PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMSARAN PRODUK USAHA KECIL MENENGAH DI KELURAHAN SAMBINA'E KOTA BIMA

Ismunandar*[1], Mulyadin[2], Alwi[3], Waliyul Andri[4]
[1,2,3]Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
*e-mail: andar.stiebima@gmail.com

Abstrak: Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya di Kelurahan Sambina'e dalam memaksimalkan media sosial dalam memasarkan produk UKM. Pelaku usaha di Kelurahan Sambina'e Kota Bima saat ini masih menggunakan teknik konvensional untuk mempromosikan dan memasarkan produk yaitu dengan cara door to door, dimana pelaku UKM akan berjalan kaki di rumah-rumah terdekat dan atau menjual di pasar. Berdasarkan permasalahan tersebut perlu sebuah teknik pemasaran yang berbasis teknologi dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial menjadi salah satu sarana pemasaran yang efektif karena media sosial merupakan sarana komunikasi yang banyak digunakan masyarakat saat ini. Didukung oleh fakta semakin berkembangnya teknologi informasi di Kota Bima dan meningkatnya jumlah pengguna media sosial, maka pemanfaatan media sosial untuk promosi atau pemasaran produk UKM di Kelurahan Sambina'e Kota Bima sangat diperlukan untuk mendukung berkembangnya Usaha Kecil Menengah di daerah ini. Hasil pelaksanaan kegiatan PKM Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Produk UKM di Kelurahan Sambina'e ini telah dilakukan dengan baik dimana perwakilan UKM diberikan sosialisasi dan pendampingan dalam menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram sebagai media pemasaran online produk-produk UKM, dengan begitu para pelaku UKM di Kelurahan Sambina'e dapat dengan mudah memasarkan produk UKM sehingga berpengaruh pada peningkatan ekonomi masyarakat yang berada di Kelurahan Sambina'e Kota Bima.
Kata kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Usaha Kecil Menengah.

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk usaha kecil menengah (UKM) dengan metode seminar mempresentasikan materi mengenai media sosial dan penerapannya dalam pemasaran produk UKM serta tips dan trik aplikasinya dalam memasarkan produk secara online, kemudian dilanjutkan praktek pendampingan pelaku UKM dalam membuat serta menggunakan media sosial yaitu facebook dan instagram di lingkungan masyarakat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Iswanto (2013) tentang "Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah" dimana media sosial mendorong pertumbuhan UKM karena media social menjadi sarana promosi gratis bahkan saat ini, media sosial juga digunakan sebagai media pemasaran interaktif, pelayanan, membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan serta sebagai sarana untuk menjual dan membeli produk secara *online*. Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh pelaku UKM akan dapat meningkatkan daya saing produk UKM. Para pelaku UKM akan lebih mudah berkomunikasi melalui media sosial mengenai harga, produk, distribusi serta promosi.

Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki fungsi salah satunya sebagai media yang digunakan untuk mempromosikan produk yang digunakan oleh pelaku usaha. Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunanya dan tidak terlalu mengeluarkan biaya yang cukup mahal. Dengan menggunakan media sosial, kini pelaku UKM bisa mengetahui dengan terperinci mengenai siapa saja konsumennya, bahasa yang mereka gunakan, rentang usia, bahkan jenis kelamin dari sosial media.

Informasi ini dapat membantu proses branding dan promosi kepada target konsumen yang tepat. Kelebihan yang terdapat dalam pemasaran melalui sosial media diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek.

Pelaku UKM di Kelurahan Sambina'e Kota Bima saat ini masih menggunakan teknik konvensional untuk mempromosikan dan memasarkan produk yaitu dengan cara door to door, dimana pelaku UKM akan berjalan kaki di rumah-rumah terdekat dan atau menjual di pasar. Dengan memiliki kemampuan pemanfaatan media sosial seperti instagram atau facebook yang baik, produsen atau penjual dapat meningkatkan pemasarannya. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pemahaman dan pengenalan mengenai pemanfaatan teknologi informasi media sosial instagram sesegera mungkin. Adanya pengenalan dan pemahaman pemanfaatan teknologi informasi media sosial instagaram membantu untuk mempersiapkan produsen industri utamanya usaha kecil dan menengah untuk menghadapi tantangan di dunia industry pada saat ini.

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman para pelaku UKM di wilayah Kelurahan Sambina'e Kecamatan Mpunda Kota Bima tentang media sosial , seperti yang diungkapan Nurhayati (2013) bahwa, "Penguasaan teknologi informasi ini oleh para pengusaha atau produsen masih rendah dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan pengguna e-commerce dalam bisnis mereka". Oleh karena itu, tim pengabdian kepada masyarakat merasa perlu memberikan bekal pengetahuan dengan memberikan dasar - dasar informasi mengenai media sosial khususnya facebook dan instagram kepada pelaku UKM di kelurahan Sambina'e tersebut.

Kegiatan ini diselenggarakan dengan latar belakang melihat pentingnya pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial bagi Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kelurahan Sambina'e Kota Bima dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk UKM yang belum dikuasai. Berdasarkan hal tersebut kami selaku pengabdi ingin turun langsung dan juga memberikan sosialisasi kepada masyarakat dalam hal sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk usaha kecil menengah (UKM) di Kelurahan Sambina'e. Dari analisa situasi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dirumuskan permasalahan mitra yang disimpulkan sebagai berikut: a) Pelaku UKM masih menjual secara konvensional, (b)Belum adanya pengetahuan para pelaku UKM mengenai social media, b) Belum memahami cara membuat akun social media sebagai langkah konkrit strategi pasar dan c) Belum mengetahui dan memahami E-Marketing. Adapun solusi yang ditawarkan berupa sosialisasi pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk usaha kecil menengah (UKM), Pemahaman tentang cara penggunaan social media sebagai strategi markeitng dan Mempromosikan serta pendampingan terhadap pelaku UKM dalam membuat dan mengaplikasikan media sosial. Selain itu terdapat pula target luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini adalah: a) Mitra dalam program ini dapat mengetahui social media sebagai strategi pemasaran, b) Mitra dalam program ini memahami startegi E-Marketing, c) Mitra memahami cara pembuatan akun social media dan d) Pembuatan poster strategi pemasaran melalui social media

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini ada beberapa metode atau bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan untuk memecahkan berbagai permasalahan antara lain adalah metode ceramah atau mengadakan seminar tentang pemanfaatan media sosial, serta demonstrasi atau praktek melalui pendampingan para pelaku UKM untuk membuat akun media sosial sampai dengan pemanfaatan media sosial itu sendiri. Tujuan metode praktek ini adalah menambah wawasan serta melatih *mindset* masyarakat untuk dapat menggali permasalahan, yang kemudian akan dianalisa dan dicari penyelesaiannya. Pada metode ini anggota tim pengabdian masyarakat mempraktekan bagaimana membuat akun media sosial, mengelola akun media sosial dan memaksimalkan akun media sosial sebagai media pemasaran produk UKM.

Dalam pengabdian masyarakat ini sasaran yang dianggap tepat untuk dapat dilibatkan adalah masyarakat kelurahan Sambina'e yang memiliki usaha dan berminat memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi produk.. Peserta sosialisasi diberikan pendampingan untuk memaksimalkan pendapatan dari produk UKM melalui media sosial yang telah dibuat. Selain itu pelaku UKM juga di berikan wawasan tentang kegunaan marketplace sebagai wadah pemasaran online di tengah pndemi covid-19.

Pelatihan ini diikuti oleh ibu-ibu dan masyarakat yang ada di Kelurahan Sambina'e Kota Bima. Kegiatan sosialisasi ini diadakan di kantor lurah dan dilakukan pendampingan ke beberpa rumah pelaku usaha dan dilaksanakan selama 3 hari. Tim pengabdian Kepada Masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini adalah dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima dan mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial menurut Van Dijk (Nasrullah, 2015) menyatakan bahwa "Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial". Sedangkan menurut Meike dan Young (Nasrullah, 2015) media sosial sebagai "konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu". Media sosial sendiri memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. "Melalui media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting" (Puntoadi, 2011).

Media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat saat ini adalah Instagram dan Facebook. Kedua media sosial ini dianggap mampu dalam mempraktekan kegiatan pemasaran secara online. Salah satunya Instagram, Instagram dianggap menjadi media social yang paling populer untuk berbagi foto dan juga dapat digunakan untuk berinteraksi dengan teman, orang lain maupun brand di seluruh dunia (Ara dalam Kurniawati, 2016)

Bentuk kegiatan pengabdian yang dilakukan lebih terfokus kepada masyarakat Kelurahan Sambina'e Kota Bima yang memiliki usaha serta memiliki minat

mengembangkan usahanya sehingga memiliki pendapatan yang maksimal. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut, pelaku UKM diberikan cara-cara memanfaatkan media sosial sehingga dapat mempermudah untuk memasarkan produk. Pemanfaatan media sosial untuk promosi atau pemasaran produk UKM di Kelurahan Sambina'e Kota Bima sangat diperlukan untuk mendukung berkembangnya Usaha Kecil Menengah di daerah ini

Pelaksanaan program PKM disasarkan pada pelaku UKM di kelurahan sambina'e kecamatan Mpunda kota Bima dan terdiri dari dua tahap, yaitu 1) Tahap Sosialisasi dan, 2) Tahap pendampingan. Kemudian pada tahap sosialisasi tim melakukan sosialisasi yang dilakukan di kantor Kelurahan Sambina'e, kemudian tim melakukan kunjungan ke para pelaku UKM sekaligus melakukan pendampingan dalam pembuatan sampai mengaplikasikan akun media sosial.

a. Pendataan Pelaku UKM di Kelurahan Sambina'e Kota Bima

Gambar 1. Team Melakukan Pendataan Pelaku UKM

b. Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial

Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial

c. Pendampingan Pelaku UKM

Gambar 3. Kegiatan Pendampingan para pelaku UKM dalam membuat dan mengaplikasikan media sosial.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk usaha kecil menengah (UKM) di Kelurahan Sambina'e Kota Bima sudah dilakukan berupa sosialisasi dan pendampingan pemanfaatan media sosial. Sosialisasi diawali dengan memberikan materi dan pengenalan mengenai media social dan fitur-fitur yang terdapat pada jenis media sosial seperti facebook dan instagram untuk dimanfaatkan pada pemasaran produk UKM. Pendampingan dilakukan dengan memberi pelatihan secara personal pada penggunaan media social, mengenai pembuatan akun, gambar dan foto-foto yang dapat menarik minat pelanggan, serta pesan pesan efektif yang ingin diketahui konsumen. Selain itu, Pendampingan dilakukan dengan memperbanyak follower agar lebih banyak lagi orang yang mengetahuipesan yang disampaikan. Secara umum sejumlah pelaku UKM merasa memperoleh informasi baru dan membantu dalam memasarkan produk mereka. materi yang diberikan merupakan materi yang sangat dibutuhkan dalam pemasaran produk UKM Sedangkan dari segi pemanfaatan media sosial, peserta program pemanfaatan media social, sejumlah pelaku UKM mengatakan menginstal dan memanfaatkan media sosial tersebut. Untuk peserta yang sudah menginstall media sosial baik instagram maupun facebook mengatakan sudah mengoptimalkan pemanfaatan media instagaram dalam pemasaran produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Iswanto, 2013. Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah.

Kurniawati, DN Wendy, (2016). *Pemanfaatan Instagram oleh Komunitas Wisata Grobogan dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daeah*, Jurnal Komuniti Vol. VIII, N0.2

Nasrullah, Rulli, (2015), *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Nurhayati, 2013. *Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah UKM*. Jurnal Ekonomi Vol 21, No. 4

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.