

OPTIMALISASI PENGUNAAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI PENGUAT BRANDING UMKM DESA WANASABA LOR

Siti Komala¹, Jihan Fathimah Azzahra²,
Minkhatul Maula³, Sri Muliani⁴

Manajemen Informatika, Politeknik LP3I^{1,2,3}

Article history

Received : 30 Desember 2023

Revised : 31 Desember 2023

Accepted : 31 Desember 2023

*Corresponding author

Email : srimulianiii999@gmail.com

ABSTRAK

Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi, UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian. Artikel ini mengeksplorasi pentingnya digital marketing melalui TikTok, Facebook, dan Instagram bagi pelaku UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Pelatihan "Pengenalan IPTEK dan Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Desa Wanasaba Lor" bertujuan mendidik tentang pemasaran digital melalui konsep dasar media sosial dan strategi pembuatan konten. Kegiatan tatap muka pada 5 Agustus 2023 di Balai Desa Wanasaba Lor melibatkan narasumber ahli. Meskipun dihadiri oleh 50 peserta dengan respon positif, keterbatasan fasilitas ruang menyebabkan ketidaknyamanan. Evaluasi menunjukkan antusiasme tinggi peserta dan apresiasi dari perangkat desa. Namun, catatan terkait keterbatasan ruang menjadi sorotan. Diharapkan pelatihan lanjutan lebih menitikberatkan pada strategi kreatif dalam pembuatan konten, untuk optimalisasi pemasaran digital bagi pelaku UMKM di Desa Wanasaba Lor.

Kata Kunci: UMKM; Pemasaran Digital, Optimalisasi Pemasaran

ABSTRACT

In the era of globalization and technological advancement, SMEs play a vital role in the economy. This article explores the importance of digital marketing through TikTok, Facebook, and Instagram for SMEs in expanding their market reach and enhancing competitiveness. The training program titled 'Introduction to Science and Technology (IPTEK) and Digital Marketing for SMEs in Wanasaba Lor Village' aims to educate participants on digital marketing, covering the fundamental concepts of social media and content creation strategies. The face-to-face event took place on August 5, 2023, at the Wanasaba Lor Village Hall, involving expert speakers. Despite positive responses from 50 attendees, the limited space facilities caused discomfort. The evaluation highlighted participants' high enthusiasm and appreciation from the village authorities. However, concerns regarding space limitations were noted. It is hoped that subsequent training sessions will focus more on creative content creation strategies to optimize digital marketing for SMEs in Wanasaba Lor Village.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Optimization of Marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada saat ini dikenal dengan skala operasional yang cenderung kecil dan fleksibel, seringkali memiliki jumlah karyawan yang terbatas dan omset yang relatif terbatas. UMKM menjadi sorotan utama karena perannya yang vital dalam menghidupkan roda perekonomian, terutama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi baik secara lokal maupun global. UMKM juga telah mengadopsi teknologi, inovasi, dan platform digital sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, serta untuk mengamplifikasi jangkauan mereka ke pasar yang lebih luas. UMKM adalah istilah yang umum digunakan dalam konteks ekonomi yang mengacu pada usaha-usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha, dan sesuai dengan standar kriteria yang telah diatur oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Rafli, 2023).

Dalam era modern yang dipengaruhi oleh globalisasi dan pesatnya kemajuan teknologi serta komunikasi, pemanfaatan digital marketing melalui platform media sosial telah menjadi opsi utama yang digunakan oleh pelaku bisnis (Komalasari, 2020). Perkembangan teknologi, terutama dalam hal konektivitas global dan komputasi berbasis data, telah memungkinkan UMKM untuk menjelajahi pasar internasional, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan mereka. Namun, tantangan muncul dalam bentuk persaingan yang semakin ketat dan tuntutan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi. Oleh karena itu, pengenalan lptek pada UMKM menjadi suatu keharusan untuk memastikan mereka dapat tetap bersaing di pasar global. Digital marketing merupakan sarana yang efektif untuk memasarkan dan mempromosikan produk, memungkinkan mereka untuk mencapai konsumen secara tepat dan cepat (Hendriadi, 2019), (Sumarni, Melinda, & Komalasari, 2020), (Harto & Komalasari, 2020), (Dwijayanti, Komalasari, Harto, Pramesti, & Alfaridzi, 2023). Salah satu platform sosial media yang umum digunakan adalah TikTok, Facebook, dan Instagram. Jika pelaku UMKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan dalam area geografis tertentu atau memiliki layanan yang spesifik pada area tertentu, TikTok, Facebook, dan Instagram dapat membantu orang lain dalam menemukan bisnis UMKM tersebut.

Bagi pelaku UMKM, penting untuk mengikuti pelatihan digital marketing karena hal tersebut menjadi kunci utama dalam mengembangkan pangsa pasar, meningkatkan ketertarikan terhadap merek, dan mengalami pertumbuhan bisnis yang substansial. Dalam era digital saat ini, konsumen cenderung melakukan pencarian produk dan layanan secara online. Dengan memahami konsep-konsep digital marketing, pelaku UMKM dapat menggunakan platform daring untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas, membuat konten yang menarik untuk menarik perhatian calon konsumen, serta membangun hubungan yang erat dengan pelanggan melalui interaksi online (Pramesti, Dwijayanti, Komalasari, & Munawar, 2021). Hal ini tidak hanya akan memperkuat kehadiran bisnis mereka di pasar, tetapi juga akan berperan dalam peningkatan penjualan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat penting mengingat persaingan bisnis yang semakin sengit di era digital saat ini.

Terdapat peluang besar bagi pelaku usaha, terutama UMKM di Desa Wanasaba Lor Kecamatan Talun, untuk memanfaatkan sosial media sebagai alat pemasaran produk. Namun, masih terdapat kurangnya pemahaman dan literasi masyarakat terkait penggunaan sosial media dalam ranah pemasaran digital. Karena itu, pengenalan lptek pada UMKM dan dunia kerja menjadi sangat penting dalam menjawab tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh era transformasi digital. Dengan cara ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global, dan lulusan perguruan tinggi serta tenaga kerja dapat berhasil berkontribusi dalam ekonomi yang didorong oleh teknologi. Dalam konteks inilah kita dapat mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana pengenalan lptek pada UMKM dan dunia kerja dapat memberikan manfaat konkret, dan bagaimana tantangan yang dihadapi dapat diatasi.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan ini melibatkan pengenalan materi terkait pemasaran digital menggunakan platform sosial media sebagai alat promosi produk. Digital marketing merupakan suatu strategi promosi produk yang

dilakukan melalui sejumlah platform daring seperti situs web, surel, televisi digital, Google Ads, dan media sosial untuk meningkatkan eksposur dan penjualan produk. (Wibowo R.A.P, 2022) Dengan menerapkan strategi pemasaran digital, UMKM memiliki keuntungan tidak terikat pada keberadaan tempat usaha fisik, sehingga aktivitas jual-beli dapat dilakukan dari rumah. Di samping itu, penggunaan digital memungkinkan pelaku UMKM untuk mencapai pasar yang lebih besar, memudahkan mereka dalam mencapai target pasar yang dituju (Sedyastusti, 2018)

Kegiatan pelatihan diadakan secara tatap muka di Balai Desa Wanasaba Lor pada hari Sabtu. Sebelum acara berlangsung, penulis telah menyebar undangan kepada para pelaku UMKM di Desa Wanasaba Lor. Adapun tema dari kegiatan ini yaitu "Pengenaln IPTEK dan Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM Desa Wanasaba Lor." Narasumber dalam acara pelatihan ini adalah bapak Rahmadi, S.E., MM selaku Konsultan UMKM, Praktisi Marketing Asing, Enterpreneur dan Dr. Abdul Haris, S.E., MM selaku Praktisi kreditur perbankan dan Akademisi. Pendekatan dalam penyampaian materi dimulai dengan memperkenalkan konsep dasar tentang sosial media serta memberikan contoh konkret dalam proses pembuatan konten. Alat bantu yang digunakan dalam kegiatan ini termasuk laptop, presentasi slide, dan banner.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

No	Hari dan Tanggal	Kegiatan
1	Kamis, 3 Agustus 2023	Kordinasi dengan aparat desa
2	Jum'at, 4 Agustus 2023	Penyebaran surat undangan pelatihan
3	Sabtu, 5 Agustus 2023	Pelatihan digital marketing

Sumber : Arsip Pengabdian Masyarakat 2023

Pelatihan ini diselenggarakan secara tatap muka dimulai pada pukul 20:00 hingga 21:30. Pemilihan waktu malam untuk pelatihan ini didasarkan pada ketersediaan jadwal kosong antara pelaku UMKM dan tim penyelenggara. Peserta yang diundang untuk mengikuti pelatihan ini meliputi pelaku UMKM Desa Kerandon serta pemuda yang tinggal di Desa Wanasaba Lor. Acara dimulai dengan narasumber berbagi pengalaman dalam membangun bisnis, menunjukkan transisi narasumber dari strategi pemasaran konvensional menuju pemasaran digital, dan diakhiri dengan sesi tanya jawab.

PEMBAHASAN

UMKM memiliki peran penting dalam ekonomi global karena berkontribusi pada peningkatan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Strategi pemasaran yang efisien menjadi kunci dalam mengembangkan bisnis UMKM. Dalam era digital, media sosial telah menjadi alat yang sangat berharga bagi UMKM untuk mempromosikan produk dan layanan yang mereka tawarkan. Sebagai hasil dari peran vital UMKM dalam ekonomi global dan pentingnya strategi pemasaran yang efektif, perhatian khusus akan diberikan pada pelatihan digital marketing. Pelatihan ini akan membahas bagaimana media sosial sebagai alat berharga bagi UMKM dalam mempromosikan produk dan layanan mereka di era digital. Adapun alur pelatihan digital marketing sebagai berikut :



Gambar 1. Alur pelatihan digital

Observasi

Observasi dilakukan melalui serangkaian langkah, termasuk berkoordinasi secara aktif dengan perangkat desa dan melakukan pengiriman surat kepada pelaku UMKM. Proses observasi ini telah menghasilkan penentuan bahwa para peserta yang akan diikutsertakan dalam pelatihan sebanyak 30 peserta terdiri dari pemuda dan pelaku UMKM di Desa Wanasaba Lor.

Pembahasan lebih lanjut mengenai pelaksanaan kegiatan pelatihan untuk pelaku UMKM di Desa Wanasaba Lor akan dibahas secara rinci. Kegiatan ini direncanakan akan diselenggarakan pada hari Sabtu, 5 Agustus 2023, bertempat di Balai Desa Wanasaba Lor, dengan jadwal dimulai dari pukul 20.00 hingga 21.30. Sejumlah materi serta pendekatan praktis dalam pengembangan bisnis akan disampaikan dan dibahas dalam sesi pelatihan tersebut.

Penyampaian Materi

Peran narasumber dalam pelatihan digital marketing sangat vital dalam menyediakan wawasan, pengalaman, dan dorongan bagi peserta untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan di dunia pemasaran digital yang terus berkembang. Untuk itu kami menghadirkan seorang ahli yang berpengalaman, memperkuat penerimaan materi karena adanya contoh konkret. Fokus pelatihan adalah pada sosial media, Narasumber menjelaskan kepada peserta mengenai konsep penggunaan sosial media dalam pemasaran digital dan memberikan pemahaman yang komprehensif.

Menurut narasumber salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan sebuah produk adalah dengan membuat konten video berdurasi pendek karena kebanyakan orang hanya menonton sebagian kecil dari suatu konten, jika konten tersebut menarik, maka kemungkinan besar akan lebih banyak orang yang membagikannya kepada orang lain. Dengan setiap orang membagikan konten tersebut, peluang untuk menjadi viral dan menghasilkan pendapatan menjadi lebih besar. Dalam proses pembuatan konten, narasumber menekankan pentingnya menyesuaikan diri dengan tren yang sedang populer saat itu di masyarakat. Sebagai contoh, peserta disarankan untuk memasukkan lagu-lagu populer sebagai bagian dari konten mereka. Selain itu, pendekatan lainnya adalah dengan memasukkan iklan produk ke dalam konten yang menghibur atau menarik, yang merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari dari pembuat konten atau pembuat konten. Strategi semacam ini, yang merupakan iklan tersirat, sering dipakai oleh selebriti untuk mempromosikan produk yang mereka dukung.

Tanya Jawab

Meskipun hanya ada waktu 30 menit bagi tiga peserta untuk bertanya kepada narasumber karena adanya keterbatasan waktu yang larut malam, semangat peserta pelatihan terhadap digital marketing melalui sosial media tidak berkurang. Mayoritas peserta sangat tertarik untuk mengetahui cara membuat konten video yang menarik selama acara pelatihan berlangsung. Interaksi antara peserta dan narasumber terkait sosial media dan pemanfaatannya dalam strategi pemasaran cukup intensif.

Narasumber memberikan panduan singkat mengenai cara membuat konten video menarik di sosial media, namun karena waktu terbatas, penjelasan mengenai strategi pembuatan konten video untuk keperluan pemasaran belum dapat diberikan secara menyeluruh. Harapannya adalah ada pelatihan tambahan yang fokus pada praktik pembuatan konten video dalam konteks pemasaran digital untuk mempromosikan produk. Di samping itu, salah satu pelaku UMKM dari Desa Wanasaba Lor berbagi pengalaman tentang memperluas pangsa pasar dan memberikan motivasi kepada sesama pelaku UMKM dan generasi muda yang sedang memulai usaha mereka di Desa Wanasaba Lor.

Evaluasi

Setelah acara selesai, tim pelatihan membagikan formulir evaluasi untuk mengumpulkan umpan balik terkait pelatihan digital marketing, dengan tujuan meningkatkan kualitasnya di masa yang akan datang. Dalam evaluasi kegiatan tersebut, perlu dicatat bahwa kurangnya keteraturan waktu berdampak pada penyelesaian acara pelatihan yang melewati batas waktu yang telah ditetapkan. Selain itu, keterbatasan ruang juga menjadi kendala yang mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran jalannya kegiatan. Hal-hal ini perlu menjadi perhatian dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan selanjutnya agar dapat menyelenggarakan acara dengan lebih efisien dan memadai.

SIMPULAN

Pelatihan digital marketing berlangsung lancar hingga pukul 21:30 dengan partisipasi aktif dari semua peserta yang dengan seksama mendengarkan penjelasan dari narasumber. Pelatihan ini memberikan manfaat besar bagi peserta dengan mengajarkan cara efektif memanfaatkan media sosial dalam pemasaran produk dan mengedukasi pemuda di Wanasaba Lor tentang peran sosial media dalam memulai bisnis UMKM. Dalam pelatihan ini, partisipasi aktif datang dari 50 peserta, melampaui target awal kami yang hanya menargetkan 20 peserta. Kami juga menerima apresiasi dari perangkat desa karena kegiatan workshop kami menjadi yang pertama mampu membangkitkan antusiasme peserta dalam skala yang besar. Namun, meskipun antusiasme peserta tinggi, terdapat beberapa keterbatasan terkait lokasi pelatihan di balai desa yang memiliki fasilitas terbatas. Salah satunya adalah kurangnya fasilitas pendingin udara, dimana satu-satunya yang tersedia hanyalah kipas angin. Hal ini menyebabkan suasana ruangan cukup panas bagi 50 peserta yang hadir. Meski demikian, harapan terhadap pelatihan lanjutan dalam digital marketing masih tetap ada, terutama yang memfokuskan pada strategi pembuatan konten-konten yang kreatif dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikraith-Abdimas*, 6(2), 68-75. doi:<https://doi.org/10.37817/ikraithabdimas.v6i2.2408>
- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). OPTIMALISASI PLATFORM ONLINE INTERNET MARKETING. *Empowerment in the Community*, 1(1), 1 - 6.
- Hendriadi, A. S. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 120-125.
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 7(1), 38-50. doi:<https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>
- Pramesti, P., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2021). Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kpong di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 112-119. doi:<https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i2.700>
- Rafli, A. M. (2023, Oktober 18). *Pengertian, Ciri - Ciri, Peran, dan Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Hentet fra Bussines Management: <https://www.jurnal.id/id/blog/kriteria-usaha-mikro-sbc/>
- Sedyastusti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. *INOBIIS : Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 117-127.
- Sumarni, T., Melinda, L. D., & Komalasari, R. (2020). Media Sosial dan E-commerce sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan). *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 163-171.
- Wibowo R.A.P, & S. (2022). Implementation Of digital Marketing In Maintaining MSMEs During The Covid-19 Pandemic. *Management studies and Entrepreneurship*, 2283-2291.