



## Community Services Journal (CSJ)

Jurnal Homepage: <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/cs/index>

# Pemasaran Produk UMKM Bagi Pelaku Usaha Melalui Media Sosial

I Made Aditya Mantara Putra

Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

Correspondence e-mail: [adityamantara@gmail.com](mailto:adityamantara@gmail.com)

### How To Cite:

Putra, I, M, A, M. (2020). Pemasaran Produk UMKM Bagi Pelaku Usaha Melalui Media Sosial. *Community Service Journal (CSJ)*, 2 (2), 58-61.

### Abstrak

Mata pencaharian Masyarakat di wilayah Desa Padangsambian Klod sebagian besar adalah pedagang. Dalam hal ini Pelaku usaha khususnya masyarakat menengah kebawah di masa pandemi covid-19 ini tentu sangat berdampak terhadap hasil penjualan dan penghasilannya sehari-hari. Tidak hanya itu, beberapa pelaku usaha juga harus menutup tokonya oleh karena tidak diperbolehkannya berjualan agar tidak menyebabkan kerumunan oleh masyarakat setempat. Hal ini tentu sangat menjadikan beban terhadap pelaku usaha di wilayah Desa Padangsambian Klod. Jika dilihat dari hal tersebut maka diperlukannya pendampingan terhadap pelaku UMKM ini. Dalam hal ini Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Warmadewa memandang perlu adanya pendampingan terhadap pelaku usaha di Desa Padangsambian Klod. Pada Program KKN-PPM tahun 2020 yang diselenggarakan oleh universitas warmadewa saat ini, menunjuk Desa Padangsambian Klod sebagai desa binaan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) sama halnya dengan pengabdian masyarakat yakni salah satu wujud pengabdian mahasiswa dan dosen pada perguruan tinggi kepada masyarakat melalui pemberian bantuan pemberdayaan, pelatihan, penyuluhan, pembimbingan dan pendampingan. Tujuan dilaksanakan kegiatan KKN ini adalah untuk menyadarkan potensi yang dimiliki oleh Desa Padangsambian Klod serta membantu meningkatkan kualitas hidup dan pembangunan. Metode yang digunakan adalah dengan penyuluhan dan pelatihan terhadap pelaku UMKM. Hasil yang diperoleh yaitu dalam kegiatan ini pelaku UMKM di lingkungan Desa Padangsambian Klod saat ini dapat mengetahui dan memahami teknik untuk memasarkan produk-produk hasil usahanya melalui media sosial dengan menggunakan aplikasi instagram, facebook, twitter, olx, youtube, dsb.

**Kata Kunci:** Pelaku usaha, UMKM, Media Sosial.

## 1. PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat dengan program kerja yang sudah direncanakan tanpa mengharapkan imbalan dari masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tahun 2020 yang juga merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan adanya Kegiatan KKN-PPM ini diharapkan dapat menumbuhkan dan meningkatkan empati dosen/mahasiswa kepada masyarakat.

---

Pelaksanaan kegiatan KKN-PPM ini dilaksanakan di Banjar Umadui, Desa Padangsambian Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar dengan mengambil tema “Ketahanan Masyarakat Ditengah Pandemi Covid-19”. Pemilihan lokasi tersebut sudah direncanakan oleh tim dan memang sudah dilakukannya observasi sebelumnya terhadap desa tersebut. Adapun permasalahan yang terjadi tentu dikarenakan virus Covid -19 yang memang marak di seluruh dunia khususnya di bali. Permasalahan mengkhhusus yang terjadi terhadap masyarakatnya yaitu Pedagang kecil harus menutup tokonya sementara waktu; Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang merupakan dampak yang dialami kurang lebih hampir sebagian dari masyarakat di Banjar Umadui, Desa Padangsambian Klod, sehingga banyak diantaranya yang beralih profesi untuk membuka usaha secara mandiri/UMKM.

Ditengah Pandemi covid-19 ini, pelaku UMKM setidaknya mampu mengandalkan pemasaran produk secara online melalui media sosial untuk mengurangi aktivitas di luar rumah dan tetap bisa bekerja dirumah. Namun pada kenyataannya, masih banyak ditemukan masyarakat yang belum memahami cara pemasaran produk-produk tersebut melalui media sosial. Oleh karena itu mahasiswa dan dosen dari Universitas Warmadewa turun langsung ke lokasi tersebut untuk membantu meningkatkan dan mengembangkan perekonomian masyarakat tersebut agar dapat tercapainya produktifitas yang aktif kembali di masa New Normal melalui pendampingan terhadap masyarakat yang memiliki usaha dalam memasarkan produk-produknya melalui media online.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka tujuan KKN-PPM yang dilakukan di Desa Padangsambian Klod ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang teknik mempergunakan media sosial serta tata cara memasarkan produk-produk tersebut demi ketahanan kehidupan mereka di masa pandemic covid -19 ini.

## 2. METODE

Metode kegiatan KKN-PPM yang dilakukan untuk membantu memecahkan permasalahan dalam kegiatan ini adalah dengan cara : (1) melakukan servei terhadap mitra yang menjadi sasaran tentang struktur organisasi kelompok, kesanggupan mitra untuk bekerjasama melakukan kegiatan pengabdian tentang pemasaran produk UMKM melalui media sosial; (2) memberikan penyuluhan mengenai pentingnya mengenal media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk secara online; (3) melakukan pelatihan dan praktek tentang pembuatan akun media social dan langkah awal dalam memasarkan produk melalui media sosial (4) memberikan pendampingan kepada kelompok mitra terhadap kendala kendala yang dihadapi, baik dalam proses pelaksanaan maupun pemasaran produknya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tujuan dan pengabdian yang telah dilakukan di Desa Padangsambian Klod, diperoleh hasil yang dapat gambarkan sebagai berikut:

Kegiatan KKN-PPM yang telah dilakukan pada masyarakat yang menjadi pelaku UMKM di Banjar Umadui, Desa Padangsambian Klod, Kec. Denpasar Barat, diawali dengan melakukan survei ke lokasi tempat dilaksanakan KKN dan kesanggupan bermitra oleh pihak desa setempat. Pelaksanaan kegiatan KKN ini berfokus pada pemasaran melalui media sosial. Adapun pelaksanaannya diawali dengan penyuluhan yang meliputi: prospek peluang pengusaha UMKM untuk memasarkan produknya secara *online*, prosedur atau langkah-langkah awal pelaku usaha UMKM dalam memasarkan produknya secara *online*, memilih produk

yang diminati masyarakat di jaman era milenial saat ini. Syarat minimal untuk dapat melakukan pemasaran secara *online* yaitu masyarakat diharapkan mampu menggunakan teknologi minimal *handphone* sebagai alat yang akan dipergunakan dalam memasarkan produk-produknya melalui media sosial. Bagi masyarakat yang masih belum aktif menggunakan teknologi tersebut, diharapkan keluarga daripada pelaku usaha ada yang mengerti dan dapat ikut turun membantu dalam pelaksanaannya.

Pada kesempatan tersebut juga dijelaskan mengenai prosedur awal dalam pelaksanaan pemasaran produk secara online, yaitu : pelaku UMKM membawa *handphone* atau laptop. Kemudian dilanjutkan dengan pemilihan aplikasi yang akan digunakan untuk memasarkan produknya. Setelah pelaku usaha memilih aplikasi pemasaran yang akan digunakan, maka langkah berikutnya adalah pembuatan akun terlebih dahulu. Bagi pelaku UMKM yang sudah memiliki akun untuk memasarkan produknya, maka pelaku usaha akan diajarkan teknik dalam memasarkan produk serta beberapa trik yang dilakukan agar menarik pelanggan untuk melihat dan membelinya.

Dalam hal ini trik yang dimaksud tersebut adalah dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pelaku usaha, karena tanpa adanya komunikasi, tentu konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Komunikasi pemasaran juga secara berhati-hati dan penuh perhitungan dalam menyusun rencana yang nantinya akan sangat menentukan keberhasilan, dengan cara penentuan sasaran yang tepat maka proses komunikasi akan berjalan efektif dan efisien.

Adapun dokumen pelaksanaan penyuluhan dapat dilihat pada Gambar di bawah ini:



**Gambar 1.**

Penyuluhan Di Br. Umadui



**Gambar 2.**

Penyuluhan di Kantor Desa Padangsambian Klod



**Gambar 3.**

Proses pembuatan akun Salah satu pelaku usaha UMKM.



**Gambar 4.**

Proses pendampingan mahasiswa dengan membantu mengiklankan produk melalui Instagram.

#### **4. SIMPULAN**

Berdasarkan tujuan dan hasil dari kegiatan KKN-PPM yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa kelompok mitra bagi pelaku UMKM di Banjar Umadui, Desa Padangsambian Klod, Kecamatan Denpasar Barat, memiliki pengetahuan tentang peluang berbisnis melalui pemasaran online; memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memasarkan produk-produknya melalui media sosial; masyarakat mampu berinovasi dalam memasarkan produknya agar lebih menarik hati pelanggannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

<https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/viewFile/6471/5830>

Nurudin, N. (2013). Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi. *Komunikator*, 5 (2).

Prisgunanto Ilham. (2006). Komunikasi Pemasaran: strategi dan taktik. Ghalia Indonesia. Bogor

Tjiptono, F. (2006). Pemasaran Jasa. Cetakan ke-2. Bayu Media. Malang.