



Strategi Media Sosial Untuk UMKM : Promosi Mudah Dan Kreatif

Wilda Yanti¹, Rica Yulianti Lukman², dan Laila Anggun Camelia³

^{1,2,3} Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Akuntansi

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Batuah menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital. Tantangan ini meliputi keterbatasan pemahaman dan kemampuan dalam memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk secara efektif. UMKM Batuah dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran online untuk memperoleh pangsa pasar yang memuaskan. Keberadaan media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk melakukan penjualan dan promosi secara online. Tujuan kegiatan untuk membantu pelaku usaha UMKM memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mereka melakukan promosi. Memberikan pemahaman akan pentingnya digital marketing dalam pengenalan produk mereka secara luas. Metode pelaksanaan adalah program sosialisasi pemasaran melalui media sosial, pembuatan akun media sosial, dan pelatihan.

Kata Kunci: Strategi Media Sosial, UMKM.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Batuah Village face challenges in increasing their competitiveness and sustainability in the digital era. These challenges include limited understanding and ability to utilize digital platforms to market their products effectively. Batuah MSMEs can utilize social media as an online marketing tool to gain a satisfactory market share. Social media can be used as a means for online sales and promotions. The objective of this activity is to help MSMEs utilize social media as a promotional tool. This activity aims to provide an understanding of the importance of digital marketing in broadening their product awareness. The implementation method includes a social media marketing outreach program, social media account creation, and training.

Keywords: Social Media Strategy, MSMEs.

Copyright (c) 2025 Wilda Yanti¹

✉ Corresponding author :

Email Address : wildayanti@unukaltimac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penuntasan jumlah pengangguran, sekaligus juga dapat mendorong pembangunan daerah. Indonesia ditargetkan menjadi salah satu pemain utama ekonomi digital karena pertumbuhan ekonominya yang terbesar di Asia Tenggara. Kesempatan ini membuka peluang UMKM Indonesia untuk dapat tumbuh di lingkup yang lebih luas.

Sekalipun UMKM memiliki potensi besar, nyatanya para pelaku UMKM saat ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses untuk go digital, akses perluasan pasar, keterbatasan sumber daya dan pengetahuan bisnis dalam memanfaatkan platform digital. Adanya tantangan – tantangan bagi UMKM perlu menjadi perhatian bersama yang perlu diselesaikan demi mewujudkan UMKM Indonesia naik kelas.

Peran UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mampu mengurangi pengangguran dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat (Undari & Lubis, 2021). Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia bukan hanya sebagai penyerap tenaga kerja karena persentasenya yang mencapai 90% jika dibandingkan dengan usaha besar, tetapi juga mampu memperkenalkan berbagai produk lokal ke dunia internasional (Suyadi et al., 2018).

Desa Batuah merupakan salah satu desa di kecamatan Loa Janan. Salah satu UMKM yang tumbuh di desa Batuah yaitu keripik buah Naga. Dalam rangka untuk mengembangkan UMKM salah satu faktor penting yang tidak boleh dilupakan para pengusaha adalah pembukuan (Wilfried S. Manoppo, 2018). Permasalahan yang sering ditemukan pada mitra usaha adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman mereka tentang akuntansi khususnya pencatatan dan pembukuan hingga penyusunan laporan keuangan. Pemahaman mereka sebelumnya bahwa pencatatan dan pembukuan itu sulit, merepotkan, dan menyita waktu menjadi penghambat untuk belajar akuntansi. Pencatatan akuntansi berbasis teknologi menjadi penting terutama pada UMKM.

Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM adalah belum adanya pelatihan pengelolaan keuangan usaha menggunakan aplikasi secara langsung. Solusi yang dibutuhkan adalah penyuluhan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam mengelola keuangan (Muljanto, 2020). Kendala utama yang dihadapi para pelaku UMKM adalah keterbatasan manajemen/ pengelolaan usaha dan ketakutan mengambil resiko. Kurangnya pembinaan dan keterlibatan instansi terkait juga mereka anggap sebagai faktor lambatnya perkembangan usaha mereka (Suyadi et al., 2018).

Selain itu, solusi untuk masalah kurangnya strategi pemasaran pada UMKM adalah dengan pelatihan dan pembuatan digital marketing. Strategi digital marketing memiliki peranan yang sangat penting untuk mengembangkan bisnis. Metode pemasaran yang dilakukan dengan cara memanfaatkan berbagai media. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen. Dengan menerapkan strategi maka akan bisa menjangkau pasar secara luas. Hal ini dibuktikan dalam sebuah studi bahwa digital marketing dapat memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan

konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi para pelaku bisnis Desa Batuah, maka adapun tujuan dalam kegiatan ini, yaitu sebagai berikut: Membantu pelaku usaha UMKM memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mereka melakukan promosi dan lain sebagainya. Memberikan pemahaman akan pentingnya digital marketing dalam pengenalan produk mereka secara luas.

METODOLOGI

Adapun metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu metode yang meliputi:

1. Pemberian materi melalui pengenalan digital bagi pelaku UMKM di Desa Batuah
2. Pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai pembuatan market place dan akun- akun media sosial yang menjadi trend dalam media promosi bisnis saat ini.
3. Memberikan pemahaman bagaimana mengelola market place tersebut

Target utama dalam kegiatan pengabdian ini yakni para pelaku usaha yang dalam hal ini adalah para pelaku usaha UMKM yang ada di desa Batuah kecamatan Loa Janan.

Adapun kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada tahap persiapan yaitu:

1. Penelusuran tempat/lokasi, dengan survey secara langsung ke target sasaran dalam kegiatan pengabdian ini.
2. Pembuatan proposal dan penyelesaian administrasi perijinan tempat atau lokasi pengabdian masyarakat.
3. Pembuatan bahan yang akan disampaikan ke target atau khalayak sasaran.
4. Penentuan waktu dan media yang akan dilakukan pada pelaksanaan kegiatan ini.

Pelaksanaan Kegiatan

Hari/Tanggal : Sabtu, 1 Maret 2025
Waktu : 10.00- 12.30
Tempat : Aula Kantor Desa Batuah

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan setelah semua perijinan dan persiapan peralatan sudah selesai dilakukan. Persiapan yang dilakukan melibatkan para pelaku usaha UMKM desa Batuah dan Mahasiswa KKN Universitas Nadhlatul Ulama Kalimantan Timur. Alur dalam kegiatan pengabdian ini terbagi menjadi beberapa yaitu:

1. Kegiatan survey terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk dapat memudahkan peserta pengabdian untuk melakukan kegiatan.
2. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara langsung terhadap para pelaku UMKM dengan memberikan materi tentang pengenalan digital marketing dan manajemen keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan terkait pengenalan digital marketing dan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM di desa Batuah ini dilaksanakan tanggal 1 Maret 2025. Pada kegiatan ini, peserta mengikuti kegiatan dari pukul 10.00 - 12.30 WITA yang berisi pemberian materi terkait digital marketing dan manajemen keuangan yang disampaikan oleh

team dalam kegiatan pengabdian ini. Berikut rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan:

1. Pembukaan dan Perkenalan
2. Pemberian materi melalui pengenalan digital marketing dan manajemen keuangan bagi para pelaku UMKM
3. Mengenalkan digital marketing seperti instagram, facebook, youtube tik tok, shoope, tokopedia dan lain-lain.
4. Mengajarkan bagaimana pembuatan akun media sosial dan mengelola akun tersebut.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik UMKM Desa Batuah. Pelatihan atau penyuluhan yang dilakukan Tim PKM terkait dengan strategi media sosial untuk umkm: promosi mudah dan kreatif memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan penjualan UMKM, khususnya di Desa Batuah yang memiliki potensi ekonomi besar namun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital. Sosialisasi UMKM terkait cara pemasaran di media social telah terlaksana dengan baik yang di tunjukan dengan adanya antusiasme pemilik UMKM pada saat sosialisasi dan dapat memahami cara dan strategi pemasaran yang tepat di media social. Diperlukan pelatihan lebih lanjut melalui seminar atau webinar kegiatan PKM ini agar UMKM Desa Batuah dapat membenahi digital marketing dalam memasarkan produknya sehingga kinerja keuangan UMKM Desa Batuah dapat meningkat.

Referensi :

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Indonesia, K. K. (2018-2019). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2018 - 2019. Retrieved from KEMENKOPUKM: <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Muljanto, M. A. (2020). Pencatatan dan Pembukuan Via Aplikasi Akuntansi UMKM di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(1), 40–43. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i1.6926>
- Wilfried S. Manoppo, F. A. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM Di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6-9.
- Saputra, Wahidin, 2011, *Public Relations Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*, Depok: Gramata Publishing.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 1–10.

- Undari, W., & Lubis, A.S. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>
- Yohana, C. (2014). Pelatihan Mengelola Keuangan Sederhana Bagi Pengusaha Kecil di Desa Cibadak. Jurnal Sarwahita, 11(2), 67–70