

Social Media Marketing untuk Para Penggiat UMKM

Bob Foster

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: foster@unibi.ac.id.

Abstrak

UMKM menjadi salah satu penggerak roda perekonomian nasional dengan kontribusi dan peranannya dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak jika dibandingkan dengan elemen bisnis lain yang ada di Indonesia tetapi ada banyak tantangan dalam membangun UMKM yang ada di Indonesia pada umumnya salah satunya adalah pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi berdasarkan uraian di atas sebagai bentuk partisipasi terhadap pengembangan pendidikan program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Informatika dan bisnis Indonesia menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan judul sosial media marketing untuk UMKM pelatihan konten sosial media marketing untuk para penggiat UMKM dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai berbagai cara promosi dan pembuatan konten sebagai media marketing UMKM.

Kata Kunci: Social Media, Media Marketing, UMKM

Abstract

MSMEs are one of the driving forces of the national economy with their contribution and role in absorbing more labor compared to other business elements in Indonesia, but there are many challenges in developing MSMEs in Indonesia in general, one of which is the use of social media as a means of promotion based on The explanation above is a form of participation in the development of educational programs, the Faculty of Economics and Business, the Indonesian University of Informatics and Business, is holding community service activities, namely social media marketing for MSMEs, social media marketing content training for MSME activists with the aim of providing knowledge about various methods. promotion and content creation as marketing media for MSMEs.

Keywords: Social Media, Media Marketing, MSMEs

1 PENDAHULUAN

UMKM menjadi salah satu penggerak roda perekonomian nasional dengan kontribusi dan peranannya dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak jika dibandingkan dengan elemen bisnis lain yang ada di Indonesia daerah harus mampu melakukan pemetaan potensi usaha yang dimiliki oleh daerah tersebut pemetaan yang dimaksud

adalah pemetaan yang didasari sumber daya alam sumber daya manusia lembaga- lembaga yang terdapat pada daerah tersebut Karakteristik wilayah dan sebagainya hal-hal tersebut tentunya dapat berpengaruh terhadap kebijakan yang akan dipilih dan ingin diimplementasikan oleh pemerintah setempat yang bertujuan untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat pemerintah tentunya memiliki peranan yang sangat

penting dalam perumusan strategi atau kebijakan yang mengatur UMKM dan upaya dalam memberikan kesejahteraan kepada masyarakat Dunia pemasaran saat ini sudah mulai bergeser dan konvensional ke pemasaran digital atau marketing digital apalagi di masa pandemi covid-19 saat ini yang mengharuskan orang banyak melakukan aktivitas di dalam rumah dan membatasi pergerakan di luar rumah seperti di bekerja dari rumah belajar dari rumah ibadah di rumah sampai berbelanja dari rumah skala aktivitas tersebut tentu akan berjalan dengan didukung dengan perangkat dan koneksi internet komunikasi pemasangan digital merupakan salah satu bagian dari kegiatan komunikasi bisnis komunikasi bisnis dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal komunikasi bisnis tersebut terdiri dari pendapat ide gagasan maupun informasi penting terkait perusahaan maupun produk dari perusahaan tersebut . Di masa pandemi covid 19 usaha mikro kecil menengah dan penjualan digital di kota Bandung mengalami peningkatan pesat hal ini berdampak positif terhadap laju pertumbuhan ekonomi di kota Bandung dari tahun 2020 hingga tahun 2000 21 akhir hal tersebut dipaparkan Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung yaitu Eli Washliyah ia menyebutkan laju pertumbuhan ekonomi Kota Bandung saat ini bergerak diangkat 3,5% berdasarkan data Dinas Koperasi dan usaha kecil menengah Kota Bandung terdapat 6.140 UMKM yang berada di kota Bandung target kali ini pengabdian kepada masyarakat kodi manajemen unibi pada kecamatan Bojongloa Kidul kota . Target kali ini pengabdian kepada masyarakat program studi manajemen unibi pada kecamatan Bojongloa Kidul kota Bandung. Badan Pusat Statistik Kota Bandung Bojongloa Kidul berada di ketinggian antara 686 sampai 770 m di atas permukaan air laut secara administratif bujong Kidul memiliki 44 Rukun Warga dan 261 Rukun Tetangga jumlah penduduk Bojongloa Kidul per semester 2 tahun 2019 sebesar 77.428 dengan jumlah laki-laki sebesar 39.672 dan perempuan 37.756 kelurahan Kebon lega memiliki jumlah penduduk

sebanyak 23.768 dan Cibaduyut Wetan paling sedikit 6265 sebagai kawasan yang mengandalkan sektor industri dan perdagangan seperti industri sepatu kulit di Bojongloa Kidul terdapat 10 bank yang dikelola pemerintah 6 Bank Swasta satu bank kredit perkreditan rakyat satu Koperasi Unit Desa 1 kotak kasih industri kecil dan kerajinan rakyat serta 6 koperasi simpan pinjam bukan hanya memproduksi sepatu untuk di kawasan Bojongloa Kidul ternyata ada beberapa potensi dari masyarakat yang memiliki konsep bisnis home industri.

2 METODE PENELITIAN

Dalam pengabdian kepada masyarakat ini beberapa hal yang menjadi perhatian khusus dalam pengembangan metode pengabdian kepada masyarakat ialah dengan memberikan seminar dan penyuluhan dimana kegiatan tersebut dilaksanakan dalam jangka waktu satu hari. Lebih lanjut diawal sesi penyuluhan akan diberitahukan terkait dengan pengenalan social media yang dapat digunakan untuk promosi yang akan menghasilkan dampak positif kedepannya. Hal lainnya peserta diberikan pelatihan dalam pembuatan konten yang dapat mereka gunakan sebagai sarana promosi penjualan barang dan jasa. Peserta yang dalam hal ini adalah UMKM yang menjadi binaan dari kecamatan Bojongloa Kidul dan selaku mitra yang akan memberikan reviewnya terkait dengan kegiatan yang telah diberikan tersebut. Selain review dan sesi diskusi, tim PKM juga membuka sesi pertanyaan berhadiah, berkaitan dengan materi yang disampaikan, metode ini dipilih agar tercipta suasana yang santai dan akrab. Sehingga tidak membuat peserta seperti sedang belajar atau ujian. Tujuan dari review ini adalah dimana seminar atau penyuluhan akan mendapatkan masukan dan saran pada tahapan evaluasi guna mendapatkan pembelajaran dalam mengatasi kendala-kendala yang terjadi di lapangan. Sehingga kedepannya peserta atau selaku mitra pun akan mendapatkan output secara maksimal.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat dari dua indikator yaitu ketercapaian target luaran dan peningkatan skill peserta yang diukur melalui pemaparan materi juga simulasi yang mengeluarkan output berupa pengaplikasian kegiatan.

1. Indikator Umum
 - a. Adanya budaya pelaksanaan pelatihan dan orientasi produktifitas di kalangan peserta pelatihan, dan tim pelaksanaan kegiatan Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
 - b. Adanya kemajuan dari peserta UMKM di kecamatan Bojongloa Kidul dalam hal social media marketing setelah diadakan kegiatan pelatihan yang dibuat oleh UNIBI.
 - c. Adanya alternatif pemahaman Tindakan bagi para peserta untuk implementasi di usaha nya masing-masing.
2. Indikator Khusus
 - a. Tingkat keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat mencapai 90% (Lulus dan dapat membagi ilmunya maupun mengimplementasikannya sendiri).
 - b. Tersusunnya rencana promosi yang akan dibuat oleh masing- masing UMKM.
 - c. Motivasi dan minat peserta pelatihan untuk berwirausaha sebagai pelatihan untuk ikut meningkatkan pendapatan keluarga.

4 SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan program yang akan terus berlanjut. Karena manfaat dan respon dari peserta yang cukup baik. Secara umum program ini terbagi menjadi tiga bagian program besar yaitu pemaparan materi juga simulasi yang mengeluarkan output berupa pengaplikasian kegiatan. Keberhasilan pelaksanaan program PKM dapat dilihat dari dua indikator yaitu ketercapaian target luaran

dan peningkatan skill peserta yang diukur melalui pelatihan dan bimbingan yang mengeluarkan ouput berupa pengaplikasian kegiatan. Secara umum keberhasilan program ini berhasil dengan baik dinilai dai ketercapaian target luaran walaupun ada beberapa program yang belum mencapai target yang optimal, 100% sedangkan pada simulasi diperoleh hasil bahwa 100% peserta merasakan manfaat akan adanya pelatihan tersebut dengan Tingkat penguasaan sebesar 90%

DAFTAR PUSTAKA

- [http://diskopumkm.bandung.go.id/page/home/diakses 13 juni 2022](http://diskopumkm.bandung.go.id/page/home/diakses%2013%20juni%202022)
[https://www.zonabandung.com/bandung-raya/pr-1202749232/efek-pandemi-umkm-dan-penjualan-digital-kota-bandung-alami-peningkatan-pesat/diakses juni 2022](https://www.zonabandung.com/bandung-raya/pr-1202749232/efek-pandemi-umkm-dan-penjualan-digital-kota-bandung-alami-peningkatan-pesat/diakses%20juni%202022)