

PEMANFATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING UNTUK PEMASARAN PRODUK PADA UMKM JENANG WAGIRAH DESA PASURUAN KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Retno Dwi Handayani, Riko Herwanto, Rieka Ramadhaniyah*,
Aldith Reynaldi Rangga Putra, Rahmad Mahfudin

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Lampung
Corresponding author Email*: ramadhaniyah@darmajaya.ac.id

Abstract

Social media is one of the media that is widely used by people to communicate and share information. In line with the development of the times, social media is also now widely used as a means to promote merchandise online by MSME players for the reason that there are many social media users in various circles of society, so that you can expand your product marketing network digitally. This community service activity was carried out at the Jenang Wagirah MSME, which is one of the MSMEs in the field of food processing made from sticky rice and pineapple which is much loved by the community with raw materials that are very easy to obtain. Jenang Wagirah UMKM is located in Pasuruan village, South Lampung. This community service activity is carried out through training by creating marketing content designs using Canva and how to post marketing content on social media. It is hoped that this can provide MSME actors with an understanding of digital marketing so that it can have a positive impact on increasing sales. Jenang Wagirah MSME products.

Keywords: UMKM, Digital Marketing, Social Media

Abstrak

Media sosial merupakan salah satu media yang banyak digunakan oleh kalangan untuk berkomunikasi dan membagikan informasi, seiring dengan perkembangan zaman media social juga sekarang banyak digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan barang dagangan secara online oleh para pelaku UMKM dengan alasan bahwa banyaknya pengguna media sosial di berbagai kalangan masyarakat sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran produk secara *digital*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada UMKM Jenang Wagirah yang merupakan salah satu UMKM bidang olahan makanan berbahan ketan dan nanas yang banyak digemari oleh masyarakat dengan bahan baku yang sangat mudah diperoleh. UMKM Jenang Wagirah bertempat di desa Pasuruan Lampung Selatan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pelatihan dengan pembuatan desain konten *marketing* menggunakan canva dan bagaimana melakukan posting konten *marketing* di social media, hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM akan pemasaran secara digital (*Digital Marketing*) sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan produk UMKM Jenang Wagirah.

Kata Kunci : UMKM, Digital Marketing, Sosial Media

Copyright©2024. Retno Dwi Handayani dan kawan-kawan.
This is an open *access* article under the CC-BY NC-SA license.
DOI 10.30656/ps2pm.v6i1.8313

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat akan memberikan berbagai dampak perubahan dalam kehidupan masyarakat pada umumnya dan pelaku usaha yaitu UMKM. Saat ini media online banyak digunakan para pelaku bisnis untuk memasarkan produk secara *digital marketing* seperti website dan media social, beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog*, dan lainnya. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya (Williams dkk. 2012). Menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran tidak hanya seperti menggunakan internet dan teknologi, akan tetapi harus menggunakan taktik dan strategi komunikasi (Wigstrom dan Wigmo. 2010). Media sosial memiliki beberapa perbedaan dengan media komunikasi pemasaran lainnya, yaitu *Always on dan Everywhere* (Powers dkk. 2012). Para pengguna media sosial dapat mengakses media sosial kapan saja dan dimana saja, karena selain dapat diakses melalui komputer, media sosial juga dapat diakses melalui handphone, sehingga hal tersebut dapat memberikan peluang pemasaran untuk dapat melakukan komunikasi pemasaran kapan saja dan dimana saja.

Digital marketing adalah suatu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen digital, utamanya internet beserta beragam aplikasi yang terdapat di dalamnya dan peralatan yang mendukung penggunaan media tersebut, yang memungkinkan terciptanya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan banyak pihak, dalam hal ini antara produsen/penjual dengan pelanggan, tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat (Ryan, 2014:5). Membangun pemahaman digital marketing kepada pelaku UMKM sangat penting guna mengembangkan area pemasaran produk dari UMKM dimana UMKM Jenang wagirah ini memasarkan produk olahan makanan dari bahan baku ketan berupa jenang dan dodol dengan aneka rasa dimana hasil olahan tersebut masih dipasarkan ke pasar tradisional desa Pasuruan Lampung Selatan dan warga sekitarnya.

Salah satu UMKM yang menjadi tempat pengabdian masyarakat yaitu UMKM Jenang Wagirah yang bertempat di Desa Pasuruan Kabupaten Lampung Selatan. UMKM jenang wagirah merupakan salah satu UMKM yang bergerak di pengolah makanan berbahan dasar ketan, kelapa dan gula merah dimana bahan dasar tersebut sangat mudah

di dapatkan di desa pasuruan. Hasil produksi jenang wagirah ini di jual di pasar desa pasuruan dan daerah sekitarnya saja (Lokal) belum menjangkau daerah diluar desa pasuruan hal ini disebabkan karena suatu kendala dalam melaksanakan proses pemasaran produk serta minimnya pengetahuan mengenai *digital marketing*, sehingga UMKM ini belum dapat memaksimalkan penjualannya ditengah-tengah pesatnya pertumbuhan pemasaran digital. Selain itu, kurangnya sumber daya manusia di UMKM juga menghambat proses inovasi dan kreatif UMKM dalam memasarkan produk UMKM, yang juga dapat berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi dan bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Jenang Wagirah desa Pasuran Kabupaten Lampung Selatan yaitu bulan September - Oktober 2023, yang dilakukan satu kali dalam seminggu UMKM Jenang Wagirah ini merupakan salah satu UMKM yang ada di Desa Pasuruan yang memproduksi olahan dari ketan, kelapa dan gula merah serta produk dodol dengan aneka rasa.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pertama kali dengan melakukan survey pada UMKM Jenang Wagirah yaitu wawancara dan diskusi langsung dengan pemilik UMKM Jenang wagirah untuk menggali informasi terkait dengan kendala yang dihadapi oleh UMKM Jenang Wagirah yaitu salah satunya terkait dengan pemasaran produk UMKM secara *online* untuk memperluas jejaring pemasaran produk Jenang Wagirah ini. Tim pengabdian masyarakat segera menyusun rencana kegiatan terkait dengan memberikan pelatihan guna memberikan pemahaman terkait dengan pemasaran secara digital atau digital marketing, membuat konten digital dan media yang digunakan untuk pemasaran secara *digital* .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama dua bulan yaitu pada bulan September-Oktober 2023 dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan yaitu :

1. Observasi

Kegiatan observasi ini dilakukan untuk menggali data dan informasi pada UMKM Jenang Wagirah terkait dengan kendala yang dihadapi oleh UMKM Jenang Wagirah.

Setelah dilakukan observasi diperoleh informasi bahwa UMKM jenang Wagirah selama ini memasarkan produknya sebatas di jual kepasar tradisional di Desa Pasuruan dan kepada warga sekitar. UMKM jenang Wagirah belum melakukan usaha pemasaran secara digital karenanya minimnya SDM dan pengetahuan yang dimiliki untuk melakukan pemasaran secara digital/online. Kegiatan observasi ke UKM Jenang Wagirah dapat dilihat pada gambar 1



Gambar 1. Kegiatan Observasi UMKM Jenang Wagirah

2. Pengenalan Internet dan Media Sosial

Kegiatan Pengenalan Internet dan Media Sosial kepada UMKM jenang Wagirah ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan akan pentingnya penggunaan internet untuk memperoleh data dan informasi serta dapat berkomunikasi dengan orang diberbagai tempat untuk menambah mitra guna memperluas jejaring pemasaran secara digital, banyaknya orang atau mitra usaha yang menggunakan media social sebagai sarana untuk berbagi informasi dan mempromosikan produk usahanya di media social. Kegiatan Pengenalan internet dan social media dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Pengenalan Internet dan social media

3. Edukasi terkait dengan pemahaman Digital Marketing

Kegiatan Edukasi terkait dengan pemahaman digital marketing ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman terhadap pemasaran secara digital (Digital marketing). Pemasaran melalui media sosial tentu membutuhkan strategi khusus supaya dapat memenuhi target sasaran pangsa pasar. Strategi ini berperan sebagai perluasan penyebaran usaha bagi pemilik UMKM Jenang Wagirah di Desa Pasuruan. Oleh karenanya mengingat tingkat pengetahuan masyarakat yang masih tergolong mendasar, untuk mencapai target dan memenangkan pangsa pasar di media sosial perlu adanya edukasi mengenai hal tersebut.

4. Pembuatan konten digital

Kegiatan pembuatan konten digital dilakukan dengan membuat desain flyer dan video dari produk yang dihasilkan UMKM Jenang Wagirah menggunakan Canva. Konten digital berupa pembuatan desain flyer yang akan digunakan untuk di publish di social media dapat dilihat pada gambar 3.

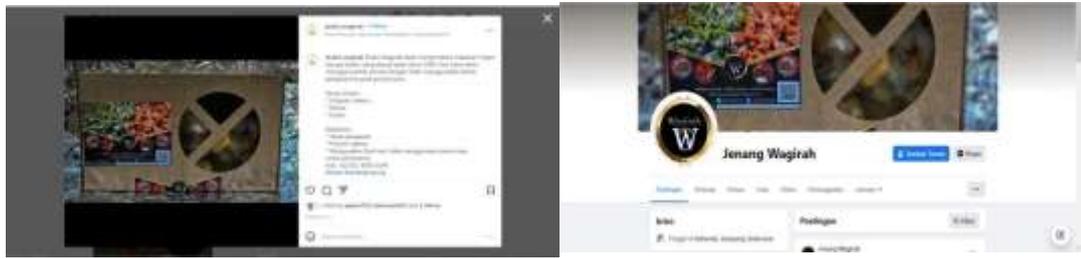


Gambar 3. Flyer UMKM Jenang Wagirah

5. Pembuatan akun media sosial dan posting

Kegiatan pembuatan akun media media social dan pengisian data informasi dari UMKM Jenang Wagirah (Produk, alamat, No.kontak), pembuatan titik google map pemilik UMKM Jenang Wagirah serta posting konten marketing dari produk UMKM. Dalam pemasaran secara online ini, tahap perencanaan strategi saja masih belum cukup untuk memasarkan produk mereka. Oleh karenanya diperlukan pendampingan agar pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital marketing ini dilakukan secara berkelanjutan dan dapat berkembang. Pendampingan ini diharapkan dapat

menimbulkan dampak yang signifikan terhadap progres pemasaran usaha mereka. Akun Media social UMKM Jenang Wagirah dapat dilihat pada gambar 4



Gambar 4. Akun Media Sosial UMKM Jenang Wagirah

6. Evaluasi

Bentuk dari kegiatan evaluasi dari pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui komunikasi via WhatsApp dan mengunjungi pemilik UMKM Jenang Wagirah di akhir masa pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Pada tahap evaluasi ini dibutuhkan untuk melihat sejauh mana manfaat program pengabdian yang di dapat bagi pemilik UMKM Jenang Wagirah yang menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing bagi pemasaran produk usahanya. Yang harapannya keberlanjutan program pengabdian ini dapat meningkatkan UMKM Jenang Wagirah di Desa Pasuruan Kabupaten Lampung Selatan.

SIMPULAN

Program kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakannya melalui kegiatan edukasi pemasaran secara digital (Digital Marketing) secara optimal guna memperluas pemasaran produk UMKM jenang Wagirah, pengenalan internet dan pembuatan akun media social serta pelatihan penggunaan media sosial dan *Link Tree*. Kegiatan ini membawa dampak pada UMKM Jenang Wagirah untuk memudahkan proses pemasaran produk jenang, UMKM Jenang Wagirah ke wilayah yang lebih luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini tim pengabdian yang merupakan kolaborasi dari program studi Sistem Komputer, Teknik Informatika dan Akuntansi mengucapkan terima kasih kepada

institusi IIB Darmajaya dan UMKM Jenang Wagirah yang telah memberi kesempatan dukungan terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Wikstrom, E., & Wigmo, J. 2010. *Social Media Marketing – What Role Can Social Media Play as Marketing Tool?*. Bachelor Thesis, School of Computer Science, Physics, and Mathematics Linnæus University
- Williams, D.L., Crittenden, V.L., Keo, T., & McCarty, P. 2012. *The use of social media: an exploratory study of uses among digital natives*, *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136
- Moriansyah, L. (2015). *Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences social media marketing: Antecedents and consequences*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Setiawan, I., & Diani, F. (2019). *Pemanfaatan Internet Marketing Untuk Mempersiapkan Masyarakat Kreatif dan Berjiwa Wirausaha Mandiri di Lingkungan Warga PKK*. *Jurnal Difusi*, 2(2), 45-53.
- Hamzah, D., & Nadjib, M. (2013). *Pemanfaatan internet sebagai media promosi pemasaran produk lokal oleh kalangan usaha di Kota Makassar*. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 30-40.