

Optimasi Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Konteks Digital Marketing Pada UMKM Borneo Istimewa

Ali Mustopa¹, Lisnawanty², Rabiatus Sa'adah³, Rizka Dahlia⁴

¹²³⁴Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: alimustopa.aop@bsi.ac.id¹, lisnawanty.lsy@bsi.ac.id²,
rabiatus.rbh@bsi.ac.id³, rizka.rzl@bsi.ac.id⁴

Abstrak

Media sosial, sebagai platform online, memberikan kemudahan dalam berbagi konten dan berinteraksi. Sebagai alat promosi, media sosial menawarkan keuntungan meningkatkan visibilitas produk dan interaksi dengan target audiens. Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Keberadaan media sosial memungkinkan interaksi lebih luas, memperluas jejaring, dan mengatasi kendala jarak serta waktu. Meski demikian, analisis menunjukkan bahwa sebagian besar anggota UMKM Borneo Istimewa masih kurang memahami potensi media sosial. Ketidakpahaman ini dapat mengakibatkan kurangnya pengenalan produk, kesulitan dalam pemasaran, dan hambatan promosi. Pemanfaatan media sosial menjadi solusi untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar, dan mengatasi kendala promosi. Oleh karena itu, pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial menjadi krusial untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota UMKM, diharapkan membawa dampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM Borneo Istimewa.

Kata Kunci: Media Sosial; Pemasaran; UMKM; Pelatihan; Visibilitas Produk.

Abstract

Social media, as an online platform, facilitates ease in content sharing and interaction. Serving as a promotional tool, it offers advantages in enhancing product visibility and engaging with target audiences. With the right strategies, social media can be an effective marketing tool. The existence of social media enables broader interaction, expands networks, and overcomes distance and time constraints. However, analysis indicates that a significant number of members in UMKM Borneo Istimewa still lack a comprehensive understanding of the potential of social media. This lack of understanding can result in insufficient product recognition, marketing challenges, and promotional barriers. Leveraging social media becomes a solution to improve product visibility, expand the market, and overcome promotional challenges. Therefore, training on social media utilization is crucial to enhance the understanding and skills of UMKM members, expecting a positive impact on the growth and sustainability of UMKM Borneo Istimewa.

Keywords: Social Media; Marketing; UMKM; Training; Product Visibility;

1. PENDAHULUAN

Misi perguruan tinggi adalah melaksanakan Tri Dharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat). Ketiga hal ini harus dijalankan secara seimbang dan Aktivitas civitas akademika perguruan tinggi berlandaskan Tri Dharma perguruan tinggi harus terus disesuaikan mengikuti tuntutan, perkembangan dan kebutuhan zaman (Lian, 2019). Pengabdian masyarakat adalah kegiatan yang dilakukan untuk berkontribusi terhadap masyarakat sekitar sebagai salah satu wujud tridharma perguruan tinggi (Warjiyono et al., 2021).

Media sosial adalah media online seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya yang memungkinkan penggunaannya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Hal ini memudahkan kita berinteraksi dengan lebih banyak orang, memperluas hubungan, menghilangkan kendala jarak dan waktu, memudahkan kita mengekspresikan diri, menyampaikan informasi lebih cepat, dan biaya lebih murah (Istiani & Islamy, 2020).

Dalam komunikasi pemasaran terdapat pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Promosi

adalah sesuatu yang perlu dilakukan setiap bisnis. Hal terpenting dalam promosi adalah menciptakan pesan menarik yang efektif menarik perhatian konsumen (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Setiap tahun kredit kepada UMKM mengalami pertumbuhan dan hal ini menunjukkan bahwa iklim investasi dan pertumbuhan ekonomis sangat kondusif (Sarfiah et al., 2019). UMKM Borneo Istimewa merupakan salah satu UMKM di Kota Pontianak yang memiliki permasalahan kurangnya pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk promosi.

Dari penjelasan diatas dilakukan Seminar Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Konteks Digital Marketing Pada UMKM Borneo Istimewa Khatulistiwa. Universitas Bina Sarana Informatika merupakan salah satu Perguruan Tinggi di Indonesia merespon akan kebutuhan akan hal tersebut, maka dalam rangka Tridarma Perguruan Tinggi, Universitas Bina Sarana Informatika akan menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa kegiatan Seminar “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Konteks Digital Marketing Pada UMKM Borneo Istimewa”.

2. METODE PENELITIAN

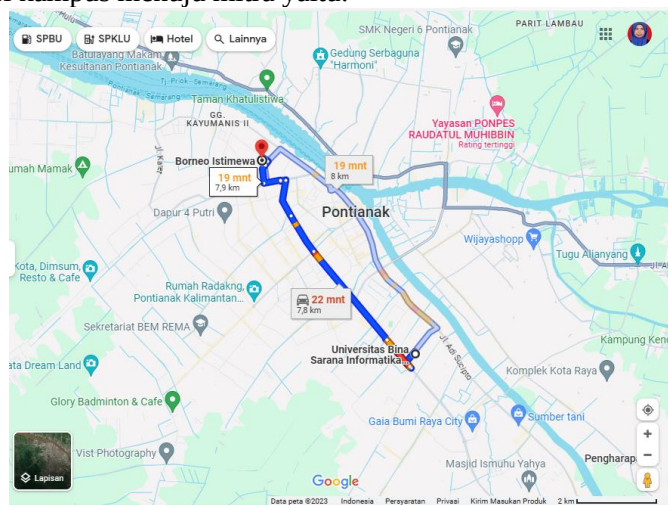
Analisis Situasi

UMKM Borneo Istimewa merupakan salah satu UMKM di Kota Pontianak yang memiliki permasalahan kurangnya pengetahuan akan membuat promosi produk dengan fasilitas media sosial yang sering digunakan. Setelah dianalisa, masih banyak anggota UMKM Borneo Istimewa yang masih kurang pemahaman akan penggunaan media sosial. Sehingga membuat produk yang dijual kurang terkenal, jika menggunakan media sosial akan lebih mudah dalam melakukan pemasaran produk serta meringankan harga promosi.

Oleh karena itu dilakukan kegiatan Seminar Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Promosi dalam Konteks Digital Marketing Pada UMKM Borneo Istimewa

Peta Lokasi Mitra

Berikut peta lokasi kampus menuju mitra yaitu:



Gambar 1. Peta lokasi Mitra

Permasalahan Mitra

Permasalahan anggota UMKM Borneo Istimewa melibatkan sejumlah isu yang mencakup berbagai aspek. Adapun permasalahan pada anggota UMKM Borneo Istimewa mencakup hal-hal berikut ini.

- Kurangnya pengetahuan tentang penggunaan media sosial
Pelaku UMKM masih kurang pengetahuan mengenai penggunaan media sosial yang tepat, penggunaan media sosial hanya sebagai kebutuhan pribadi saja, sedangkan media sosial bisa diperuntukkan dalam melakukan penjualan online.
- Kurangnya pengetahuan dalam membuat promosi penjualan
Pelaku UMKM masih minim pengetahuan dalam pembuatan promosi penjualan, mereka melakukan penjualan hanya berdasarkan mulut ke mulut saja tidak menggunakan fasilitas digital yang sudah ada dan bahkan sering digunakan.
- Kurangnya pengetahuan pemanfaatan media sosial dalam pembuatan promosi

Dengan permasalahan di atas menimbulkan kurangnya pemanfaatan media sosial dalam melakukan promosi produk. Sehingga, produk yang dijual belum terkenal serta membuat produk hanya dilakukan secara musiman.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan di UMKM Borneo Istimewa Pontianak . Kategori peserta yang akan diberikan pelatihan adalah sebanyak 50 Peserta serta tim tutor yang merupakan dosen dari UBSI PSDKU Pontianak, dengan jenjang pendidikan S2 serta dibantu beberapa mahasiswa/i UBSI PSDKU Pontianak sebagai pendamping peserta. Kegiatan pelatihan dilaksanakan tanggal 9 Desember 2023 dengan susunan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

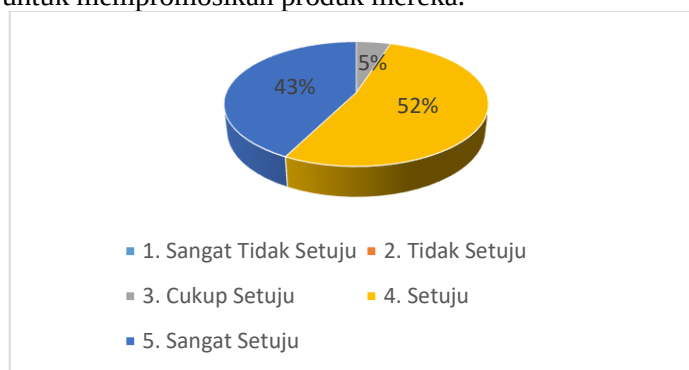
Tabel 1. Susunan Pelaksanaan Kegiatan

Tanggal	Waktu	Tempat	Kegiatan
20 Oktober 2023	08.00	UMKM	Observasi, Audiensi dan Pemilihan tempat kegiatan
28 November 2023	–	Borneo	Perembukan tema dan pembuatan proposal
6 Desember 2023	12.00	Istimewa	Pengajuan proposal dan persiapan materi
9 Desember 2023			Kegiatan Pelatihan
22 Desember 2023			Pembuatan Laporan

Dalam kegiatan pelatihan pembuatan media ajar menggunakan , berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab anggota tim yaitu:

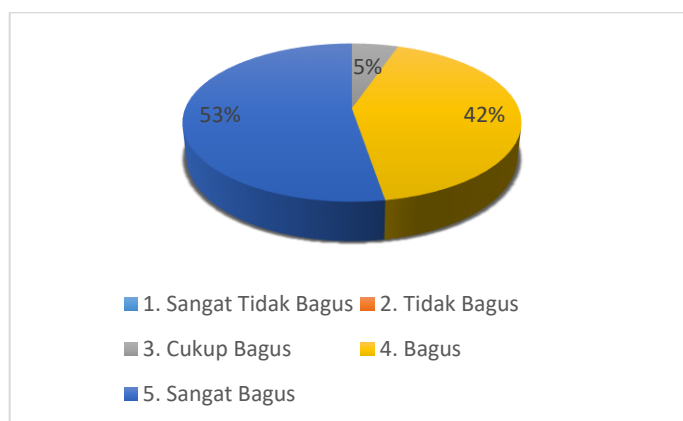
Ketua : Ali Mustopa, M.Kom
Koordinator Tutor : Lisnawanty, S.T, M.Kom
Tim Tutor : Rabiatus Sa'adah, M.Kom, Rizka Dahlia, M. Kom

Pelatihan optimasi penggunaan media sosial sebagai alat promosi dalam konteks digital marketing pada UMKM Borneo Istimewa yang dilaksanakan pada 9 Desember 2023 lalu telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peserta dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Pelatihan yang dihadiri oleh 40 penggiat usaha ini diberikan materi tentang dasar-dasar media sosial, strategi digital marketing, pembuatan konten promosi, dan analisis data media sosial. Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan ini dan mengaku memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka.



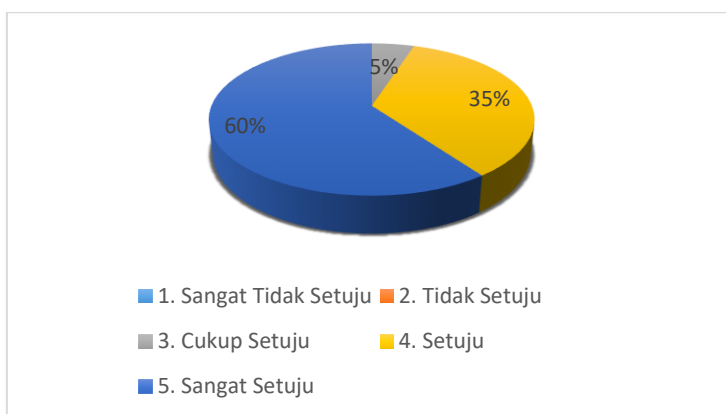
Gambar 2. Grafik Penambahan Wawasan, Pengetahuan, Keterampilan, dan Keahlian

Grafik di atas menunjukkan bahwa para peserta merasa kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keahlian mereka.



Gambar 3. Grafik Kepuasan Peserta Tentang Pendampingan Tutor

Para peserta Pengabdian Masyarakat juga memberikan penilaian positif terhadap kinerja tutor yang bertugas selama kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung. Tutor dinilai sangat membantu peserta dalam mengatasi kendala yang mereka alami selama kegiatan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 4. Grafik Kesesuaian Materi Dengan Kebutuhan Wawasan Peserta

Mayoritas peserta Pengabdian Masyarakat menilai bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan mereka saat ini. Pelatihan ini tak hanya sekedar memberi mereka bekal pengetahuan baru, melainkan juga membuka pintu ke berbagai manfaat nyata dan berkelanjutan. Berikut beberapa di antaranya:

1. Para peserta merasa bahwa kegiatan ini telah memberikan mereka pengetahuan dan keterampilan yang berharga tentang bagaimana menggunakan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Mereka kini dapat membuat konten media sosial yang menarik dan informatif, serta menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasar mereka secara lebih efektif.
2. Kegiatan ini telah membantu para peserta untuk lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan bisnis mereka. Mereka kini lebih berani untuk mencoba hal-hal baru dan mengambil risiko.
3. Kegiatan ini telah memicu semangat para peserta untuk terus belajar dan berkembang. Mereka kini memiliki motivasi yang kuat untuk terus bertumbuh dan memanfaatkan ilmu yang diperoleh untuk meraih kesuksesan di masa depan.

4. KESIMPULAN

Pelatihan optimasi penggunaan media sosial untuk UMKM Borneo Istimewa telah memberikan manfaat yang nyata bagi para peserta, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi yang efektif.

Setelah mengikuti pelatihan ini, para peserta kini dapat membuat konten media sosial yang menarik dan informatif, serta menggunakan media sosial untuk menjangkau target pasar mereka secara lebih efektif. Selain itu, pelatihan ini juga membantu menumbuhkan kepercayaan diri peserta dan memicu semangat belajar dan berkembang.

Dengan keterampilan dan motivasi yang kuat, para peserta siap untuk membawa bisnis mereka ke level selanjutnya. Kegiatan ini patut dijadikan contoh keberhasilan program pengabdian masyarakat.

Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas pelatihan di masa mendatang. Pertama, pelatihan dapat ditingkatkan dengan menambahkan materi tentang strategi pemasaran digital yang lebih spesifik, seperti strategi SEO, SEM, dan influencer marketing. Kedua, metode pelatihan dapat divariasikan dengan menambahkan kegiatan praktik dan diskusi. Ketiga, perlu dilakukan evaluasi pelatihan secara berkala untuk mengukur efektivitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Lian, B. (2019). Tanggung Jawab Tridharma Perguruan Tinggi Menjawab Kebutuhan Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 100–106.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Warjiyono, W., Suryanti, E., Rousyati, R., Fatmawati, F., Tazali, I., Lisnawati, L., & Rosihyana, R. (2021). Pelatihan Aplikasi Perkantoran Untuk Meningkatkan Kualitas SDM Perangkat Desa Karangmangu. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 156–163. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.9102>