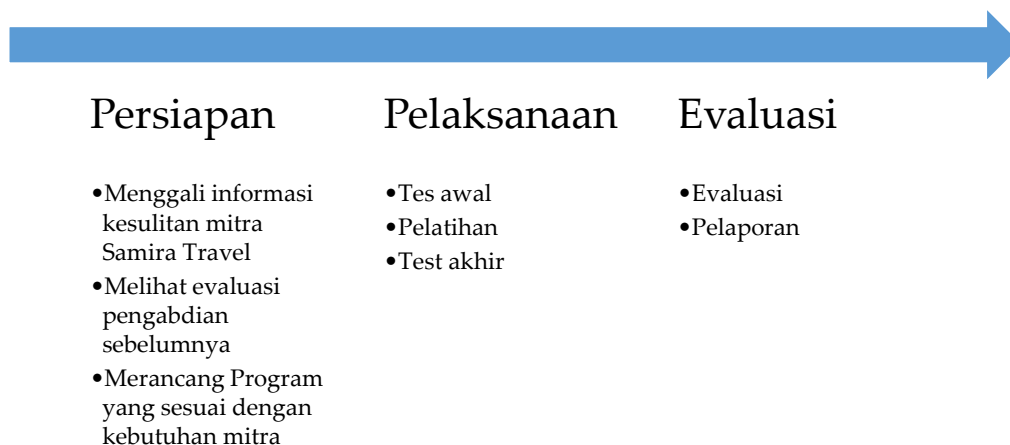
Penggunaan media digital dalam *marketing digital* sangat mendukung upaya mencapai efektivitas dan efisiensi dalam promosi dan transaksi dengan jangkauan wilayah luas dengan segmen yang banyak (Joko S.; Surya J.; Ahmad C.; Faizal M. 2022), juga dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing (Nugroho et al. 2023). *Digital marketing* adalah suatu upaya untuk memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi baik media sosial, web, dan e-commerce (Rahmayanie et al. 2022). Penelitian tentang media sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan antara lain: whatsapp business (Astria and Santi 2021; Chairil Asmawan et al. 2023; Suranto et al. 2022), tik tok (Lestari 2022), instagram (Aryani and Murtiariyati 2022; Roosinda and Salshabila 2021), facebook (Syaharullah, Yahya, and Syarif 2021).

Perkembangan media sosial ternyata belum diimbangi dengan kemampuan mitra Samira untuk membuat konten atau membuat bahan yang akan digunakan sebagai promosi. *Content Marketing* merupakan kegiatan pemasaran dimulai dari membuat, mendistribusikan dan memperkuat konten yang menarik, relevan dan berguna untuk kelompok tertentu (Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan 2017) yang dapat meyakinkan konsumen terhadap merk perusahaan (Atmanegara et al. 2023).

Secara nasional, jumlah penjualan Samira memang sudah sesuai target, 3000 jamaah per bulan yang berasal dari berbagai daerah dari Sabang sampai Merauke. Namun, secara per daerah khususnya Soloraya masih dibawah target, yaitu 1 pesawat per bulan, padahal targetnya adalah 3 pesawat tiap bulan. Salah satu permasalahan mitra Samira Travel adalah belum maksimal dalam membuat konten. Hal inilah yang menjadi dasar untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan sebelumnya yaitu optimalisasi whatsapp business diketahui bahwa masih ada beberapa mitra Samira Travel yang belum bisa membuat konten, baik dalam bentuk video maupun foto atau membuat flyer. Untuk itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan pengabdian sebelumnya.

## METODE

Program pendampingan mitra Samira Travel dalam pembuatan *content digital* dilaksanakan dengan kolaborasi antara satu dosen, dua mahasiswa dan satu mitra Samira Travel. Tim ini akan mendampingi 30 mitra Samira. Langkah-langkah pengabdian dapat dilihat dalam gambar 1.



**Gambar 1.** Metode Pengabdian Masyarakat.

Tahap satu yaitu tahap persiapan, identifikasi kebutuhan mitra Samira Travel melalui observasi awal. Observasi awal dilakukan secara tim yaitu mahasiswa yang mempunyai kompetensi dalam hal *content digital* dan mitra Samira Travel. Observasi awal ini menjadi kunci untuk mendalami kebutuhan mitra Samira Travel terkait *content digital*. Kegiatan selanjutnya di tahap persiapan ini adalah merancang program pelatihan yang cocok untuk mitra Samira Travel sesuai dengan kebutuhan dan karakter mitra Samira. Program yang akan digunakan untuk membuat *content digital* adalah menggunakan aplikasi capcut. Aplikasi ini dirasa cukup dan sesuai kebutuhan maupun karakter mitra Samira yang rata-rata

sudah di usia 40 tahun ke atas.

Tahap kedua adalah pelaksanaan. Tim pendampingan yang terdiri dari satu dosen, dua mahasiswa dan satu mitra Samira masing- masing mempunyai tugas. Dosen bertugas memberikan materi secara teori tentang capcut, satu mitra Samira bertugas memandu mitra Samira saat praktik, sedangkan dua mahasiswa mendampingi mitra Samira saat praktik menggunakan aplikasi capcut. Tahap ketiga adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk melihat seberapa efektif kegiatan pendampingan ini dengan menggunakan angket kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan telah dilaksanakan tanggal 11 Mei 2024 di Kantor Cabang Samira Travel Sukoharjo. Kegiatan pendampingan dilaksanakan dua tahap yaitu penjelasan materi dengan metode ceramah dilanjutkan dengan tanya jawab yang dilaksanakan dari jam 13.00-15.00 dan pendampingan praktik secara langsung dari jam 15.30-17.30.

Tahap satu, yaitu materi tentang capcut yang diberikan secara teori terlebih dahulu. Materi dimulai dari membuka mindset mitra Samira, mengapa menggunakan capcut, bagaimana penggunaannya. Presentasi dilaksanakan selama dua jam dengan metode ceramah kemudian satu jam berikutnya sesi diskusi membahas kendala dan permasalahan yang dihadapi mitra Samira. Peserta pelatihan sangat antusias dalam mendengarkan penjelasan materi capcut, seperti terlihat dalam gambar 1.

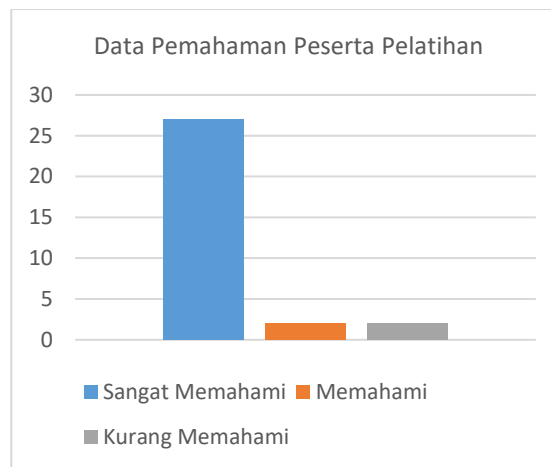


**Gambar 2.** Mitra Samira Travel sangat antusias saat sesi teori

Mitra Samira yang hadir dan mengikuti pelatihan berjumlah 31 peserta. Dari jumlah tersebut, 27 peserta menyatakan sangat memahami, 2 peserta menjawab memahami, dan 2 peserta menjawab kurang memahami. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 29 peserta menyatakan mampu memahami penjelasan materi dengan metode ceramah yang dilanjutkan dengan sesi diskusi. Hasil tersebut dapat digambarkan dalam bentuk gambar 2.

Tahap pelaksanaan yang kedua adalah praktik secara langsung menggunakan handphone masing- masing mitra yang dipandu oleh satu mitra Samira dan dua mahasiswa. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua jam dari jam 15.30-17.30. Kegiatan pelatihan dimulai dari aplikasi capcut terlebih dahulu. Langkah-langkah pelaksanaan praktik adalah: 1) menginstall aplikasi capcut; 2) Buka aplikasi cap cut; 3) Klik edit kemudian klik proyek baru; 4) Pilih foto atau video; 5) Klik Audio lalu pilih suara; 6) Pilih lagu sesuai genre atau selera; 7) Klik edit bagian paling bawah sendiri untuk

menambahkan teks, filter, stiker dan lainnya; 8) Klik ekspor untuk mendownload dan membagikan ke media sosial. Hasil pelatihan dapat dilihat dalam gambar 3.



Gambar 3. Data Pemahaman Peserta Pelatihan



Gambar 4. Hasil Video Cap Cut

Tahap terakhir dari kegiatan pelatihan ini adalah evaluasi. Hasil evaluasi diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. Data Evaluasi Kegiatan

No.	Aspek	Indikator Keberhasilan
1.	Install Aplikasi Cap Cut	93,54%
2.	Editing Foto atau Video	87%
3.	Editing Suara	83,87%
4.	Menambahkan teks pada foto atau video	93,54%

Cap cut untuk meningkatkan penjualan mitra Samira Travel

Hasil pelatihan secara keseluruhan, mitra Samira Travel dapat menginstall dan menggunakan aplikasi cap cut untuk membuat *content digital*. Kemampuan ini akan meningkatkan kompetensi mitra Samira khususnya dalam memasarkan produknya yaitu menjalankan bisnis jasa umrah dan haji.

Kemampuan mitra Smaira Travel dalam membuat *content digital* menggunakan cap cut akan menumbuhkan personal branding. Hasil ini juga sesuai dengan kegiatan pengabdian (Ismaun, Farid Wajidi 2023) yang menyatakan bahwa cap cut dapat meningkatkan personal branding anggota Kawao Art Management. Kemudahan dalam menggunakan cap cut juga dirasakan oleh staf kelurahan Paledang Kota Bogor. Cap cut digunakan staf kelurahan untuk mempublikasikan hasil kegiatannya kepada masyarakat (Surniandari et al. 2023). Penggunaan cap cut tidak hanya digunakan dalam dunia bisnis saja, akan tetapi juga digunakan dalam dunia pendidikan untuk membuat video ajar (Yulius and Sartika 2022). *Content* video sangat menarik bagi semua lapisan masyarakat khususnya bagi peserta didik, sehingga memungkinkan video tersebut menjadi media pembelajaran. Pemahaman dan hasil belajar peserta didik salah satunya ditentukan oleh media pembelajaran yang menarik (April et al. 2021)

Manfaat *content digital* ini juga dirasakan pelaku UMKM daerah Kabupaten Agam. Pelaku UMKM di daerah ini disarankan menggunakan media sosial instagram untuk memasarkan produknya. Pengabdian yang dilakukan (Sari et al. 2024) ini menitikberatkan pada membuat "caption" yaitu pesan yang ditambahkan dalam foto atau video. Kemudahan dan banyaknya media sosial yang digunakan untuk memasarkan produk, mengenalkan produknya, bahkan ada juga yang menggunakan media sosial untuk sosialisasi pemilu. Hal ini dilakukan oleh (Anak Agung Sagung Vitria Maheswari 2024) dalam kegiatan pengabdian yaitu sosialisasi Pemilu 2024 menggunakan media sosial. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Sophya juga terkait dengan *content digital*, namun lebih spesifik dengan tema konten kreatif dan menggunakan *adobe flash* dalam membuat konten (Marpaung, Riche, and Darwin 2023)

## SIMPULAN DAN SARAN

Kemudahan dalam menggunakan cap cut dapat menambah motivasi mitra Samira Travel untuk membuat story di media sosial manapun. Motivasi yang meningkat harapannya adalah penjualan juga meningkat secara signifikan. Saran untuk pengabdian berikutnya adalah pelatihan dalam menggunakan canva, sehingga pelaku UMKM dapat membuat poster, flyer, brosur, spanduk dan kartu ucapan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPMPP) Universitas Muhamadiyah Surakarta yang telah mendukung dalam pembiayaan kegiatan ini melalui skim Pengembangan Individual Dosen (PID). Ucapan terima kasih juga ditujukan untuk Samira Travel khususnya Kantor Cabang Samira Travel Sukoharjo yang telah memberikan ijin kegiatan serta ikut berpartisipasi secara kolaboratif dalam kegiatan pengabdian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anak Agung Sagung Vitria Maheswari, Kadek Julia Mahadewi. 2024. "Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Sarana Peningkatan Partisipasi Pemilihan." *MARTABE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7:1166–71.
- April, Fitri, Yanti Muhammad, Ahmad Walid, and Raden Gamal Tamrin. 2021. "Pembuatan Konten Online Learning Untuk Guru MTs Darussalam Kota Bengkulu The Online Learning Content Creation for Teachers in MTs Darussalam , Bengkulu City." *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(2):38–45.
- Aryani, Indita Dewi, and Dita Murtiariyati. 2022. "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2(2):466–77. doi: 10.32477/jrabi.v2i2.479.
- Astria, Dela, and Mei Santi. 2021. "Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran

- Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* 8(2):246–70.
- Atmanegara, Stivaniyanti, I. Dewa, Made Yuda, M. Habibullah Arief, ) Program, Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. 2023. "Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Desa Candijati." *Communnity Development Journal* 4(3):5958–62.
- Chairil Asmawan, Moh, Rochman Hadi Mustofa, Habil Azhar Hendrawan, and Kartika Thoyibbah. 2023. "Optimalisasi Whatsapp Business Untuk Meingkatkan Penjualan Mitra Samira Travel." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7(1):123–32.
- Ismaun, Farid Wajidi, M. Imam Quraisy. 2023. "Peningkatan Kemampuan Personal Branding Melalui Aplikasi Capcut Video Editor Pada Anggota Kawao ART Management.Pdf." *ABDIMAS UNIPOL: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2).
- Joko S.; Surya J.; Ahmad C.; Faizal M. 2022. "Pengembangan Usaha Kelompok Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) PDA Sukoharjo Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet." *J-ABDIPAMAS* 6(2):131–44.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Lestari, Yosi elisa. 2022. "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Produk Kecantikan Wardah." *J-Sikom* 3(2):81–93. doi: 10.36085/jsikom.v3i2.4135.
- Luthfi, Mohammad, and Muhammad Taufiq Mubarak. 2023. "Efektivitas Instagram Sebagai Media Informasi Pondok Modern Darul Hijrah Putra Martapura." *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 15(2):161–79.
- Marpaung, Sophya Hadini, Riche Riche, and Darwin Darwin. 2023. "Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Konten Interaktif Menggunakan Adobe Flash Di Smk Sultan Iskandar Muda." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7(3):1821. doi: 10.31764/jpmb.v7i3.16805.
- Nugroho, Alexander Okta, Arif Yunanto, Natanael Kristolife, Ardana Hadi, and Herry Wijaya. 2023. "Pemanfaatan Media Digital Untuk Mendukung Kegiatan." *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7(4):2954–61.
- Rahmayanie, Ananda Muslimah, Aliftya Virgy Afiffah, Indah Dewi Anggraini, Hardika Dwi Hermawan, Latutik Mukhlisin, and Dani Kurniawan. 2022. "Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing Di Konveksi BUMDes." *Buletin KKN Pendidikan* 4(2):123–32. doi: 10.23917/bkkndik.v4i2.19186.
- Roosinda, Fitria Widiyani, and Farah Aulia Salshabila. 2021. "Rebranding Koperasi Intako Melalui Program Redecor Showroom Dan Pemberdayaan Digital Marketing." *Warta LPM* 24(2):176–86. doi: 10.23917/warta.v24i2.10727.
- Sari, Chitra Indah, Syukri Iska, Himyar Parizal, Khairul Marlin, Khairulis Shobirin, and Yeni Melia. 2024. "Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Yang Terhimpun Di Dalam Forum UMKM Kabupaten Agam." *MARTABE:Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7:1160–65.
- Suranto, Suranto, Dhany Efita Sari, Sabar Narimo, Titik Ulfatun, Rochman Hadi Mustofa, Joko Suwandi, Muhammad Fahmi Johan Syah, Surya Jatmika, Tri Nur Wahyudi, Mohammad Chairil Asmawan, Yovi Annang Setiyawan, and Habil Azhar Hendawan. 2022. "Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(1):123–36.
- Surniandari, Artika, Sri Wasiantyanti, Lisda Widiastuti, and Lila Dini Utami. 2023. "Workshop Aplikasi Cap Cut Untuk Meningkatkan Kualitas Publikasi Kegiatan Bagi Staff Kelurahan Paledang Kota Bogor." *Suluh Abdi* 5(2):135. doi: 10.32502/sa.v5i2.7422.
- Syahrullah, Muhammad Yahya, and Ahmad Syarif. 2021. "Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi." *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 12(2):27–38.
- Yulius, Yosef, and Dewi Sartika. 2022. "Pelatihan Membuat Video Ajar Malalui Aplikasi Capcut Dan Az Screen Sebagai Media Pembelajaran Di SMP 30 Palembang." *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7(2):97–105. doi: 10.36312/linov.v7i2.649.