

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengembangan Pemasaran UMKM Kota Baubau

Harry Fajar Maulana ^{1*}, Hastuti ², Muhammad Rizal Ardiasyah Putra ³,
Waode Sitti Cahyani ⁴, Supriyanto Ruma Rubun ⁵,
Vicky Arwana Putra Ato ⁶

¹⁻⁶ Universitas Muhammadiyah Buton

*¹ harryfajarmaulana@gmail.com; ² hastutituo@gmail.com, ³ icalard21@gmail.com,

⁴ cahyaodhe@yahoo.co.id, ⁵ rumarubun@gmail.com, ⁶ arwanaptraato@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah terbukti sangat bermanfaat dalam meningkatkan strategi pemasaran bisnis. Platform media sosial saat ini mencakup situs-situs seperti YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan lainnya. Aplikasi media sosial memiliki potensi tersendiri dan dapat menguntungkan bila digunakan untuk pemasaran. Metode pelaksanaan pelatihan UMKM sebagai mana dilakukan pertama yaitu mengumpulkan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil. Selanjutnya tim pengabdian melakukan dalam dua tahap, pertama melakukan edukasi, tujuannya memberikan pengetahuan tentang pentingnya menerapkan strategi pemasaran digital. Kedua, melakukan pengembangan model pemasaran. Model pemasaran ini sudah didesain oleh tim pengabdian sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pelaku UMKM strategi pengembangan ini mengacu pada strategi pemasaran digital.

Kata Kunci: media sosial, pemasaran, UMKM

Pendahuluan

Pemasaran media sosial telah ditemukan oleh banyak kelompok sangat bermanfaat dalam meningkatkan strategi pemasaran bisnis. Platform media sosial saat ini mencakup situs-situs seperti YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan lainnya. Aplikasi media sosial memiliki potensi tersendiri dan dapat menguntungkan bila digunakan untuk pemasaran (NAIMAH et al., 2020).



Gambar 1. Weekly Online Shopping Activities, Data Digital Indonesia 2022

Dari gambar di atas kita dapat melihat aktifitas belanja online terhitung Februari 2022, sebanyak 60.6% pengguna internet di Indonesia melakukan membeli produk atau layanan secara online, 36.0% memesan bahan makanan melalui toko online, 13.0% membeli barang bekas melalui toko online, 18.3% menggunakan layanan perbandingan harga online, dan 43.3% menggunakan layanan beli sekarang, bayar nanti. Dari penjelasan diatas menyiratkan bahwa potensi belanja online sudah cukup berkembang di Indonesia yang harus diimbangi dengan pemasaran secara digital pula oleh pelaku usaha (We Are Social & Hootsuite, 2022).

Perkembangan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan online. Media sosial adalah alat pemasaran digital yang paling mudah digunakan. Dengan biaya yang murah dan tidak memerlukan keahlian khusus dalam inisiasi awal, media sosial dinilai mampu menjangkau (engaging) calon konsumen secara langsung (Sulaksono & Zakaria, n.d.).

Media digital online memfasilitasi pemasaran digital, yang merupakan jenis periklanan dan riset pasar. Media sosial sekarang dapat menghubungkan pengguna dengan pengguna lain di seluruh dunia serta dengan perangkat mereka. Setiap lapisan masyarakat dapat dijangkau melalui pemasaran digital, di mana pun mereka berada (Marpaung et al., 2021).

Penciptaan konten atau pesan yang akan disampaikan kepada publik menjadi pertimbangan paling krusial dalam penggunaan platform digital yang terburu-buru. Bahkan dalam komunikasi pemasaran, pesan atau konten merupakan komponen penting dari komunikasi. "Pemasaran konten" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan konten ini. (Astuti & Nurdin, 2022).

Pelaku Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di kota baubau sekita 7.000 yang terinput secara online dalam system aplikasi informasi UMKM dan Koperasi (SIMDURASI), Pelaku UMKM di kota baubau di tuntut agar mampu bersaing dalam menciptakan persaingan yang kompetitif, sehingga semua pelaku UMKM harus mempunyai inovasi dalam ememasarkan produk masing-masing UMKM.

Kurangnya promosi oleh pelaku usaha mengakibatkan beberapa UMKM di Kota Baubau kurang berkembang. Banyak dari produk mereka disalahartikan sebagai produk bisnis lain karena beberapa orang tetap menjualnya ke pedagang grosir secara anonim karena mereka masih perlu menghasilkan uang. Padahal, jika kita bisa menggunakan berbagai produk ini, kita bisa meningkatkan pendapatan ekonomi lokal dan regional. Mitra UMKM sering menghadapi masalah manajemen yang buruk atau kurangnya kemampuan manajerial. Tantangan manajemen ini menyentuh struktur modal, orang, dan pemasaran.

Kurangnya sistem manajemen keuangan yang dapat dipercaya, kesulitan membuat studi kelayakan dan proposal untuk mendapatkan pinjaman dari bank dan modal ventura, tantangan membuat rencana bisnis mengingat persaingan yang ketat di pasar, dan masalah dengan akses ke teknologi, terutama ketika pasar

dikendalikan, adalah masalah teknis lainnya yang sering terjadi. karena lesunya penjualan produk dan jasa. Membangun hubungan dengan bank dan investor diperlukan untuk memiliki akses ke teknologi dan modal.

UMKM yang masih diberikan secara tradisional, bisnis tidak dapat berkembang, dan solusi yang diberikan untuk mengatasi masalah yang dihadapi mitra diubah menjadi aplikasi *E-commerce* berupa *website* dan pelatihan tentang pemanfaatannya untuk mendongkrak UMKM. Namun, kurangnya promosi oleh pelaku usaha mengakibatkan beberapa UMKM di Kota Baubau kurang berkembang. Banyak dari produk mereka disalahartikan sebagai produk bisnis lain karena beberapa orang tetap menjualnya ke pedagang grosir secara anonim karena mereka masih perlu menghasilkan uang. Padahal, jika kita bisa menggunakan berbagai produk ini, kita bisa meningkatkan pendapatan ekonomi lokal dan regional.

Mitra UMKM sering menghadapi masalah manajemen yang buruk atau kurangnya kemampuan manajerial. Tantangan manajemen ini menyentuh struktur modal, orang, dan pemasaran. Kurangnya sistem pengelolaan keuangan yang andal, sulitnya membuat studi kelayakan dan proposal untuk mendapatkan pinjaman dari bank dan modal ventura, sulitnya membuat rencana bisnis mengingat persaingan pasar yang semakin ketat, dan masalah akses ke teknologi, khususnya ketika pasar dikendalikan, masalah teknis tambahan yang sering ditemui. Dikarenakan rendahnya penjualan produk dan layanan UMKM yang masih diberikan secara tradisional, bisnis tidak dapat berkembang, dan solusi yang diberikan untuk mengatasi masalah yang dihadapi mitra diubah menjadi aplikasi *E-commerce* berupa *website* dan pelatihan tentang pemanfaatannya untuk mendongkrak penjualan produk UMKM.

E-commerce, yang meliputi Internet dan *World Wide Web*, adalah pertukaran barang dan jasa antara bisnis dan pelanggan. Jelas dari uraian di atas bahwa *E-commerce* dapat dihasilkan dari hubungan antara bisnis atau kelompok bisnis dan pelanggan dengan menggunakan media internet dan situs web untuk menjual produk dan memberikan layanan yang lebih efektif dan efisien kepada pelanggan. Tujuan akhir dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terbentuknya aplikasi teknis yang sesuai untuk *E-commerce* berupa *website* sebagai sarana promosi dan pemasaran barang-barang mitra penjualan produk.

Dalam pelatihan ini semua pelaku UMKM di berikan materi bagaimana menciptakan produk UMKM hingga bagaimana memasarkan produksi mereka, sehingga dalam pengabdian ini mengadakan pelatihan kepada semua pelaku UMKM untuk mendapatkan pengetahuan.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pelatihan UMKM sebagai mana dilakukan pertama yaitu mengumpulkan informasi untuk mengetahui kondisi lokasi dan kebutuhan riil. Selanjutnya tim pengabdian melakukan dalam dua tahap selakigus, pertama melakukan edukasi, tujuannya memberikan pengetahuan tentang pentingnya menerapkan strategi pemasaran digital, kedua melakukan pengembangan model

pemasaran dimana model pemasaran ini sudah di desain oleh tim pengabdian sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pelaku UMKM strategi pengembangan iniin mengacu pada strategi pemasaran digital.

Seanjutnya diskusi secara intens dengan para peserta, serta pembahasan studi persoalan masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM selama melakukan penjualan.

Hasil dan Pembahasan

Salah satu mitra yaitu Kelompok UMKM Kota Baubau yang terlibat dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Menjelaskan penggunaan sistem informasi manajemen kepada mitra sebagai kegiatan pertama pelaksanaan pengabdian masyarakat Sistem informasi organisasi terdiri dari sejumlah bagian yang bekerja sama sebagai unit pengolah untuk menghasilkan laporan yang disajikan kepada pihak tertentu. Karena sistem informasi manajemen merupakan bagian dari suatu sistem informasi, maka pengertian sistem informasi manajemen berdasarkan uraian di atas adalah sistem yang dirancang untuk mengubah data mentah menjadi laporan yang berwawasan luas yang dapat disajikan kepada pemangku kepentingan. Butuh waktu tiga hari untuk menyelesaikan seluruh proses, yang meliputi persiapan, pelatihan, dan pelatihan pekerja.

Pemasaran adalah ilmu membangun hubungan melalui identifikasi pasar sasaran, akuisisi pelanggan, dan retensi pelanggan. Untuk menarik pelanggan baru, manajemen pemasaran melibatkan pemrosesan kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Selain itu, ini membentuk ikatan yang kuat antara bisnis dan klien untuk mengekstrak nilai dari mereka.



Gambar 2. Pemberian Materi E-commerce

Karena mitra mengemas produk dengan cara yang tipis, lugas, dan tidak bermerek, meskipun ada merek yang menggunakan kertas fotokopi atau berada di toko dan melihat bahwa barang tersebut adalah kertas fotokopi, pelanggan dapat mengaitkan merek Anda dengan produk murah tanpa merek dan karena kemasan

yang digunakan terlalu tipis, minat beli pelanggan menurun. Tahapan implementasi ini meliputi pelatihan cara membuat brand dan logo serta desain dan layout produk. *E-commerce* adalah hubungan antara organisasi atau kelompok bisnis dengan pelanggan menggunakan media internet dan *website* yang digunakan untuk menjual produk dan melayani pelanggan, sehingga lebih efektif dan efisien tanpa pelanggan datang ke tempat. Proses kegiatan ketiga, dilakukan perancangan dan perancangan aplikasi *E-commerce* berbasis *website*, Semua proses dimulai dengan pengumpulan informasi mengenai barang atau jasa yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan melakukan pemesanan, dan diakhiri dengan pembayaran elektronik. Hal inilah yang membedakan proses jual beli produk pada sistem *E-commerce* dengan proses jual beli produk secara tradisional. *E-commerce* biasanya dikategorikan berdasarkan jenis transaksi.

Aplikasi sistem *E-commerce* pada pengabdian masyarakat ini dibangun pada sebuah *website*, situs web adalah perangkat lunak yang menampilkan dokumen di situs web, memungkinkan pengguna untuk terhubung ke internet menggunakan perangkat lunak lain. Dari pengertian sebelumnya, kita dapat menyimpulkan bahwa situs web adalah perangkat lunak untuk menampilkan informasi kepada pengguna media online dalam bentuk teks, gambar, video, musik, dan animasi lainnya.

Merancang keseluruhan sistem untuk aplikasi *E-commerce* adalah tujuan dari kegiatan ini bentuk, alur aplikasi, dan desain database di XAMPP adalah dasar untuk desain. Untuk membuat *website E-commerce*, desain akhir dilakukan melalui pembelian domain dan hosting.

Untuk mempermudah para pemangku kepentingan untuk merujuk atau memanggil informasi di suatu server, domain adalah nama khusus yang dibuat untuk mengidentifikasi nama server hosting di jaringan internet Seperti kata domain, sebuah alamat, hosting adalah rumah, sedangkan hosting hanyalah sebuah lokasi untuk menyimpan dokumen pada sebuah *website*.



Gambar 3. Pemberian Materi

Manfaat yang diperoleh perusahaan atau pelaku bisnis dalam kegiatan Abdimas ini disebut "UMKM Kirana" dan menggunakan layanan aplikasi e-commerce berbasis *website*, antara lain sebagai berikut:

1. Pelanggan yang terus melayani pelanggan dapat melakukan transaksi jual beli produk menggunakan aplikasi e-commerce kapanpun mereka mau, tanpa dibatasi oleh jam buka atau tutup.
2. Menarik klien baru sambil mempertahankan yang sekarang. Dengan bantuan aplikasi e-commerce ini, perusahaan atau bisnis dapat mempertahankan klien mereka saat ini karena klien baru dapat berasal dari mana saja—penduduk setempat, Amerika, atau orang-orang dari negara lain.
3. Meningkatkan standar layanan. Karena aplikasi *e-commerce* ini memiliki contact person yang terhubung langsung dengan admin melalui Whatsapp, para pelaku bisnis dapat meningkatkan kualitas layanan dengan terlibat dalam interaksi yang lebih personal dengan pelanggan. Oleh karena itu, Anda tidak perlu lagi khawatir bisnis Anda tidak menarik cukup banyak klien karena layanan yang buruk.



Gambar 4. Pemberian Materi Aplikasi E-Commerce

Setelah aplikasi e-commerce berbasis website ini dibuat, langkah selanjutnya bagi UMKM Kirana adalah memikirkan cara memasarkannya. Pemasaran tidak hanya berbicara tentang desain produk, harga produk, dan distribusi produk, tetapi juga menginformasikan kepada pelanggan yang luas sehingga produk yang dijual oleh pelaku usaha di desa Tales dikenal dan dibeli oleh pelanggan lokal, domestik, dan asing. Pemasaran yang dimaksud dengan ini adalah promosi.

Proses kegiatan keempat melibatkan mitra mengajar bagaimana menggunakan sistem e-commerce. Tahapan kegiatan ini meliputi pelatihan dan pendampingan

kepada sejumlah anggota dan pengelola tentang cara menggunakan dan mengelola website yang dibuat serta pengenalan dan pengujian langsung sejumlah fitur aplikasi. Selain itu, instruksi penggunaan perangkat mobile untuk mengakses website juga diberikan kepada peserta pelatihan. Sistem e-commerce dibuat untuk memungkinkan pelanggan membeli berbagai jenis barang dan jasa.

Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kepada kelompok UMKM mitra Kota Baubau sangat membantu terutama dalam kegiatan pemasaran. (2) Dengan adanya bantuan pelatihan dan aplikasi e-commerce dapat meningkatkan motivasi mitra untuk melakukan pemasaran produknya. (3) Kurangnya pengetahuan mitra tentang manajemen pemasaran, HRM, Sistem Informasi Manajemen, e-commerce, keuangan sederhana dan desain kemasan, sehingga dengan pembinaan dan pelatihan di bidang tersebut, anggota mitra menjadi sadar akan masalah di bidang tersebut. (4) Perlu adanya perhatian dari pemerintah untuk pengembangan dan perlindungan usaha kecil dan menengah. (5) Jenis layanan e-commerce yang dimaksud dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini termasuk dalam kategori Business to Consumer (B2C), karena kegiatan UMKM “Kirana” memberikan inventaris berupa website kepada para pelaku usaha di Tales desa, untuk menjual produknya kepada pelanggan secara online dengan media internet. Saran Perlu adanya tindak lanjut dari program ini, agar dapat berkelanjutan yaitu dengan memperoleh pendanaan dari pemerintah dan pemerintah harus selalu melindungi para pelaku usaha kecil yang memiliki keinginan untuk maju ke kelas di bidang usahanya dengan cara mengendalikan produk impor yang masuk agar tidak mematikan bisnis lokal.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada UMKM Kota Baubau sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah menerima tim pengabdian dengan baik. Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Buton yang memberikan suport kepada tim sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik.

Referensi

- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 59–66. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1041>
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada UMKM Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.

- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (n.d.). *Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri*. 4(1), 41–48.
- We Are Social & Hootsuite. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>