

Received: August 2022

Accepted: November 2022

Published: January 2023

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/sj.v7i1.1676>

**Pelatihan dan Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Penunjang
Pemasaran Produk UMKM Warga Desa Dandang, Kecamatan Cisauk,
Kabupaten Tangerang Banten**

*Tita Puspitasari**Universitas Pamulang*dosen01261@unpam.ac.id*Asep Erlan Maulana**Universitas Pamulang*dosen02716@unpam.ac.id*Rusyda Maulida**Universitas Pamulang*dosen02114@unpam.ac.id**Abstrak**

Perubahan kehidupan saat ini secara signifikan telah terdampak oleh perkembangan internet. Dari segi waktu, aktivitas manusia sangat terbantu oleh adanya internet. Salah satu produk aplikasi internet adalah sosial media. Sosial media sudah menjadi kebutuhan dalam penunjang aktivitas manusia saat ini, tidak hanya sebagai gaya hidup, sektor pendidikan dan bahkan dunia usaha sudah sangat akrab dan hampir semua bidang usaha menggunakan bantuan sosial media dalam mengembangkan dan memasarkan produknya sehingga dapat dinikmati oleh khalayak ramai tak terbatas. Banyak jenis sosial media yang digunakan sesuai kebutuhan dari masing-masing pelaku usaha baik itu makro ataupun mikro, karena saat ini dengan adanya sosial media orang lebih mudah berbelanja dimana saja kapan saja tanpa terhalang oleh jarak. Hal ini yang sangat mendasari kami Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tergerak untuk menjadikan masyarakat para pelaku ekonomi kreatif seperti warga Desa Dandang yang sebagian besar adalah pengrajin tusuk sate dapat merasakan manfaat dari sosial media terutama dalam pengembangan usaha dan pemasaran produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga bisa meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan warga. Harapan kami setelah adanya kegiatan PkM ini yaitu “Pelatihan dan Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Penunjang Pemasaran Produk UMKM”, dalam aktivitas sehari-hari, ilmu pengetahuannya dapat diterapkan oleh warga desa. Baik dalam mencari sumber informasi tentang kualitas produk lain yang serupa sehingga dapat meningkatkan kualitas produksinya. Dan juga warga desa dapat menggunakan sosial media dengan maksimal agar dapat menunjang pemasaran produk lebih maksimal karena mudah

diakses oleh khalayak ramai. Sehingga semakin banyak yang menggunakan produk UMKM warga Desa Dandang akan berpengaruh pada peningkatan kesejahteraan warga.

Kata Kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Pemasaran Produk UMKM, Warga desa Dandang.

Pendahuluan

Penerapan teknologi yang tepat dapat menunjang aktifitas masyarakat menjadi lebih produktif, efektif dan efisien. Hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat dipengaruhi pesatnya perkembangan teknologi dan internet pada saat ini. Salah satunya adalah pemanfaatan media sosial dalam aktifitas dan mobilitas masyarakat sehari-hari. Hal ini menjadi sarana implementasi aplikasi teknologi yang tepat dan mengikuti perkembangan zaman.

Pemanfaatan media sosial sudah sangat akrab dengan masyarakat, baik itu di perkotaan atau di desa sekalipun, masyarakat merasa sangat terbantu dan dipermudah dengan adanya media sosial dalam meringankan mobilitas sehari-hari. Menurut (Fatehah & Dyatmika, 2021), pola hidup dan budaya manusia terutama dalam belajar, komunikasi, bekerja, berbelanja dan hal lainnya dipengaruhi oleh pesatnya pemanfaatan internet. Contohnya adalah penggunaan internet dalam berkomunikasi seperti jejaring sosial (*social networking*) serta surat elektronik (*e-mail*) yang dianggap lebih efektif dan efisien.

Menurut DataReportal, dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 277,7 Juta di tahun 2022 (Kemp, 2022), jumlah pengguna internetnya mencapai 204,7 juta pengguna. Total tersebut didominasi oleh pengguna mobile sebanyak 370,1 Juta dan pengguna yang aktif pada media sosial sebanyak 191,4 Juta. Di jaman sekarang bermedia sosial menjadi salah satu kebiasaan yang melekat pada masyarakat, karena memang jika dilihat dari segi manfaatnya media sosial memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai alat komunikasi, branding, tempat usaha, dan juga marketing (Setiadi, 2016). Dimana dengan adanya media sosial sebagai alat komunikasi, aktivitas usaha masyarakat pun dapat berjalan dan tersampaikan dengan baik pada khalayak ramai. Komunikasi yang dilakukan di dunia maya sama seperti komunikasi di dunia nyata.

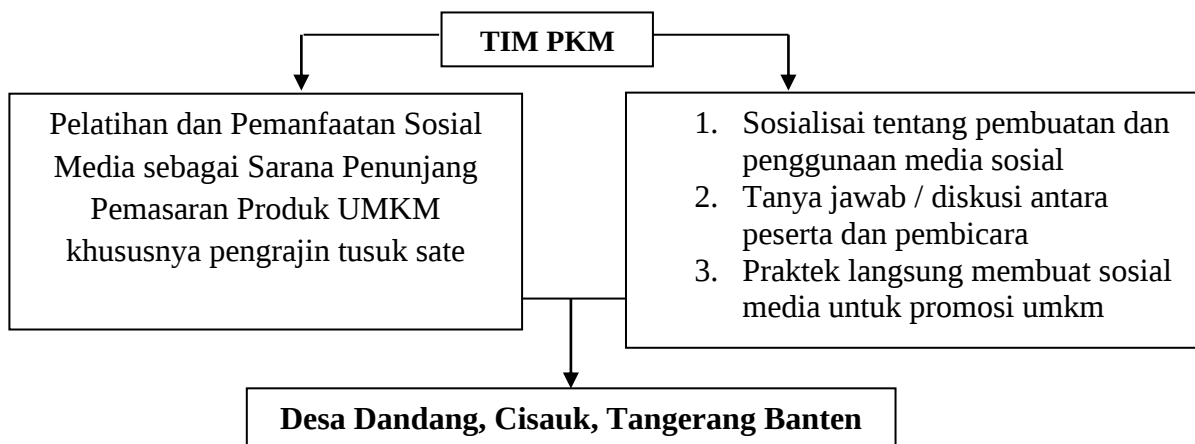
Media sosial dapat menjadi tempat membranding baik itu pribadi ataupun sebuah produk. Dengan mengemas dan mengelola media sosial yang kita miliki dengan baik dan menarik, maka tidak akan menutup kemungkinan banyak pengguna internet dan media sosial lainnya melirik dan tertarik pada apa yang kita suguhkan. Bagi masyarakat pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), media sosial merupakan ladang atau tempat usaha (Septianti, Solikah, & Mardiyah, 2021). Setelah berhasil menyediakan tempat untuk berkomunikasi dan branding, media sosial perlahan berkembang bisa dijadikan penggunaannya untuk dapat membangun sebuah usaha atau bisnis secara online. Sebagai toko atau tempat jualan yang tidak memerlukan ruangan dan juga tidak terbatas oleh waktu, yakni dapat terbuka 24 jam, pengguna sangat dimudahkan oleh media sosial dalam membangun sebuah usaha atau bisnis berbasis online di dunia maya (Rerung, 2018). Karena hal ini dapat menjangkau lebih banyak orang dari berbagai tempat tanpa harus datang dan bertransaksi langsung dengan penjualnya, dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata yang terbatas dengan ruang dan waktu.

Jenis media sosial yang dapat digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diantaranya jenis media sosial layanan jejaring sosial (social networking) (Dirgahayu, 2021). Dimana dalam layanan ini biasanya pengguna saling mengirim pesan, informasi, foto, hingga video seperti pada Facebook, instgram, tiktok, linkedin dan banyak lagi sekarang jenis aplikasinya. Menurut (Priambada, 2017) dalam penelitiannya, media social yang paling banyak digunakan adalah Whatsapp, Facebook dan Instagram. Sedangkan data yang dirilis oleh (Kemp, 2022) pada bulan Februari 2022, Instagram merupakan media social kedua terbanyak (Setelah Whatsapp) yang sering dipakai oleh pengguna dengan rentang umur dari 16-64 tahun.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah edukasi dengan memberikan pemahaman yang cukup mengenai penggunaan media sosial menggunakan platform Instagram secara baik, bijak dan inovatif sehingga memaksimalkan dampak positif media sosial khususnya dalam mencari sumber informasi tentang kualitas produk lain yang serupa sehingga dapat meningkatkan kualitas produksinya. Dan meningkatkan pemasaran produk usaha warga Desa Dandang, Kecamatan Cisauk, Tangerang-Banten agar lebih dikenal dan dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas.

Metode

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk sosialisasi ini adalah pengambilan data sekunder dari jurnal dan internet. Terkait dengan semakin berkembangnya penggunaan sosial media dalam aktivitas masyarakat baik dalam pendidikan bahkan dalam sektor usaha, kami mengadakan kegiatan pelatihan ini dilakukan secara offline. Terdapat 7 orang yang terlibat pada Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terdiri dari 3 dosen dan 4 Mahasiswa. Mereka melakukan metode pendekatan dengan memberikan solusi serta informasi melalui kegiatan sosialisasi pelatihan kepada masyarakat Rt.09 Rw.03 Desa Dandang, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten khususnya masyarakat pengrajin tusuk sate yang dikemas dengan kegiatan **“Pelatihan dan Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Penunjang Pemasaran Produk UMKM”**. Rincian skema pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat lebih jelasnya ada pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar.1 Diagram Alur PkM

Kegiatan ini dilaksanakan untuk mendukung para pelaku UMKM terutama pada Desa Dandang, Cisauk, Tangerang Banten. Fokus sasarannya adalah UMKM yang memproduksi Tusuk Sate pada Desa Dandang, Cisauk, Tangerang Banten dapat memasarkan produk mereka secara luas tanpa sekat ruang dan waktu. Pelaksanaan pelatihan ini terdiri dari beberapa kegiatan yaitu:

1. Penjelasan materi dan sharing pengetahuan tentang berbagai macam media sosial yang sering digunakan masyarakat saat ini. Meninjau dampak positif dan negatifnya. Menganalisis bersama kebutuhan media sosial untuk pengembangan usaha masyarakat khususnya di Desa Dandang, Kec. Cisauk yang banyak terlibat sebagai pengrajin tusuk sate.
2. Memberi masukan kebutuhan media sosial seperti apa yang dibutuhkan dalam mengembangkan usaha UMKM masyarakat Desa Dandang saat ini, memberikan pelatihan bagaimana cara membuat dan menggunakan media social terutama *platform* Instagram agar dapat tepat dan berdaya guna untuk peningkatan usaha masyarakat.
3. Simulasi dan praktek langsung menggunakan handphone masing-masing membuat akun media social (Instagram) untuk penunjang usaha. Peserta dibagi kedalam beberapa kelompok, dimana setiap kelompok didampingi oleh dosen dan mahasiswa PKM agar jika mengalami kendala langsung diarahkan sehingga bisa tuntas memahami yang sedang dikerjakan.
4. Dosen pelaksana PKM membuat mengecek kesiapan sosial media yang sudah dibuat agar dapat langsung digunakan sebagai salah satu sarana peningkatan kualitas usaha masyarakat Desa Dandang.

Hasil dan Pembahasan

Awal pertemuan Tim PkM dan Ketua Rukun Tetangga (RT) yang ramah, Tim disambut dengan baik oleh Ketua RT untuk membuka ruang kepada kami dengan penuh tanggung jawab dalam berbagi ilmu pengetahuan. Kami begitu bersemangat berbagi informasi dan ilmu mengenai materi medsos dikarenakan peran aktif dari peserta sosialisasi.



Gambar.2 Persiapan Kegiatan: Pemasangan Spanduk oleh Mahasiswa Unpam



Gambar.3 Ketua PkM Tita Puspitasari, S.Pd., M.Pd memberikan Sambutan

Setelah para peserta mengikuti pemaparan materi sosialisasi, mereka satu demi satu memberikan berbagai pertanyaan kepada kami. Pertanyaan tersebut diantaranya: 1) bagaimana cara memilih sosial media yang pas untuk pengembangan usaha? 2) bagaimana cara menaikkan jumlah follower agar produk yang dibuat semakin banyak dilihat? 3) Bagaimana cara berjualan di sosial media agar tidak tertipu? Dan banyak lagi beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh peserta, respon yang luar biasa.



Gambar.4 Pemateri 1
Asep Erlan Maulana, S.Kom., M.Kom



Gambar.5 Pemateri 2
Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd

Peserta yang aktif pada sosialisasi ini, kami berikan reward. Awalnya hanya tiga peserta yang mendapatkan reward. Namun karena antusias peserta yang tinggi dan banyak yang berperan aktif, kami berikan sampai 10 peserta yang mendapatkan reward. Semoga para peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi ini mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat dari kami selaku pelaksana.



Gambar.6 Penyerahan Cindera Mata kepada
Ketua RT 09 Desa Dangdang



Gambar.7 Paparan Materi Pelatihan Medsos
pada pelaku UMKM RT 09 Desa Dangdang



Gambar.8 Praktek membuat sosial media

Para pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan ini terdiri dari 20 orang. Bidang usaha yang digeluti adalah Tusuk Sate. Tempat kegiatan pelatihan di Rumah Pak Rt.09/Rw.03 Desa Dandang, kec.Cisauk, Kab.Tangerang-Banten. Waktu pelaksanaannya selama 3 hari yaitu pada hari Rabu-Jum'at tanggal 30-31 Maret dan 1 April 2022, berlangsung dari jam 09.00-12.00 WIB setiap harinya. Berikut adalah rincian pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat:

Rabu, 30 Maret 2022

Tabel 1. Rincian acara hari pertama

No.	Waktu	Susunan Acara	Pemateri/Penanggung Jawab
1	09.00 – 09.15	Pembukaan	MC Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd
2	09,15 – 09.45	Sambutan Ketua Pelaksana	Tita Puspitasari, S.Pd., M.Pd
3	09.45 – 10.00	Sambutan Ketua Rt.09 Rw.03 Desa Dandang	Bpk. Wahidin
4	10.00 – 10.30	Pengenalan UNPAM	Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd
5	10.30 – 11.45	Materi “Pembuatan dan Pemanfaatan Sosial Media”	Asep Erlan Maulana S.Kom., M.Kom.
6	11.45 – 12.00	Penutup	MC (Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd)

Kamis, 31 Maret 2022

Tabel 2. Rincian acara hari kedua

No.	Waktu	Susunan Acara	Pemateri/Penangggung Jawab
1	09.00 – 09.15	Pembukaan	MC Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd
2	09,15 – 09.45	Pengarahan Ketua Pelaksana	Tita Puspitasari, S.Pd., M.Pd
3	09.45 – 11.45	Pelatihan & Diskusi “Pembuatan dan Pemanfaatan Sosial Media”	Asep Erlan Maulana S.Kom., M.Kom.
4	11.45 – 12.00	Penutup	MC (Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd)

Jum’at, 1 April 2022

Tabel 3. Rincian acara hari ketiga

No.	Waktu	Susunan Acara	Pemateri/Penangggung Jawab
1	09.00 – 09.15	Pembukaan	MC Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd
2	09,15 – 10.15	Materi tambahan tentang sosial media	Tita Puspitasari, S.Pd., M.Pd
3	10.15 – 11.30	Simulasi <i>pembuatan sosial media</i>	Asep Erlan Maulana S.Kom., M.Kom. Tita Puspitasari, S.Pd., M.Pd Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd Serta Tim Mahasiswa
4	11.30 – 12.00	Ramah Tamah + Pemberian Cenderamata	(Tita Puspitasari, S.Pd., M.Pd)
5	12.00 – 12.10	Penutup	MC (Rusyda Maulida, S.Pd., M.Pd)

Simpulan dan rekomendasi

Dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini berjalan lancar dan sukses. Terbukti PkM yang dilakukan oleh Tim Dosen dan dibantu oleh Mahasiswa Teknik Informatika Universitas Pamulang mendapatkan sambutan hangat dari pelaku UMKM dan warga pengrajin tusuk sate di RT.09 Rw.03 Desa Dandang, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang-Banten. Warga antusias mengikuti kegiatan ini, terlihat dari tingkat keseriusan dan banyaknya pertanyaan bagus untuk mendapatkan penjelasan mendalam tentang Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Penunjang Pemasaran Produk UMKM.

Hasil pelatihan pada PkM ini diharapkan dapat menjadikan warga sebagai pelaku UMKM di RT.09 Desa Dangdang lebih percaya diri, produktif dan lebih meningkatkan penjualan produknya. Bagi Universitas Pamulang, hasil PkM ini menjadikan gambaran penugasan keterampilan warga RT.09 Desa Dangdang sebagai pelaku UMKM, untuk lebih aktif menggunakan media socialnya (Instagram) dalam memasarkan produk mereka. Sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya. Sehingga kedepannya pelatihan dan pendampingan sejenis bisa dilaksanakan setiap tahunnya.

Daftar Pustaka

- Dirgahayu, D. (2021). PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL (SOCIAL NETWORK) OLEH PETERNAK AYAM PELUNG. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(04), 68–73. Retrieved from <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/662>
- Fatehah, N., & Dyatmika, T. (2021). PENDAMPINGAN DAN SOSIALISASI SITUS BELAJAR SEBAGAI PENUNJANG PEMBELAJARAN ONLINE. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 149–166. doi: 10.35316/assidanah.v3i2.1454
- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia. Retrieved September 15, 2022, from DataReportal – Global Digital Insights website: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Priambada, S. (2017). POTENSI MEDIA SOSIAL BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI MALANG RAYA. *SESINDO 9, 2017*. Retrieved from <https://si.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1768/POTENSI-MEDIA-SOSIAL-BAGI-USAHA-KECIL-DAN-MENENGAH-UKM-DI-MALANG-RAYA>
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Septianti, S., Solikah, F., & Mardiyah, S. (2021). PROGRAM PENGEMBANGAN IDE UMKM WAROENG KOPI SINGGAH. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–12. doi: 10.35316/assidanah.v3i1.1100
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Cakrawala : Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2). doi: 10.31294/jc.v16i2.1283