

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kerupuk Beras Di Kelurahan Rabangodu Selatan

Muhlis Ade Putra¹, Nurlita Apriyanti², Febi Febrianti³, Irma Suciati⁴,
Nurfitriah Ningsih Magfiratus Sholeha⁵, M.fitrah Anjani⁶, Aris Munandar⁷

¹⁻⁷Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, NTB

Jln. Wolter Mongginsidi Komplek Tolobali Kel. Sarae Kota Bima, NTB

Korespondensi penulis: Muhlisadeputra62@gmail.com

Abstract. *Training on the Use of Social Media for the Development of RICE CRACKERS MSMEs IN SELATAN RABANGODU VILLAGE. Training on the Use of Social Media for the Development of Rice Cracker MSMEs in South Rabangodu Village is a program that aims to provide understanding and skills to rice cracker MSME owners in South Rabangodu Village in utilizing social media as a tool for developing their business. In an increasingly advanced digital era, the use of social media has become very important for MSMEs to increase their visibility, marketing and presence in the digital world. This training will help rice cracker MSME owners in Rabangodu Selatan Subdistrict to understand the importance of social media in marketing their products. The training material includes effective social media marketing strategies, creating interesting and relevant content, and managing social media accounts well. Trainees will be taught how to utilize social media to reach a wider audience, interact with potential customers, and build closer relationships with them. In addition, participants will also learn about special social media features that can be used to improve product marketing, such as paid advertising, product promotions, and performance analysis. By utilizing these features, it is hoped that rice cracker MSMEs in Rabangodu Selatan Subdistrict can increase the visibility of their products and reach a wider audience. By participating in this training, rice cracker MSME owners in Rabangodu Selatan Subdistrict are expected to be able to increase their presence in the digital world, increase sales and expand their market reach. This training also provides an opportunity for participants to expand their knowledge and skills in utilizing social media for the success of their business.*

Keywords: *UMKM, social media, marketing, rice crackers, South Rabangodu Village*

Abstrak. Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kerupuk Beras di Kelurahan Rabangodu Selatan adalah sebuah program yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pemilik UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk pengembangan bisnis mereka. Dalam era digital yang semakin maju, pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, pemasaran, dan kehadiran mereka di dunia digital. Pelatihan ini akan membantu pemilik UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan untuk memahami pentingnya media sosial dalam pemasaran produk mereka. Materi pelatihan meliputi strategi pemasaran media sosial yang efektif, pembuatan konten yang menarik dan relevan, serta pengelolaan akun media sosial dengan baik. Peserta pelatihan akan diajarkan tentang cara memanfaatkan media sosial untuk mencapai audiens yang lebih luas, berinteraksi dengan pelanggan potensial, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Selain itu, peserta juga akan mempelajari tentang fitur-fitur khusus media sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran produk, seperti iklan berbayar, promosi produk, dan analisis kinerja. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, diharapkan UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan mencapai audiens yang lebih luas. Dengan mengikuti pelatihan ini, pemilik UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan diharapkan dapat meningkatkan kehadiran mereka di dunia digital, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Pelatihan ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperluas pengetahuan serta keterampilan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk keberhasilan bisnis mereka.

Kata Kunci: UMKM, media sosial, pemasaran, kerupuk beras, Kelurahan Rabangodu Selatan

PENDAHULUAN

Keberadaan umkm di lingkungan masyarakat tidak dapat di hilangkan dari bangsa ini karena keberadaannya sangat menguntungkan dalam hal pendistribusian pendapatan dalam lingkup masyarakat. UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian.

Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (www.smeccda.com).

Ada beberapa kendala yang dialami oleh UMKM “Kerupuk Beras” ini dalam rangka pengembangan usahanya. Hal inilah yang menjadi pertimbangan penelitian untuk melakukan penelitian ini. Permasalahan yang paling mendasar yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini meliputi. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan juga pengaruh dari keterampilan Sumber Daya Manusianya dalam pengembangan usahanya. Dari masalah yang ada diatas ini menjadi perhatian

Dalam era digital yang semakin maju, pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting untuk pengembangan UMKM, termasuk UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan. Pelatihan pemanfaatan media sosial dapat memberikan manfaat besar dalam meningkatkan daya saing bisnis UMKM di era digital.

Media sosial telah terbukti efektif dalam meningkatkan strategi pemasaran bisnis. Platform media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan lainnya dapat menjadi sarana yang efektif untuk memasarkan produk kerupuk beras UMKM tersebut. Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM dapat mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pemilik UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dalam memanfaatkan media sosial secara efektif. Dalam pelatihan ini, peserta akan diajarkan tentang cara membuat konten menarik, mengelola akun media sosial, berinteraksi dengan pelanggan, dan memanfaatkan fitur-fitur khusus media sosial untuk meningkatkan pemasaran produk.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat meningkatkan kehadiran mereka di dunia digital, meningkatkan penjualan, dan mencapai kesuksesan yang lebih besar dalam bisnis mereka.

METODE

Melakukan program pendampingan untuk masyarakat yang membutuhkan bantuan dalam mengembangkan usaha atau meningkatkan keterampilan. Pendampingan ini dapat dilakukan melalui sesi konsultasi, mentoring, atau pembinaan secara intensif untuk membantu mereka mencapai tujuan mereka

a. Survey awal

Kegiatan survey dilakukan pada pelaku UMKM “kerupuk Beras” Pada mulanya usaha ini hanya sebagai pekerjaan sampingan untuk mengisi kegiatan sebagai IRT. Oleh karna itu mahasiswa STIE Bima memberikan inovasi perencanaan potensi usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai bentuk promosi dan memberikan inovasi terhadap pelaku UMKM agar bisa lebih optimal dalam meningkatkan pendapatan UMKM

b. Edukasi Perencanaan Pengembangan Potensi Bisnis

Edukasi program dilaksanakan setelah tahap survey telah dilakukan yaitu dengan melakukan pertemuan dengan pelaku UMKM yang sebelumnya mengikuti pelatihan kewirausahaan dengan tema “Pengembangan UMKM melalui inovasi produk dan Digital Marketing” dalam hal ini bagaimana pelaku usaha bisa memanfaatkan media sosial sebagai bentuk pengembangan dan inovasi produk

c. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah semua tahap diatas dilaksanakan dengan melaksanakan diskusi dalam tahap pengenalan dan pemanfaatan media sosial kedepanya untuk melaksanakan kegiatan pengembangan produk dan inovasi dalam memanfaatkan digital marketing

HASIL PEMBAHASAN

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM Kerupuk Beras Di Kelurahan Rabangodu Selatan

Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pengembangan UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada pemilik UMKM dalam memanfaatkan media sosial secara efektif. Dalam era digital yang semakin maju, pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, pemasaran, dan kehadiran mereka di dunia digital.

Dalam pelatihan ini, peserta akan mempelajari pentingnya pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM. Mereka akan memahami bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas, berinteraksi dengan pelanggan potensial, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Materi pelatihan mencakup strategi pemasaran media sosial yang efektif untuk UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan. Peserta akan diajarkan tentang cara membuat konten yang menarik dan relevan untuk media sosial, mengelola akun media sosial dengan baik, dan berinteraksi dengan pengikut dan pelanggan melalui media sosial. Selain itu, peserta juga akan mempelajari penggunaan fitur-fitur khusus media sosial yang dapat membantu meningkatkan pemasaran produk, seperti iklan berbayar, promosi produk, dan analisis kinerja. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan mencapai audiens yang lebih luas. Setelah mengikuti pelatihan ini, diharapkan UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam memasarkan produk melalui media sosial. Mereka dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui interaksi aktif di media sosial. Pelatihan ini juga membutuhkan evaluasi dan tindak lanjut untuk memastikan penerapan yang tepat dari strategi media sosial yang telah diajarkan. Monitoring dan pembinaan akan membantu UMKM dalam memaksimalkan manfaat dari pemanfaatan media sosial dalam bisnis mereka. Dengan pelatihan pemanfaatan media sosial ini, diharapkan UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat meningkatkan kehadiran mereka di dunia digital, meningkatkan penjualan, dan mencapai kesuksesan yang lebih besar dalam bisnis mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil pembahasan mengenai pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pengembangan UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan:

1. Pentingnya Pemanfaatan Media Sosial untuk UMKM:
 - a. Dalam era digital yang semakin maju, pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan pemasaran produk mereka.
 - b. Media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas, berinteraksi dengan pelanggan potensial, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan mereka.

- c. Dengan memanfaatkan media sosial, UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan kehadiran mereka di dunia digital.
2. Manfaat Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial:
 - a. Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam pemasaran produk UMKM kerupuk beras.
 - b. Peserta pelatihan akan mempelajari cara membuat konten yang menarik, mengelola akun media sosial, dan berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial.
 - c. Pelatihan ini juga memberikan pemahaman tentang fitur-fitur khusus media sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemasaran produk, seperti iklan berbayar, analisis kinerja, dan promosi khusus.
 3. Materi Pelatihan:
 - a. Pengenalan tentang media sosial dan peran pentingnya dalam pemasaran UMKM.
 - b. Strategi pemasaran media sosial yang efektif untuk UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan.
 - c. Pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk media sosial.
 - d. Pengelolaan akun media sosial, termasuk pengaturan profil, penggunaan hashtag, dan interaksi dengan pengikut.
 - e. Penggunaan fitur-fitur khusus media sosial, seperti iklan berbayar, promosi produk, dan analisis kinerja.
 4. Hasil yang Diharapkan:
 - a. Setelah mengikuti pelatihan ini, UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan diharapkan dapat meningkatkan kehadiran mereka di media sosial.
 - b. UMKM dapat mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar mereka.
 - c. UMKM juga diharapkan dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui media sosial dan meningkatkan kesadaran merek mereka.
 5. Evaluasi dan Tindak Lanjut:
 - a. Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas pelatihan dan pemahaman peserta.

- b. UMKM kerupuk beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat melanjutkan praktik pemanfaatan media sosial yang telah dipelajari dalam pelatihan.
- c. Diperlukan tindak lanjut berupa monitoring dan pembinaan untuk memastikan penerapan yang tepat dari strategi media sosial yang telah diajarkan.

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM Kerupuk Beras dalam meningkatkan keberadaan dan penjualan produk mereka. Berikut adalah beberapa cara media sosial dapat membantu UMKM Kerupuk Beras:

1. Meningkatkan eksposur: Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, atau Twitter, UMKM Kerupuk Beras dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Mereka dapat membagikan foto-foto menarik dari produk mereka, memberikan informasi tentang keunggulan dan manfaat kerupuk beras, serta mengikuti tren dan hashtag yang relevan untuk menarik perhatian calon konsumen.
2. Membangun brand awareness: Media sosial memungkinkan UMKM Kerupuk Beras untuk membangun brand awareness atau kesadaran merek mereka. Mereka dapat menggunakan platform media sosial untuk memperkenalkan merek mereka, menceritakan kisah di balik produk mereka, dan membangun hubungan dengan konsumen melalui konten yang kreatif dan menarik.
3. Interaksi dengan konsumen: Melalui media sosial, UMKM Kerupuk Beras dapat berinteraksi langsung dengan konsumen mereka. Mereka dapat menjawab pertanyaan, memberikan informasi produk, menerima umpan balik, dan merespons komentar atau pesan dari konsumen. Hal ini dapat membantu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.
4. Promosi dan penawaran khusus: UMKM Kerupuk Beras dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan penawaran khusus, diskon, atau promo lainnya kepada pengikut mereka. Mereka dapat mengadakan kontes atau giveaway, memberikan kode promo eksklusif, atau menawarkan paket bundling untuk menarik minat konsumen.
5. Kolaborasi dengan influencer atau komunitas: UMKM Kerupuk Beras dapat menjalin kerjasama dengan influencer atau komunitas yang memiliki minat atau audiens yang relevan dengan produk mereka. Influencer atau komunitas tersebut dapat membantu memperkenalkan produk UMKM Kerupuk Beras kepada pengikut mereka, meningkatkan eksposur merek, dan memperluas jaringan konsumen potensial.
6. Analisis dan pengukuran: Media sosial juga menyediakan alat analisis dan pengukuran yang dapat membantu UMKM Kerupuk Beras dalam memahami performa konten

mereka, melacak engagement pengguna, dan melihat tren atau pola perilaku konsumen. Dengan informasi ini, UMKM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dan membuat keputusan yang lebih baik.

Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, UMKM Kerupuk Beras dapat meningkatkan keberadaan dan penjualan produk mereka. Namun, perlu diingat bahwa konsistensi, kreativitas, dan interaksi yang baik dengan konsumen sangat penting dalam membangun keberhasilan melalui media sosial.

This research will be conducted in three phases: measurement model (external model), structural model (internal model), and hypothesis testing. (Pramono Budi, et al., 2023; 970)

KESIMPULAN

Dalam kasus pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pengembangan UMKM Kerupuk Beras di Kelurahan Rabangodu Selatan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam meningkatkan keberadaan dan penjualan produk UMKM tersebut. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat diambil sebagai kesimpulan:

1. Media sosial dapat menjadi platform efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM Kerupuk Beras. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, atau Twitter, UMKM dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas dan meningkatkan eksposur produk mereka.
2. Media sosial memungkinkan UMKM Kerupuk Beras untuk membangun brand awareness atau kesadaran merek. Melalui konten kreatif dan menarik, UMKM dapat memperkenalkan merek mereka, menceritakan kisah di balik produk, dan membangun hubungan dengan konsumen.
3. Interaksi langsung dengan konsumen melalui media sosial dapat membantu UMKM Kerupuk Beras dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan merespons pertanyaan, memberikan informasi produk, dan merespons umpan balik konsumen, UMKM dapat memperkuat hubungan dengan konsumen.
4. Promosi khusus dan penawaran melalui media sosial dapat menjadi strategi efektif untuk menarik minat konsumen. Diskon, promo, atau paket bundling yang ditawarkan dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.
5. Kolaborasi dengan influencer atau komunitas yang relevan dapat membantu UMKM Kerupuk Beras dalam memperluas jaringan konsumen potensial dan meningkatkan eksposur merek mereka.

6. Analisis dan pengukuran melalui media sosial memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM Kerupuk Beras. Dengan memantau performa konten, engagement pengguna, dan tren perilaku konsumen, UMKM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dan membuat keputusan yang lebih baik.

Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, UMKM Kerupuk Beras di Kelurahan Rabangodu Selatan dapat meningkatkan keberadaan dan penjualan produk mereka, serta memperkuat brand mereka di pasar. Penting bagi UMKM untuk konsisten, kreatif, dan aktif berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial guna mencapai kesuksesan dalam pengembangan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, M., & Barker, D. I. (2016). *Social Media Marketing: A Strategic Approach*. Cengage Learning
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Einsiedel, Luz, A. (1968) *Success and Failure of some Community Development in Batanggas*. University of the Philippines. A Community Development Research Council Publication.
- Evans, D., & McKee, J. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. John Wiley & Sons.
- Keban, Yaremis T. (2008) *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep Teori dan Isu*, Jakarta. Gavamedia.
- Mercy, G., & Lim, M. (2018). *Social Media for Small Business: A Guide for the Perplexed*. Routledge.
- Pramono Budi, Istanti Enny, Daengs GS, Achmad, Syafi'i, Bramastyo KN, RM, 2023, *Impact of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Intention in coffee shop culinary in Surabaya*, Page. 968 - 977
- Scott, D. M. (2015). *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. John Wiley & Sons.
- Suharto, Edi (2009) *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis*. Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial. Bandung, PT Refika Aditama. Suprayogo, Imam, dan Tobroni (2001) *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung, Remaja Rosdakarya.