

MENINGKATKAN POTENSI UMKM MELALUI PEMANFATAAN DAN PENGOPTIMALAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Deswita Syaputri¹, Leni Nurhayati², Winona Kristen³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

email: ¹210710024@student.mercubuana-yogya.ac.id, ²210710285@student.mercubuana-yogya.ac.id,

³210710332@student.mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan potensi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pemanfaatan dan optimalisasi media sosial di era digital, media sosial telah menjadi alat yang ampuh untuk memasarkan, membangun merek, dan menciptakan interaksi langsung dengan konsumen dan masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan media sosial secara maksimal karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Program ini mencakup pelatihan ekstensif dan dukungan bagi pemangku kepentingan UMKM mengenai strategi pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, analisis data, dan penggunaan berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Selain itu, program ini memberikan panduan praktis tentang cara mengelola media sosial secara efektif dan efisien serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia untuk meningkatkan kesadaran dan daya saing produk. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam pemanfaatan media sosial meningkat secara signifikan melalui laporan peningkatan pengikut, interaksi, dan penjualan setelah menerapkan strategi yang diajarkan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan UMKM di era digital dan membantu mereka mencapai pertumbuhan berkelanjutan

Kata Kunci: UMKM, Media Sosial, Pemasaran Digital, Pelatihan, Pengembangan Usaha.

Abstract

This service activity aims to increase the potential of micro, small and medium enterprises (MSMEs) through the utilization and optimization of social media in the digital era, social media has become a powerful tool for marketing, building brands, and creating direct interactions with consumers and there are still many MSMEs that have not been able to take full advantage of social media due to limited knowledge and resources. The program includes extensive training and support for MSME stakeholders on digital marketing strategies, creative content creation, data analysis, and the use of various social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok. In addition, the program provides practical guidance on how to effectively and efficiently manage social media and leverage the available features to increase product awareness and competitiveness. The results of this activity show that the understanding and skills of MSME players in social media utilization are significantly improved through reports of increased followers, interactions, and sales after implementing the strategies taught. Therefore, this service activity is expected to make a real contribution to the development of MSMEs in the digital era and help them achieve sustainable growth.

Keywords: MSMEs, Social Media, Digital Marketing, Training, Business Development.

PENDAHULUAN

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi penopang ekonomi lokal, UMKM juga merupakan salah satu sumber utama lapangan kerja di negara ini. Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, UMKM menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin global dan digital ini. Salah satu tantangan utama yang

dihadapi oleh UMKM adalah bagaimana mereka dapat mengoptimalkan penggunaan internet dan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif.

Dalam lingkungan bisnis yang berubah cepat dan persaingan yang semakin ketat, keberadaan yang kuat dan visibilitas yang optimal di platform-platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, dapat menjadi kunci sukses bagi UMKM untuk meningkatkan penetrasi pasar dan memperluas jangkauan konsumen mereka. Dengan memanfaatkan secara efektif potensi yang ditawarkan oleh teknologi dan media digital, UMKM tidak hanya dapat mengamankan pangsa pasar mereka tetapi juga meningkatkan kesejahteraan ekonomi di tingkat lokal dengan lebih efisien dan berkelanjutan.

Pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian kali ini adalah pelatihan fotografi untuk memproduksi hasil foto produk yang lebih optimal di Toko Cahaya Bread dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemberian edukasi fotografi untuk foto produk

Pada konteks ini, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada UMKM, khususnya Cahaya Bread, tentang strategi pemasaran di media sosial agar dapat menonjolkan penjualan mereka. Cahaya Bread merupakan contoh UMKM yang memiliki produk yang berkualitas, namun masih memerlukan bimbingan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Melalui program ini, diharapkan Cahaya Bread dan UMKM serupa dapat mengembangkan keahlian dalam mengelola akun sosial media dan memahami tren pasar, yang akan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran mereka di platform-platform digital, serta mengimplementasikan strategi konten yang relevan dan menarik bagi audiens mereka.

Dengan demikian, diharapkan peningkatan yang signifikan dalam penjualan mereka secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Dampaknya langsung terlihat dalam peningkatan penjualan dan pendapatan mereka, memberikan keberlanjutan yang lebih baik bagi usaha mereka. Selain itu, kehadiran yang kuat di media sosial juga akan memperkuat brand awareness mereka dan membangun kepercayaan konsumen, menjadikan mereka lebih dikenal dan dipercaya di pasar. Di samping itu, peningkatan ini juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lebih banyak lapangan kerja, meningkatkan pengeluaran lokal, dan secara keseluruhan, memperbaiki kesejahteraan masyarakat di sekitar mereka.

METODE

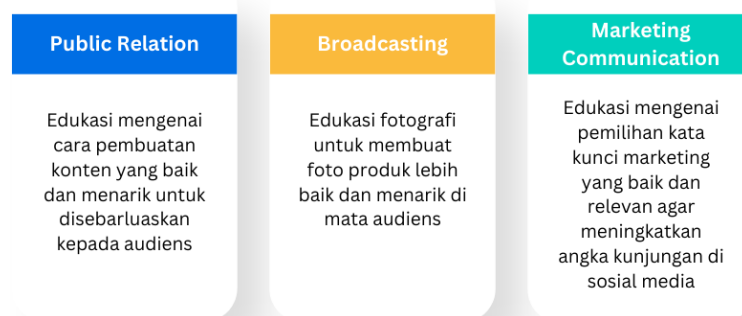
Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan melibatkan 10 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan melakukan sejumlah aktivitas yang berkaitan, yaitu pengumpulan data, Implementasi dan Pelatihan penggunaan Media Sosial, evaluasi dan penulisan laporan serta publikasi. Metode pelaksanaan pengabdian ini ada beberapa tahap diantaranya:

1. Identifikasi masalah dan kebutuhan yaitu dengan melaksanakan pertemuan yang bertujuan untuk memahami tantangan yang mereka hadapi seperti kurangnya pemahaman tentang penggunaan efektif platform sosial media dan cara membangun konten yang menarik bagi konsumen.
2. Pelatihan dan Bimbingan Insentif yaitu dengan merancang kurikulum pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan melaksanakan sesi workshop interaktif yang bertujuan untuk membantu dalam melaksanakan merencanakan dan melaksanakan konten media sosial mereka, mencakup pemantauan performa konten, penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh, dan peningkatan teknik pemasaran untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan
3. Pemantauan dan Evaluasi yaitu dengan memantau dan mengevaluasi perkembangan Cahaya Bread di media sosial. Evaluasi ini meliputi pengukuran pertumbuhan jumlah pengikut, peningkatan interaksi positif, serta dampak langsung dari strategi pemasaran terhadap penjualan produk mereka. Pemantauan dan evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui capaian yang telah dicapai dalam memperkuat posisi Cahaya Bread di pasar.
4. Pengembangan strategi lanjutan yaitu dengan penerapan teknologi baru dan inovasi produk yang bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankan keberhasilan pemasaran di era digital yang dinamis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program ini mencakup perbaikan profil dan konten media sosial Cahaya Bread, strategi konten yang relevan dan inspiratif, peningkatan jumlah pengikut dan interaksi positif, serta analisis mendalam terhadap pertumbuhan penjualan mereka. Laporan evaluasi yang komprehensif menyediakan panduan untuk langkah-langkah selanjutnya, termasuk rekomendasi strategis untuk mempertahankan keberhasilan pemasaran di era digital yang dinamis.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan melalui 3 tahap kegiatan, yaitu edukasi cara membuat konten yang menarik, pelatihan fotografi dan pemilihan kata yang dicantumkan pada caption untuk menyebarluaskan pemasaran. Tahapan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 2.



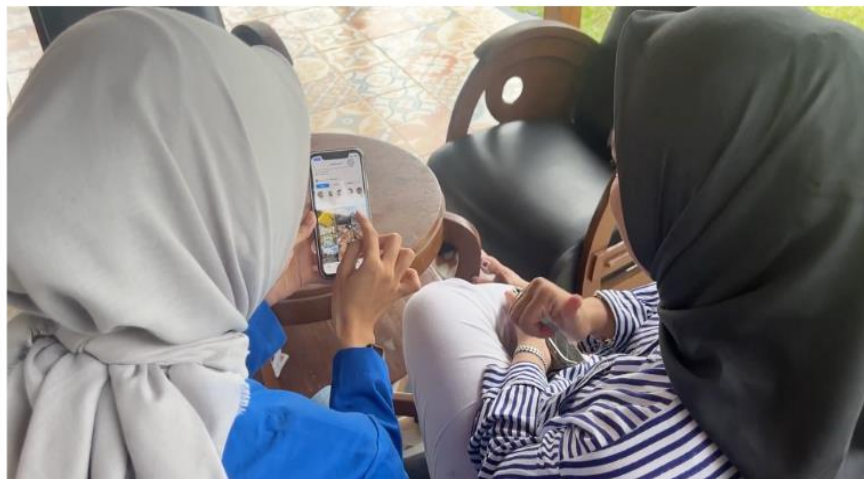
Gambar 2. Tahapan kegiatan pengabdian

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya membantu Cahaya Bread mengoptimalkan potensi media sosial untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja baru dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya investasi dalam edukasi dan penerapan strategi digital bagi UMKM untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital yang terus berubah dan kompetitif. Materi yang tim kami berikan untuk bahan edukasi bisa dilihat di Gambar 3.



Gambar 3. Materi untuk bahan edukasi

Program pengabdian ini memberikan solusi konkret dengan menyediakan edukasi dan bimbingan kepada Cahaya bread dalam mengelola dan memanfaatkan media sosial. Tim kami melakukan edukasi langsung terkait strategi pemasaran melalui media sosial yang bisa dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Edukasi langsung dengan owner Cahaya bread

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Cahaya Bread memiliki peran yang vital dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penopang ekonomi lokal maupun sebagai sumber utama lapangan kerja. Meskipun kontribusinya signifikan, UMKM menghadapi tantangan besar dalam mengoptimalkan penggunaan internet dan media sosial sebagai alat pemasaran efektif di era digital yang global dan kompetitif ini.

SIMPULAN

Program pengabdian ini memberikan solusi konkret dengan menyediakan edukasi dan bimbingan kepada Cahaya Bread dalam mengelola dan memanfaatkan media sosial. Melalui pendekatan yang terstruktur, Cahaya Bread berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam merancang strategi konten yang menarik serta mengelola interaksi dengan pengikut di platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas dan engagement mereka, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan penjualan yang signifikan. Hasil dari program ini mencakup perbaikan profil dan konten media sosial Cahaya Bread, strategi konten yang relevan dan inspiratif, peningkatan jumlah pengikut dan interaksi positif, serta analisis mendalam terhadap pertumbuhan penjualan mereka. Laporan evaluasi yang komprehensif menyediakan panduan untuk langkah-langkah selanjutnya, termasuk rekomendasi strategis untuk mempertahankan keberhasilan pemasaran di era digital yang dinamis. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya membantu Cahaya Bread mengoptimalkan potensi media sosial untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja baru dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya investasi dalam edukasi dan penerapan strategi digital bagi UMKM untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital yang terus berubah dan kompetitif.

SARAN

Cahaya Bread harus mempertimbangkan untuk meningkatkan kehadiran mereka di platform media sosial lain yang relevan dengan audiens target mereka, seperti TikTok. Selain itu, mereka harus mempertahankan pendekatan pembelajaran yang terstruktur dan berkelanjutan untuk mengelola media sosial, yang mencakup pelatihan teratur tentang tren pemasaran digital terbaru, teknik pengoptimalan konten, dan pemanfaatan alat analisis untuk terus meningkatkan strategi mereka. Selain itu, untuk meningkatkan visibilitas dan jaringan Cahaya Bread secara lebih luas, disarankan untuk bekerja sama dengan influencer lokal atau bekerja sama dengan merek-merek terkait. Selain itu, terus melakukan analisis mendalam terhadap data pemasaran sangat penting untuk menemukan pola perilaku konsumen, mengevaluasi keberhasilan kampanye, dan menyesuaikan strategi berdasarkan hasil ini. Untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan pemasaran digital Cahaya Bread di masa depan, mereka berusaha untuk mengumpulkan umpan balik pelanggan secara aktif melalui media sosial, menggunakan informasi ini untuk mengembangkan produk yang relevan dan memenuhi ekspektasi pasar. Selain itu, mereka berusaha untuk membangun komunitas online yang aktif dan terlibat, serta melakukan pengawasan dan evaluasi rutin terhadap kinerja mereka di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada pemilik dan karyawan toko roti Cahaya bread yang telah memberi dukungan selama kami melakukan pengabdian ini sehingga kegiatan pengabdian ini bisa terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). *Jurnal ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (2), 89 – 98.
- Donoriyanto, D.S., Indiyanto, R., Naniek, R.J.A.R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Online Store Pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4 (1), 42 – 50.

- Nugraheny, D., Pujiastuti, A., dkk. (2022). Pendampingan Pelatihan Cara Pengambilan Foto Produk UMKM Untuk Pemasaran di Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 5(1), 23-30.
- Prasetya, A.Y., Sugiharti., & Fadhila, Z.R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *Jurnal Budimas*, 3(1), 102 – 108.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (1), 108 – 123.
- Widiati, E., Levyda., & Ratnasari, K. (2021). Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi UMKM di Bangka Belitung. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 4 (2), 84 – 90.