

## IMPLEMENTASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM KRUPUK NASI DI DESA JATIREJO

Masadah<sup>1</sup>, Tri Winarsih<sup>2</sup>, Sri Yaumi<sup>3</sup>, Isna Ayu Safitri<sup>4</sup>, Yuliana Tri Ratnasari<sup>5</sup>, Beni Susilo<sup>6</sup>

<sup>12345</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

*email:*masadah1977@gmail.com<sup>1</sup>, triwinarsih3113@gmail.com<sup>2</sup>, sriyaumistiekhad@gmail.com<sup>3</sup>,  
isnayuskd@gmail.com<sup>4</sup>, yulianatritatnasari@gmail.com<sup>5</sup>, benisusilo@gmail.com<sup>6</sup>

### Abstrak

Perkembangan sistem teknologi dan komunikasi yang semakin canggih harus diimbangi dengan inovasi pemasaran sebuah produk. Pemakaian media sosial sebagai pilar utama dalam penyampaian informasi sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha, namun hal ini tidak dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil mikro (UKM) di Desa Jatirejo khususnya penggunaan media internet yang berakibat pada permasalahan penurunan omset setiap bulannya, sedangkan tingkat persaingan usaha semakin hari semakin ketat. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dalam menjangkau pemasaran lebih luas ke calon konsumen dapat lebih maksimal, sehingga memiliki potensi untuk menaikkan omset dari pelaku UKM. Melalui media sosial sebagai solusi yang diterapkan untuk memperbaiki permasalahan mitra yaitu dengan memperluas jangkauan pemasaran serta untuk meningkatkan kapasitas penjualan kerupuk nasi. Aplikasi Tiktok dipilih sebagai implementasi pemanfaatan media sosial melalui observasi pemberian materi pemasaran, Implementasi dan Evaluasi. Pelatihan ini bertujuan agar pelaku UKM nasi kerupuk memiliki pemahaman dan keterampilan dalam memasarkan produknya secara *online* melalui aplikasi TikTok. Hasil dari pelatihan yaitu tiap peserta telah memiliki akun aktif di TikTok guna pemasaran produk yang lebih efisien dan efektif.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Media Promosi, UMKM.

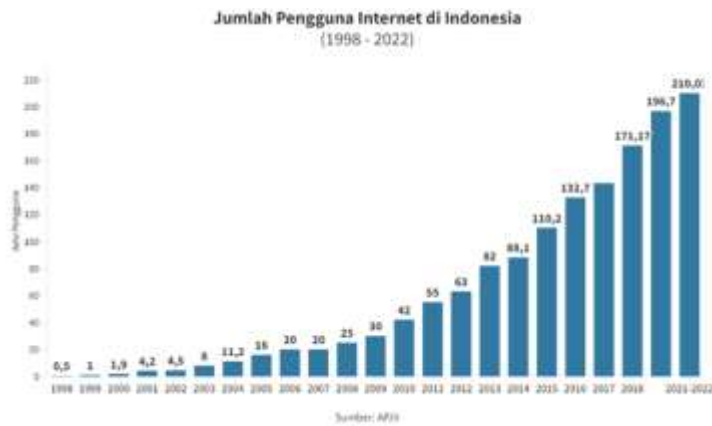
### Abstract

The development of increasingly sophisticated technology and communication systems must be balanced with product marketing innovations. The use of social media as the main pillar in conveying information is needed by business actors, but this is not utilized by small and micro enterprises (SMEs) in Jatirejo Village, especially the use of internet media which results in the problem of decreasing monthly turnover, while the level of business competition is increasing day by day. getting tighter. Utilization of social media as a promotional medium in reaching wider marketing to potential consumers can be maximized, so that it has the potential to increase turnover from SMEs. Through social media as a solution that is applied to fix partner problems, namely by expanding marketing reach and increasing sales capacity of rice crackers. The Tiktok application was chosen as an implementation of the use of social media through observing the distribution of marketing materials, implementation and evaluation. This training aims to make rice cracker SMEs have an understanding and skills in marketing their products online through the TikTok application. The result of the training is that each participant already has an active account on TikTok for more efficient and effective product marketing

**Keywords:** Social Media, Media Promotion, MSMEs .

### PENDAHULUAN

Di zaman sekarang dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin canggih, pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha (Cahyono, 2016). Sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Media sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merk, mengurangi biaya dan untuk penjualan *online*.(Suci, 2016)



Gambar 1. Jumlah Pengguna

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Melihat usianya, tingkat penetrasi internet paling tinggi di kelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Posisi kedua ditempat oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet di rentang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Sedangkan, tingkat penetrasi internet di kelompok umur 5-12 tahun dan 55 tahun ke atas masing-masing sebesar 62,43% dan 51,73% (Pradiani, 2018)

Desa Jatirejo Kecamatan Tikung terdapat UKM yang memproduksi krupuk nasi yang menjadi makanan nikmat untuk keluarga. UKM tersebut bergerak di bidang oalahan kerupuk dimana UKM tersebut memproduksi nasi sisa yang dijadikan kerupuk. Perkembangan teknologi saat ini pelaku UKM tersebut belum memanfaatkan teknologi melalui media internet sehingga muncul beberapa permasalahan terjadi, omset yang cenderung tidak naik setiap bulannya karena konsumen bersifat pelanggan tetap, serta tingkat persaingan usaha yang semakin banyak. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk menjangkau pemasaran lebih luas dengan menarik calon konsumen lebih banyak, sehingga memiliki potensi untuk menaikkan omset dari pelaku UKM. Selain itu, melalui media sosial merupakan salah satu solusi yang bisa diterapkan untuk memperbaiki permasalahan mitra, yaitu dengan memperluas jangkauan pemasaran serta untuk meningkatkan kapasitas penjualan kerupuk nasi. Pemasaran online diakui sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan Pradiani (2018).



Gambar 2. Pengguna TikTok

Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah melakukan promosi produknya melalui media sosial. Media sosial adalah satu set aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 3.0 yang memungkinkan penciptaan dan berbagi konten yang dibuat pengguna

menurut Sari et al. (2018) Media sosial adalah sarana untuk memfasilitasi interaksi sosial dengan menggunakan internet atau teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, seperti menciptakan hubungan komunikasi antara penulis dan penggemarnya. Saat ini platform media sosial yang populer adalah Tiktok. Tiktok menjadi salah satu sarana pemasaran online yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis. Aplikasi Tiktok sekarang digunakan untuk mempromosikan semua produk. Saat ini aplikasi Tiktok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan untuk kegiatan digital marketing. Aplikasi Tiktok ini menampilkan fitur-fitur yang kekinian yang mana dapat menarik para pengguna Tiktok untuk menggunakannya (Priatama et al., 2021)

Adanya permasalahan tersebut dengan didukung fenomena trend yang terjadi di desa Jatirejo kecamatan Tikung, tim pengabdian mencoba pendampingan kepada kelompok UKM di desa Jatirejo kecamatan Tikung dalam bentuk program pelatihan pemasaran online dengan aplikasi TikTok. Pelatihan ini bertujuan agar para pelaku UKM nasi kerupuk memiliki pemahaman dan keterampilan dalam memasarkan produknya secara online melalui aplikasi TikTok. Dengan adanya akses pemasaran yang semakin luas dapat meningkatkan omzet penjualan maka nantinya akan dapat meningkatkan kapasitas usaha dari para pelaku UKM di desa Jatirejo kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan.

## **METODE**

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini mengacu pada pengabdian yang dilakukan pada tanggal 18 Januari 2023 secara tatap muka di balai desa Jatirejo. Pelatihan diberikan kepada 9 pelaku UKM nasi kerupuk. Pemberian materi disampaikan dengan metode ceramah, tutorial, dan praktik memakai bantuan LCD, proyektor, gadget. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Observasi, memberikan materi pemasaran, Implementasi dan Evaluasi. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan survei dan observasi terhadap usaha kecil menengah kerupuk nasi. Selanjutnya, memberikan materi tentang cara memasarkan kerupuk nasi dengan aplikasi TikTok, pada tahap implementasi, tim pengabdian melakukan beberapa langkah, seperti membuat akun TikTok kerupuk nasi. selanjutnya tahap evaluasi dilakukan dilakukan monitoring program oleh tim pengabdian secara langsung untuk mengevaluasi apabila terdapat permasalahan dan kendala selama pendampingan kegiatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dengan mengintegrasikan sosial media ke dalam sistem pemasaran, para usaha mikro atau pelaku usaha rumahan memiliki omzet penjualannya masih dalam kategori minim. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan brainstorming dan diskusi mengenai permasalahan dan kendala pemasaran yang dihadapi oleh pelaku UKM. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan materi mengenai cara penyampaian pesan pemasaran, pemasaran produk UKM secara online dengan menggunakan aplikasi TikTok yang disampaikan oleh Mahasiswa. Peserta pelatihan juga langsung praktik membuat akun di TikTok menggunakan gadgetnya masing-masing serta didampingi dan dibimbing oleh narasumber beserta tim. Mitra pelatihan dibekali dengan keterampilan untuk dapat mengupload produknya sendiri di TikTok dan membuat narasi promosi yang menarik di TikTok. Kegiatan pelatihan juga di isi dengan melakukan tanya jawab dan sharing tentang kendala pemasaran atau penjualan di TikTok. Hasil dari pemberian materi pelatihan, tiap peserta sudah memiliki akun aktif di TikTok yang sudah siap digunakan untuk memasarkan produknya. Berikut ini :



Gambar3. Pemberian Materi Pemasaran Dengan TikTok Pemasaran



Gambar 4. Pemberian cara penyampaian pesan

beberapa hasil akun TikTok peserta pelatihan yang sudah digunakan untuk memasarkan produk kerupuk nasi :



Gambar 5. Akun TikTok @Latifah\_janu

Dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai manfaat media sosial sebagai media promosi UKM, dosen dan mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Lamongan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat pada hari Rabu tanggal 18 Januari 2023. Kegiatan yang dilakukan secara tatap muka memilih tema 'Pemanfaatan media sosial Sebagai Media Promosi UKM kerupuk nasi di desa Jatirejo Kecamatan Tikung. Masadah, selaku ketua pelaksana mengatakan bahwa saat ini, teknologi informasi berkembang begitu cepat, salah satunya sebagai peluang dalam menjalankan bisnis. Pengaruh media sosial sangat luar biasa pada saat ini, karena perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat di Indonesia. Namun, masih banyak anggota yang belum memanfaatkan media sosial untuk kepentingan promosi produk usahanya yang salah satu penyebabnya adalah tidak mengetahui bagaimana cara

memanfaatkan dan membuat promosi di media sosial,” ujar ibu konah. Selain itu, Ibu Konah juga menegaskan akan pentingnya media sosial yang digunakan untuk usaha atau promosi di dunia industri. pemanfaatan media sosial selain membawa dampak positif juga menghasilkan value yang tidak terhingga, asalkan digunakan dengan benar.

### SIMPULAN

Pelatihan pemasaran produk UKM secara online dengan menggunakan aplikasi TikTok, telah dilaksanakan sesuai rencana. Materi yang diberikan oleh narasumber telah menambah wawasan dan keterampilan mitra pelatihan tentang bagaimana memanfaatkan gadget yang dimilikinya dan mengoptimalkannya sebagai alat untuk memasarkan produk menggunakan bantuan aplikasi TikTok yang saat ini sedang trend dimasyarakat. Pelatihan diisi dengan pemberian materi dan keterampilan membuat akun toko di TikTok, mengupload foto dan video produk, dan menambahkan musik serta narasi promosi yang menarik pada foto/video produk. Dalam pelaksanaan pelatihan tidak ada hambatan ataupun masalah, semua berjalan sesuai rencana.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat ITB Ahmad Dahlan Lamongan atas dukungan dan kesempatan yang diberikan kepada tim dosen dan mahasiswa serta bantuan pendanaan. Terima kasih pula untuk pelaku UKM di Desa Jatirejo Kecamatan Tikung Kabupaten Lamongan sebagai mitra pelatihan atas kerjasamanya dan izin penyediaan tempat untuk kegiatan pelatihan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*.
- Suci, Y. R. (2016). Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Wilayah Pedesaan. *Journal Development*. <https://doi.org/10.53978/jd.v4i2.37>