



**SOSIALISASI PENGENALAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIA PROMOSI BAGI UMKM DI PEKON
PANDANSARI SELATAN**

***SOCIALIZATION OF INTRODUCTION AND USE OF SOCIAL MEDIA AS
PROMOTIONAL MEDIA FOR UMKM IN PEKON
SOUTH PANDANSARI***

Elisabet Yunaeti Anggraeni¹⁾, Sri Hartati, ²⁾Tri Susilowati³⁾, Suyono ⁴⁾,

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾ Institut Bakti Nusantara Lampung

¹⁾elisabet.sugianto@yahoo.co.id, ²⁾srihartatiskom.mti@gmail.com

Article History:

Received: June 07th, 2023

Revised: June 18th, 2023

Published: June 20th, 2023

Abstract: *This community service activity discusses how to provide socialization or learning to the community in the use of socialization media for the community in South Pandansari Village. With this socialization activity, it is hoped that the community in Pekon Pandansari Selatan can maximize the use of social media to promote MSMEs to the wider community in order to obtain wider market potential. This community service activity gave the result that the use of social media provides good prospects for increasing sales figures for MSME products in the South Pandansari village which is very lacking in terms of promotion. This is because the digital marketing system provides an online buying and selling platform that will facilitate the ordering and purchasing process. So that buyers can interact with MSME owners to make transactions directly. In addition, the reach of the sales area will be wider so that it will increase people's income.*

Keywords: Social media, UMKM, Promotion, Pekon Pandansari Selatan

Abstrak

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini membahas bagaimana memberikan sosialisasi ataupun pembelajaran kepada masyarakat dalam pemanfaatan media sosialisasi bagi masyarakat di pekon Pandansari Selatan. Dengan kegiatan sosialisasi ini diharapkan masyarakat di Pekon Pandansari Selatan dapat lebih memaksimalkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan UMKM kepada masyarakat luas agar mendapatkan potensi pasar yang lebih luas. Pada kegiatan pengabdian pada masyarakat kali ini memberikan hasil bahwa pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di pekon Pandansari Selatan yang sangat kurang dalam hal promosi. Hal ini disebabkan karena sistem pemasaran menggunakan media sosial menyediakan platform jual beli secara online yang akan memudahkan proses pemesanan dan pembelian. Sehingga pembeli dapat berinteraksi dengan pemilik UMKM untuk melakukan transaksi secara langsung. Selain itu jangkauan wilayah penjualan akan lebih luas sehingga akan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kata kunci : Media sosial, UMKM, promosi, Pekon Pandansari Selatan

PENDAHULUAN

Menurut Muhammad Rustam (Rustam, 2017) Internet merupakan sarana promosi dalam memperkenalkan UMKM yang ada di Pekon Pandansari Selatan. Saat ini transaksi bisnis melalui internet merupakan suatu fenomena dalam pengembangan bisnis baru. Manfaat internet yang merupakan perkembangan teknologi merupakan sarana yang bagus untuk mempromosikan, memperkenalkan dan memasarkan produk baik itu barang ataupun jasa. Pemasaran di media sosial sangat menjanjikan untuk peningkatan pendapatan dengan lebih efektif tanpa dibatasi ruang dan waktu. Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia saat kondisi negara dalam pandemi Covid-19 saat ini memiliki dampak besar terhadap segala aspek dan sektor di kehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi. Kehadiran covid-19 sangat mempengaruhi situasi ekonomi diseluruh dunia.

Menurut Fedianti Agustina (Fedianti Agustina, 2019) Media sosial merupakan sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Ada beberapa media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Youtube, Tik Tok. Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan menarik sehingga banyak orang yang sangat minat dalam melihat dan membeli. Menurut Katly Novita Sidauruk (Sidauruk, 2021) Tiktok adalah media yang berupa audio visual, media sosial ini bisa dilihat dan bisa juga didengar. Aplikasi Tik Tok adalah aplikasi yang mampu memberikan special effects unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunaannya dengan mudah sehingga dapat membuat video pendek dengan hasil yang keren serta dapat dipamerkan kepada teman-teman dan pengguna lainnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi bisa melihat video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

Selanjutnya, pada penelitian Maivy Hastuti (2021) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Youtube Terhadap perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini” menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan aplikasi Youtube berpengaruh terhadap perkembangan sosial anak, dengan pengaruh positif sebesar 13%. Dari kedua jurnal yang telah peneliti gunakan sebagai acuan, maka dapat dilihat bahwa penelitian tersebut menyatakan terdapat pengaruh namun bersifat negative bagi anak-anak. Aplikasi youtube dan tiktok memiliki kesamaan fitur didalamnya yakni sebagai media sosial pembagi audio visual yang sedang mendunia pada saat ini. Pada aplikasi ini, pengguna dapat membagikan berbagai foto atau tangkapan layar, dan berinteraksi dengan sesama pengguna lainnya dengan mudah dan menarik karena bisa langsung berinteraksi dengan komentar-komentar pengguna saat penjual sedang live. Instagram adalah sebagai media penyampaian informasi, sebagai sarana promosi produk, dan iklan (Fadli, 2021). Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam suatu bidang bisnis. Instagram memiliki beberapa manfaat untuk

para pebisnis guna membangun dan mengembangkan brand suatu bisnis. Instagram juga mempunyai beberapa platform yang juga bisa digunakan dengan mudah dan dapat berinteraksi dengan pengguna lain.

Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Masyarakat di Pekon Pandansari Selatan sangat tertarik untuk mengembangkan UMKM menggunakan media sosial dengan lebih mudah dan menarik melalui media sosial yang mudah didapat di android masing-masing yang dapat digunakan dengan optimal. Melalui instagram, tik tok, whatsapps, youtube, dapat digunakan untuk melakukan promosi dengan cepat tanpa dibatasi jarak dan waktu mengurangi biaya untuk promosi secara manual.

METODE

Metode pelaksanaan dalam penulisan laporan ini menggunakan metode kualitatif yaitu metode penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman terhadap suatu yang akan dikaji. Dalam penulisan laporan ini, penulis melakukan beberapa teknik pengumpulan data yang diperlukan yaitu : a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan di Pekon Pandansari Selatan. b. Wawancara yaitu penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak Pekon Pandansari Selatan. c. Dokumentasi Data yang diperoleh adalah data empiris yang valid, reliabel dan objektif. Valid menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya.

HASIL

Media Sosial adalah platform yang paling banyak diakses oleh semua orang. Selain itu, dalam pengaksesan media sosial dapat dengan mudah dilakukan oleh semua kalangan dari kalangan tua hingga kalangan muda. Sehingga, dengan melakukan promosi yang lebih giat dan cepat di media sosial yang tentunya dapat meningkatkan pemasaran, walaupun hasil promosi penjualan yang dilakukan belum meningkat secara signifikan mengingat jangka waktu. Para pelaku UMKM cukup beragam dalam menggunakan media sosial, seperti halnya Whatsapp, tiktok dan Instagram. Jika dilihat para pelaku UMKM lebih sering menggunakan Instagram untuk mempromosikan barangnya karena dirasa mudah untuk sebagian pelaku UMKM. Selain itu, ada pula yang belum menggunakan media sosial dikarenakan adanya kendala seperti tidak mempunyai handphone android yang memadai dan karena kendala usia sehingga kurang paham dalam menggunakan media sosial. Jenis Promosi yang digunakan pelaku UMKM secara keseluruhan, pelaku UMKM mempromosikan barang atau jasa hasil jualannya dengan menawarkan secara langsung ke orangnya karena cara tersebut dirasa mudah, murah dan baik produsen maupun konsumen dapat secara langsung melihat produk yang dijual sehingga dapat menimbulkan kepercayaan diantara keduanya dibandingkan aktivitas pengabdian kepada masyarakat yaitu edukasi pengenalan dan pemanfaatan E-commerce sebagai media penjualan online yang dilakukan oleh narasumber disampaikan secara langsung dan dapat disaksikan oleh para pelaku UMKM di Gedung Pandansari Selatan. Pelaku UMKM atau kegiatan masyarakat yang sedang mengembangkan usahanya dapat lebih mudah dalam menerima materi dan tertarik karena mudah juga dipahami dalam setiap materi yang diberikan. Usaha UMKM dan usaha-usaha dari masyarakat pekon Pandansari Selatan lebih

bervariasi karena mereka tidak harus menggunakan modal yang besar, cukup upload produk di media sosial maka transaksi akan lebih mudah. Mahasiswa berperan sebagai penyelenggara acara pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 1. Suasana kegiatan pengabdian

Kegiatan ini dimulai dengan sambutan ketua pelaksana, dosen pembimbing, dan Kepala Pekon Pandansari Selatan. Setelah itu dilanjutkan dengan pemaparan materi yang diberikan oleh narasumber dalam bentuk presentasi kepada para pelaku UMKM dengan tema “**Sosialisasi Pengenalan dan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi bagi UMKM di Pekon Pandansari Selatan**” yang disampaikan oleh Ibu Elisabet Yunaeti Anggraeni, MTI dan Bapak Sucipto, M. Kom.

PEMBAHASAN

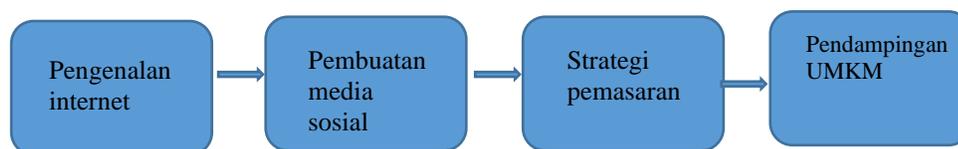
Dalam Kegiatan PkM ini telah memberikan manfaat bagi para peserta khususnya para pelaku UMKM yang ada di Pekon Pandansari Selatan, Kabupaten Pringsewu. Kegiatan ini memberikan wawasan tentang pengertian manfaat media sosial sebagai media untuk promosi dalam proses transaksi jual beli produk atau jasa yang dilakukan menggunakan media sosial yang dimiliki di masing-masing android masyarakat yang mengikuti acara tersebut. Selanjutnya, para peserta PkM mendapatkan pengetahuan tentang istilah media sosial yang populer dan sering digunakan di Indonesia.

Kegiatan ini diawali dengan pengenalan teknologi informasi dan dampak adanya perkembangan teknologi informasi khususnya dalam dunia usaha. Selanjutnya, para peserta UMKM diberikan penjelasan tentang pengertian media sosial yang ada di Indonesia. Peserta

UMKM juga tidak buta tentang media sosial yang ada hanya belum mengerti cara penggunaannya secara optimal. Peluang penggunaan sosial media terhadap penjualan produk UMKM dapat berpengaruh apabila dilakukan secara optimal dari segi lamanya waktu promosi dan adanya pengembangan dalam strategi pemasaran seperti halnya meningkatkan kreatifitas produk sehingga semakin beragam produk yang bisa dijual, mengoptimalisasi sosial media yang ada untuk menambah jaringan relasi pemasaran serta mengalokasikan dana untuk meningkatkan teknologi informasi sehingga mempermudah pemasaran produk, contohnya memasang iklan digital pada sosial media yang dapat memperluas pangsa pasar. Adapun iklan digital lebih efektif dan murah dibandingkan iklan tradisional seperti sales, brosur, banner atau katalog yang dapat memakan biaya lebih besar.

Selanjutnya, dalam kegiatan pengabdian ini, tim PkM mengidentifikasi beberapa aspek pendukung aktivitas, diantaranya adalah:

1. Partisipasi dan dukungan dari pihak pemerintah Pekon Pandansari Selatan dalam menyediakan tempat serta fasilitas untuk peserta.
2. Para peserta pelaku UMKM memiliki keinginan untuk memperoleh pengetahuan penggunaan media sosial secara optimal.
3. Para pelaku UMKM sangat antusias untuk melakukan tanya jawab dengan narasumber.
4. Para pelaku UMKM membutuhkan pendampingan lanjutan untuk program-program promosi di media online.



Gambar 2. Skema pengabdian

KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk pelaku UMKM di Pekon Pandansari Selatan Kabupaten Pringsewu dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Masyarakat khususnya para pelaku UMKM Pekon Pandansari Selatan memperoleh banyak informasi dan edukasi tentang pemanfaatan media sosial dan dampak serta perkembangannya bagi usaha mereka.
- 2) Masyarakat dan para pelaku UMKM dapat mengenal lebih banyak berbagai jenis media sosial yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha mereka serta memberikan pemahaman tentang kemudahan dan manfaat yang akan didapat dengan berjualan secara online.
- 3) Masyarakat dan pelaku UMKM lebih dapat mengembangkan usahanya dalam segala bidang tanpa harus memiliki ruko.
- 4) Diperlukan sosialisasi lanjutan bagi masyarakat dan pelaku UMKM untuk pengembangan usahanya.

PENGAKUAN

Tim pengabdian kepada masyarakat, dosen Institut Bakti Nusantara mengucapkan terimakasih kepada Rektor dan LPPM Institut Bakti Nusantara (IBN) Lampung yang telah memberi dukungan finansial terhadap kegiatan pelatihan ini. Terima kasih untuk seluruh aparat pekon Pandansari Selatan, masyarakat dan pelaku UMKM yang sudah hadir.

DAFTAR REFERENSI

- Fedianti Agustina, W. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai sarana promosi makanan ringan keripik singkong dikabupaten Sampang. *Dialektika*.
- Rustam, M. (2017). Internet dan penggunaannya. *Studi Komunikasi dan Media*.
- Sidauruk, K. N. (2021). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai media promosi baru oleh Bigissimo.id dimasa pandemi. *Atmajaya Yogyakarta*.
- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. 2005. Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 8. Yogyakarta: Andi Offset.
- Septiana, Eka & Widayani, Anna. 2020. Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran: Kompetitif*. Vol. 5 No.1 Oktober 2020. Hal :133–142
- Turban, Efraimdan King, David (2012). *Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives (7th Edition)*. Prentic Hall.
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo