



PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

Oleh

S. Anwar¹, A. Mawarti², T. Setiawati³, S. Natalia⁴, C. Nurhayati⁵

^{1,5}Program Studi Akuntansi Universitas Djuanda Bogor

^{2,3,4}Program Studi Manajemen Universitas Djuanda Bogor

E-mail: ¹saeful.anwar@unida.ac.id, ²anggimawartiiii@gmail.com,

³thitathata17@gmail.com, ⁴silvianatalia537@gmail.com,

⁵nurhayaticucu0307@gmail.com

Article History:

Received: 03-10-2022

Revised: 11-11-2022

Accepted: 21-11-2022

Keywords:

Kader Kesehatan, Evakuasi

Abstract: *The benefits of information and communication technology have many positive impacts. However, if we are not aware of and comply with the regulations in using all the facilities and the ease of accessing the information itself, it often causes various things that can be detrimental. As for utilization of information technology and social media communication as a means of digital marketing for SMEs in Pagelaran Village, Ciomas District, Bogor Regency. The marketing of the product itself is still by direct marketing of offers between friends, from person to person, so that it has an impact on monotonous sales and not too many people or the surrounding community know about it. Word of mouth media makes these SMEs not yet developed. With the use of social media as a means of digital marketing, it is expected to increase sales and competitiveness in the wider market. The solution offered is to create social media, provide understanding, then proceed to mentoring, namely counseling and training on the use of social media which includes ad design and uploading advertising content on social media.*

PENDAHULUAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk pendidikan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dengan cara memberikan pengalaman belajar untuk hidup bermasyarakat di luar kampus dan secara langsung mengajarkan mahasiswa mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di masyarakat. Kegiatan KKN ini memiliki tujuan untuk membentuk, membina dan mengembangkan program pemberdayaan masyarakat melalui *digital Marketing* (Dewi, 2018).

Pengembangan UMKM bertujuan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang terjadi pada UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam penunjang perekonomian. Pada saat perekonomian Indonesia mengalami resesi justru pelaku UMKM tidak terkena dampak negatif dari resesi tersebut karena sebagian besar



pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya dengan alat bantu media sosial dengan market share yang luas. Maka UMKM tentunya akan memiliki nilai tambah sehingga dapat meningkatkan daya saing untuk lebih memperkenalkan produk yang dimiliki di dunia luar (Frinces, 2012).

Daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Dengan menggunakan kinerja atau dengan melihat indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing (Purwana, 2017). Adapun untuk konteks *digital marketing* pada dasarnya merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, *mobile/wireless* dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Penggunaan media internet sebagai media pemasaran untuk memperluas dan meningkatkan marketnya (Muljono, 2018) berdasarkan latar permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya maka tujuan pelaksanaan pengabdian ini secara umum adalah untuk mendeskripsikan pengaruh pemanfaatan digital marketing terhadap volume penjualan bagi para pelaku UMKM di Desa Pagelaran Ciomas Bogor.

Berikut ini beberapa permasalahan yang ada di UMKM Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor, diantaranya :

1. UMKM belum memasarkan produknya dengan memanfaatkan *digital marketing* dan *marketplace*.
2. Tempat produksi UMKM belum memiliki penanda *google maps*.
3. Tempat produksi UMKM belum memiliki banner.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang terjadi di UMKM Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas Bogor tersebut, terdapat beberapa tujuan pelaksanaan pengabdian ini sebagai berikut :

1. Membantu memasarkan produknya melalui *marketplace* di berbagai media social. Seperti yang kita ketahui bahwa *digital marketing* memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan memperluas pangsa pasar, dari itu kami mengharapkan dengan memasarkan produk melalui *marketplace* di berbagai media social dapat meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM di Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor.
2. Pembuatan penanda *google maps* bagi UMKM tentunya memiliki banyak manfaat karena melalui fitur *google maps* kita dapat menampilkan informasi-informasi penting bisnis seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk, nomor kontak, jam layanan, penilaian, bahkan testimoni dari pelanggan.
3. Banner memiliki fungsi sebagai media pemasaran yang berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Pemasangan banner pada UMKM bertujuan untuk mengiklankan semua produk yang di produksi oleh UMKM Desa Pagelaran sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya.



METODE

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui survey langsung dan Study Kasus analisis terhadap objek dengan Metode Deskriptif dan case Analysis.

Tempat dan Waktu Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa KKN, yaitu satu bulan yang dimulai dari tanggal 26 Juli sampai dengan 26 Agustus 2022. Kegiatan ini meliputi survey langsung, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan yang dilaksanakan ini bersifat fleksibel. Tempat (Objek) pada penelitian ini yaitu UMKM Ruang Pintar dan UMKM Katakita yang terletak di Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas, Kab. Bogor.

Metode Pengumpulan Data

Model pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah Data Subyek. Untuk Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder

a. Data Primer

Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang dapat dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui tanya jawab/ wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Ruang Pintar dan UMKM Katakita. Dalam penelitian kali ini Data Primer yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha mikro di Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas, Kab. Bogor.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara melaksanakan peninjauan dan penelitian langsung di lapangan.

a. Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi produknya yaitu furniture dan sendal, peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari dan mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat menggali atau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan penelitian, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengelola furniture dan sendal, peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa yang dibutuhkan dalam produksi kerajinan furniture dan sendal, wawancara dilakukan dengan cara terstruktur dan terukur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang dilakukan di usaha mikro furniture dan sendal sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar-benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang



kegiatan yang terjadi pada data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara. Adapun dokumentasi kegiatan adalah sebagai berikut :



Sumber: Penulis 2022

Gambar 1. Pelepasan KKN di Universitas Djuanda

Pelepasan kegiatan KKN yang diagendakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda merupakan awal dari perjalanan kelompok 3 memulai kegiatan KKN ini. Pelepasan dilaksanakan pada hari Sabtu 23 Juli 2022 bertempat di Lapangan Universitas Djuanda dengan dihadiri oleh seluruh peserta kegiatan KKN.



Sumber: Penulis 2022

Gambar 2. Pembukaan kegiatan KKN di Desa Pagelaran Ciomas

Mahasiswa kelompok 3 melaksanakan kegiatan pembukaan di salah satu rumah produksi UMKM Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, pada hari Selasa 26 Juli 2022. Kegiatan ini dimulai pada pukul 09.00 WIB – selesai dengan dihadiri oleh Kepala Desa Pagelaran Bapak Maulana Yusuf beserta staff, pembimbing lapangan yaitu Bapak Saeful Anwar dan pemilik UMKM yaitu Bapak Iman dan Bapak Wisman serta mahasiswa yang tergabung dalam kelompok 3. Selama acara berlangsung semua orang yang hadir dalam kegiatan pembukaan telah mengikuti protokol kesehatan. Acara dimulai dengan pembukaan yang dipandu oleh mahasiswa dan dilanjutkan dengan sambutan-sambutan mulai dari ketua kelompok 3, pembimbing lapangan, Kepala Desa Pagelaran sampai dengan para pemilik. Pada kesempatan tersebut, Fitriani selaku ketua kelompok 3 mewakili para anggota kelompok menyampaikan tujuan kegiatan KKN yang dilakukan selama 1 bulan di

Desa Pagelaran dan juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Desa Pagelaran yang telah memberikan kesempatan dan mengizinkan untuk melakukan kegiatan KKN.



Sumber: Penulis 2022

Gambar 3. Pemasangan Banner di UMKM Ruang Pintar.

Dokumentasi pemasangan banner ini diambil pada tanggal 30 Juli 2022. Dimana banner memiliki fungsi sebagai media pemasaran yang berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Pemasangan banner pada UMKM furniture Ruang Pintar (Rupa) ini bertujuan untuk mengiklankan semua produk yang di produksi oleh UMKM sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya.



Sumber:

Gambar 4. Pemasangan Banner di UMKM Katakita

Pemasangan banner pada UMKM Sandal dan tas Katakita ini juga memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengiklankan semua produk yang di produksi oleh UMKM sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya.



Sumber:

Gambar 5. Pencatatan laporan keuangan.



Sosialisasi cara mengaplikasikan pencatatan keuangan agar memudahkan dalam menyajikan informasi yang relevan mengenai posisi keuangan, tentunya yang dapat bermanfaat bagi para pengguna dalam membuat dan mengevaluasi keputusan mengenai alokasi sumber daya.



Sumber :

Gambar 6. Proses pembuatan konten promosi media social

Konten promosi tentunya bertujuan untuk menarik viewers (pemirsa) baru untuk mengenal bisnis dan produk kita dan agar mendorong atau mengajak mereka untuk menjadi konsumen.



Sumber:

Gambar 7. Penutupan Kegiatan KKN di Desa pagelaran Ciomas.

Penutupan kegiatan KKN dilaksanakan pada hari Sabtu 27 Agustus 2022 bertempat di rumah produksi furniture Ripa, kegiatan ini merupakan kegiatan terakhir kami melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Semoga apapun yang kami berikan dapat bermanfaat khususnya bagi para UMKM Desa Pagelaran dan umumnya masyarakat sekitar. Tentu dari kegiatan ini kami kelompok 3 juga banyak sekali mendapatkan ilmu bagaimana hidup bermasyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil yang telah didapat dari wawancara dan observasi dengan para pemilik UMKM yang terletak di Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor, kegiatan pelatihan *digital marketing* dan pembuatan laporan keuangan memiliki tujuan untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan kepada pelaku UMKM didesa Pagelaran yaitu UMKM furniture Ruang Pintar dan UMKM Sandal Katakita khususnya dalam penggunaan *digital marketing* dan pembuatan laporan keuangan usaha, menumbuhkan dan meningkatkan semangat inspirasi kepada kedua UMKM dalam menjalankan bisnis yang

berbasis *online*. Wardhana (2015) bahwa strategi *digital marketing* berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya, ketersediaan gambar-gambar foto produk dan video produk mampu menarik minat konsumen. Sistem pemasaran melalui internet dengan memanfaatkan sosial media, *market place* dan *platform* lainnya membuat para pelaku UMKM terbantu dan secara garis besar saat ini seluruh konsumen berperan aktif dalam menggunakan media sosial. Produk yang terdapat pada UMKM furniture Ruang Pintar yaitu berupa *kitchen seat*, meja belajar, sedangkan di UMKM sandal Katakita yaitu sandal, tas, *flatshoes* produk yang dikenal di semua kalangan baik remaja maupun orang dewasa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM di Desa Pagelaran Ciomas membantu untuk memperluas pemasaran produknya melalui digital marketing agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas

Pembahasan

Adapun hasil diskusi kelompok kami selama penelitian di UMKM Desa Pagelaran Kecamatan Ciomas Kabupaten Bogor , sebagai berikut :

1. Membantu mebuatkan publikasi banner

Sebagai media promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat sekitar dan masyarakat luas.

Pemasangan Benner di UMKM Ruang Pintar



Pemasangan Benner di UMKM Katakita

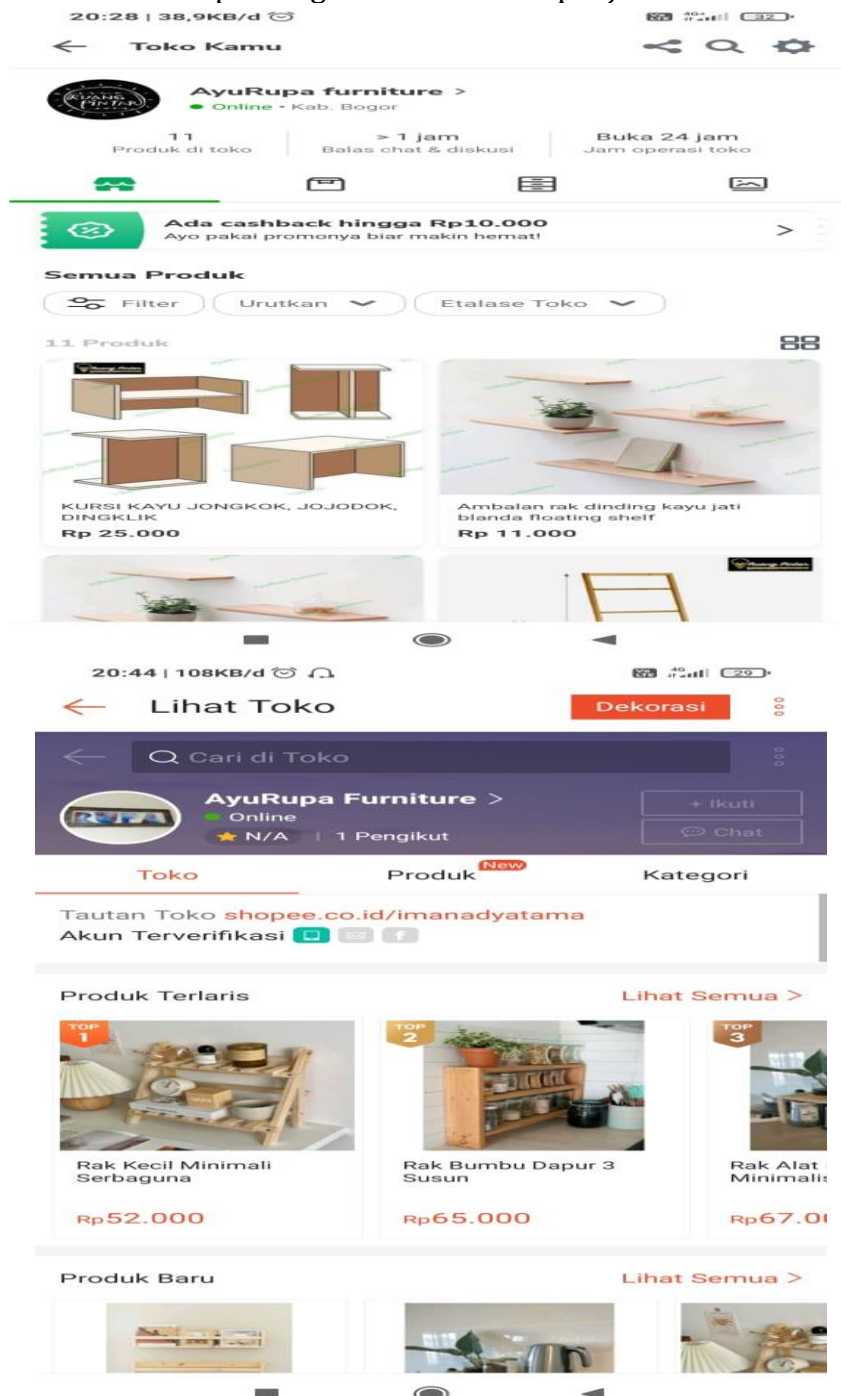
2. Membuatkan desain katalog untuk media promosi

Sebagai media promosi digital marketing





3. **Membuatkan e-commerce berupa toko pedia**
Sebagai sarana *marketplace* agar memudahkan penjualan



4. Membuat brosur UMKM

Sebagai media promosi agar UMKM tersebut lebih dikenal oleh masyarakat sekitar dan masyarakat luas..



PENUTUP

Kesimpulan

Program Kegiatan pengabdian mahasiswa Universitas Djuanda kepada masyarakat yang berlangsung pada tanggal 28 Juli – 20 Agustus 2022 yang bertempat di UMKM Ruang Pintar dan UMKM Sendal Katakita di Desa Pagelaran, Kecamatan Ciomas, Kab. Bogor. Kegiatan Pengabdian Masyarakat merupakan realisasi salah satu dari Tri Dharma perguruan tinggi untuk melakukan pengabdian terhadap masyarakat. Program Kuliah tersebut bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, melalui program Pengabdian Masyarakat mahasiswa mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di dalam ruangan kelas untuk kemudian di terapkan melalui praktek langsung di lapangan. Setelah kurang lebih satu bulan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berlangsung, kami dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah terprogramkan bisa berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan meskipun terdapat beberapa perubahan dan penambahan kegiatan. Berdasarkan pengalaman dan kondisi lapangan yang kami peroleh dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), dapat kami simpulkan sebagai berikut:

1. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah terencana dapat berjalan dengan baik meskipun pada waktu kegiatan yang telah direncanakan berubah jadwal karena faktor yang tidak terencana
2. Mahasiswa memperoleh pengalaman belajar melalui keterlibatannya dengan masyarakat yang secara langsung menemukan, merumuskan, memecahkan dan menanggulangi permasalahan yang berada di lapangan
3. Membentuk mahasiswa menjadi lebih dewasa dalam menyikapi permasalahan yang ada dan dapat memahami bagaimana hidup bermasyarakat.
4. Mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu kemasyarakatan yang tidak didapatkan di bangku kuliah dan masyarakat dapat menyerap ilmu yang dimiliki mahasiswa dalam meningkatkan wawasan mereka untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pemilik UMKM Furniture Ruang Pintar dan UMKM Sendal Kata kita sangat antusias dalam hal perubahan demi kemajuan usaha mereka.



Saran

Setelah berakhirnya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini semoga selama satu bulan dapat membantu UMKM dalam memahami bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan usahanya, sehingga pihak-pihak tersebut dapat mendukung secara penuh program kerja yang dilaksanakan mahasiswa selama Pengabdian Masyarakat. Adapun saran yang dapat diberikan untuk UMKM adalah sebagai berikut:

- Kepada UMKM Desa Pagelaran dapat melanjutkan program-program yang telah dibuat oleh mahasiswa KKN serta dapat menerapkan konsep pelaksanaan kegiatan sebagaimana yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKN.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Ukm Di Indonesia. Forum Keuangan Dan Bisnis, 327-337.
- [2] D. Purwana (2017) Jurnal Pemberdayaan Masyarakat.
- [3] Z. Heflin Frinces 2012. Persaingan dan Daya saing , Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi.
- [4] Dewi, K. (2018). Pencatatan dan Penerimaan Kas Pada pt. kg Fashion Indonesia. Bogor: Laporan KKN Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda.
- [5] Ryan Kristo Muljono. 2018. Digital Marketing Concept. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.