

PELATIHAN MEDIA SOSIAL UNTUK BRANDING MANAJEMEN PEMASARAN PADA ANGGOTA HIMPUNAN PAGUYUBAN PELAKU USAHA BANYUMAS (PPUB)

Endang Setyawati¹, Dhany Faizal Racma²Putu Samuel P³

^{1,2)} Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso

³⁾ Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso

e-mail: endang.setiawati@stikom.ac.id¹, dhany @stikom.ac.id², putu@stikom.ac.id³

Abstrak

Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas merupakan Paguyuban yang mewadahi para pelaku usaha mikro kecil menengah ke bawah di wilayah Banyumas. Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas (PPUB) yang beralamat di Jalan Kamandaka No 423 1/2 Bobosan Purwokerto, didirikan pada tanggal 28 September 2020, dengan beranggotakan 389 terdiri dari 23 kecamatan di Banyumas. Dengan dikoordinasi oleh ibu Suciatin sebagai ketua, menyatakan ingin mewujudkan Visi Misinya selama ini yang menjadi harapan seluruh anggota PPUB segera tercapai. Visi dari Himpunan Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas yaitu maju bersama dan misinya adalah dapat menjadi mitra pemerintah Banyumas, sehingga dapat membangun growth awareness bagi pelaku usaha, yang bersinergi dengan program pemerintah, Capturing Dunia usaha, dan dapat membangun market virtual dengan pemanfaatan teknologi sehingga menciptakan ekosistem ekonomi kreatif. PPUB saat ini masih mengalami kendala dalam hal pemasaran, karena mereka masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan digitalisasi media sosial secara maksimal sebagai sarana pemasaran produknya. Selain itu masih rendahnya pengetahuan dimenejemen administrasi. Manajemen Administrasi di PPUB belum berjalan dengan baik karena belum banyak pelaku usaha yang mengetahui akan manfaat penggunaan microsoft Excel untuk menejemen administrasi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan digitalisasi dengan menggunakan sarana media sosial sebagai media pemasaran dan memberikan ketrampilan kepada para pelaku PPUB dalam meningkatkan penjualan produknya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan. Pentingnya hasil dari kegiatan pelatihan digitalisasi, disamping meningkatkan pengetahuan, diharapkan pelaku usaha juga mampu memanfaatkan sosial media sebagai sarana promosi dan pemasaran produk sehingga penjualan dapat meningkat serta memberikan motivasi kepada pelaku usaha untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi khususnya bidang digital marketing. Untuk itu pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Purwokerto.

Kata kunci: Digitalisasi, PPUB, Sosial media

Abstract

The Banyumas Business Actors Association is an association that accommodates micro, small and medium enterprises in the Banyumas area. The Banyumas Business Actors Association (PPUB) located at Jalan Kamandaka No. 423 1/2 Bobosan Purwokerto, was founded on September 28, 2020, with 389 members consisting of 23 sub-districts in Banyumas. Coordinated by Mrs. Suciatin as the chair, she stated that she wanted to realize her Vision and Mission so far, which has been the hope of all PPUB members, to be achieved soon. The vision of the Banyumas Business Actors Association is to advance together and its mission is to be a partner of the Banyumas government, so that it can build growth awareness for business actors, which synergizes with government programs, Capturing the Business World, and can build a virtual market by utilizing technology to create a creative economic ecosystem. PPUB is currently still experiencing obstacles in terms of marketing, because they still rely on conventional marketing and have not utilized the digitalization of social media optimally as a means of marketing their products. In addition, there is still low knowledge in administrative management. Administrative Management in PPUB has not been running well because not many business actors know the benefits of using Microsoft Excel for administrative management. The purpose of this activity is to provide knowledge about the use of digitalization by using social media as a marketing medium and providing skills to PPUB actors in increasing sales of their products. The method used in this activity is training. The importance of the results of digitalization training activities, in addition to increasing knowledge, is expected that business actors will also be able to

utilize social media as a means of product promotion and marketing so that sales can increase and provide motivation to business actors to utilize developments in information technology, especially in the field of digital marketing. For this reason, the implementation of Community Service (PKM) from the Yos Purwokerto Computer Science College.

Keywords: Digitalization, PPUB, Social media

PENDAHULUAN

Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas merupakan Paguyuban yang mewadahi para pelaku usaha mikro kecil menengah ke bawah di wilayah Banyumas. Visi Misinya selama ini yang menjadi harapan seluruh anggota PPUB segera tercapai. Visi dari Himpunan Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas yaitu maju bersama dan misinya adalah dapat menjadi mitra pemerintah Banyumas, sehingga dapat membangun *growth awareness* bagi pelaku usaha, yang bersinergi dengan program pemerintah, *Capturing* Dunia usaha, dan dapat membangun *market virtual* dengan pemanfaatan teknologi sehingga menciptakan ekosistem ekonomi kreatif. Usaha Mikro Kecil Menengah berperan penting dalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, (Alifah Fidela et al., 2020). Kemampuan bersaing dan pemasaran produk menjadi salah satu ujung tombak agar pelaku usaha dapat eksis dan berdaya saing. Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, namun bagaimana suatu produk dapat menguasai pasar menjadi salah satu prioritas yang harus dilakukan oleh pelaku usaha. Pada era Revolusi Industri 4.0 pelaku usaha tidak dapat lagi mengandalkan pemasaran konvensional, mereka juga harus mulai memasarkan produknya secara online, Pergeseran model pemasaran ini harus segera dilakukan oleh pelaku usaha agar produknya mampu bersaing dipasar global, (Astuti et al., 2020). Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas masih mengalami kendala dalam hal pemasaran, mayoritas PPUB masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai sarana pemasaran produknya, (Endang Setyawati et al., 2023). Masih rendahnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran di kalangan pelaku usaha, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya manajemen administrasi, menjadi tantangan bagi pemberdayaan strategi UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum memahami manfaat penerapan teknologi dalam pengelolaan bisnis mereka. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam manajemen pemasaran dan administrasi, agar mereka dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dalam mengembangkan usaha. Dengan peningkatan pengetahuan ini, diharapkan UMKM dapat lebih berdaya saing dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih baik, (Wahyudin et al., 2021).

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan digitalisasi dengan menggunakan sarana media sosial untuk pemasaran dan memberikan ketrampilan kepada para pelaku PPUB dalam meningkatkan penjualan produknya. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan. Hasil pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan & keterampilan praktis yang diperlukan agar pelaku usaha dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka.

METODE

Metode adalah tahapan menguraikan cara yang digunakan untuk menyelesaikan masalah.

Pelaksanaan penyuluhan ini menggunakan metode secara langsung dengan teknik ceramah, diskusi, pemutaran slide, dan praktik langsung, kepada anggota PPUB sebagai peserta pelatihan ecoprint, (Asmara, 2020). UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang mampu bertahan dalam goncangan krisis ekonomi. Pengembangan UMKM saat ini dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi melalui e-commerce dan media sosial, (Permana, 2017).

Para anggota PPUB dikumpulkan dalam satu ruangan bersama tim untuk mendengarkan materi kegiatan. Materi yang disampaikan berfokus pada digitalisasi pemasaran menggunakan media sosial untuk produk mereka. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan praktikum tentang cara menggunakan aplikasi WhatsApp Bisnis, mengoperasikan Facebook dan TikTok, serta pelatihan Microsoft Excel untuk manajemen administrasi.

Sesi berikutnya berupa diskusi dan tanya jawab bertujuan untuk memperdalam pemahaman peserta, sekaligus mempraktikkan penggunaan media sosial dalam pemasaran. Selama pelaksanaan kegiatan,

peserta aktif berpartisipasi dalam sesi tanya jawab, dan jika ada materi yang belum sepenuhnya dipahami, diskusi dilanjutkan melalui grup WhatsApp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian ini menegaskan pentingnya adopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. Penggunaan platform digital tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi tetapi juga memperluas peluang pemasaran, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan pengrajin. Hasil pelatihan menggunakan website digitalisasi marketing dengan memanfaatkan sosial media di PPUB mengalami kenaikan dalam penjualan dan memperluas pangsa pasar mereka secara efektif, (Fadli et al., 2024). Program Pemasaran melalui kelompok PPUB dilaksanakan dengan menjalankan beberapa program yaitu pemasaran produk dengan menggunakan sarana social media Tiktok, FB, IG dan whatsapp Bisnis dan pelatihan sosialisasi penggunaan aplikasi web compeny profile PPUB.

Pada Program Minggu Pertama, dilaksanakan pelatihan terkait pentingnya dan bagaimana strategi mengembangkan suatu produk khususnya dengan melalui desain pengemasan produk .



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan mengisi kuesioner setelah pelatihan digitalisasi sosial media (FB, IG, Tiktok dan Pelatihan pemasaran sosialisasi digitalisasi memanfaatkan sarana media bagi PPUB

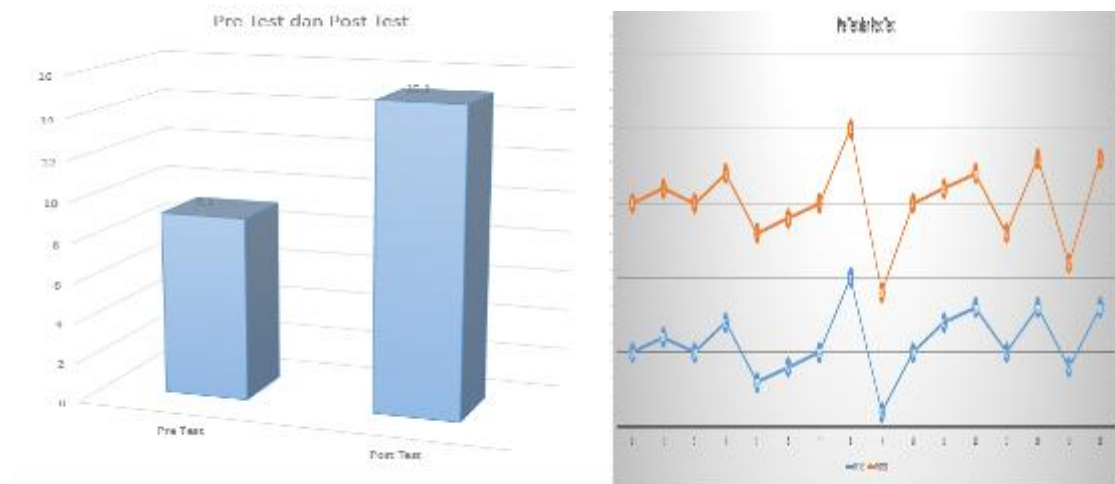
Hasil evaluasi terkait kemasan produk yang baik dan menarik, serta dengan *web compeny profile* pemasaran lebih luas jangkauanya.

PPUB merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi yang cukup besar untuk tumbuh kembang dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Akan tetapi, teridentifikasi masih ditemukannya beragam persoalan yang dihadapi UMKM dan tentunya perlu mendapat perhatian dari semua pihak. Persoalan yang paling mendasar dalam hal ini adalah terkait dengan masih rendahnya produktivitas UMKM. Rendahnya produktivitas ini diakibatkan karena rendahnya kualitas sumber daya manusia UMKM khususnya dalam bidang manajemen, penguasaan teknologi, dan pemasaran.

Melalui pelatihan ini, membahas satu per satu terkait dengan pentingnya packaging dari suatu produk untuk menarik perhatian konsumen. *Packaging* adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk, namun sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Alifah Fidela et al., 2020). Maka dari itu packaging sangat diperlukan untuk pengembangan produk UMKM.

Pelatihan ini diberikan materi terkait peluang dari pemanfaatan media sosial sebagai media jual beli di era millennial ini. pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu offline atau pemasaran tradisional yang dilakukan dengan mencari pelanggan dengan pertemuan secara langsung dengan mereka yang mungkin tertarik menjadi pelanggan. Pemasaran yang lain menggunakan situs web sebagai media pemasaran yang dikenal sebagai online marketing. Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu contoh online marketing. Online marketing telah merubah beberapa UMKM yang telah memanfaatkan media sosial, karena dirasa telah mampu mengurangi beban biaya promosi yang besar untuk mengenalkan dan memasarkan produk layanan yang ditawarkan. Salah satu faktor penting untuk menunjang proses tersebut adalah dengan penggunaan sarana teknologi informasi yang salah satunya adalah penggunaan social media pada UMKM. (Endang Setyawati et al., 2023). Selain memberikan informasi terkait peluang bisnis dengan media sosial, pemateri juga memberikan Tips and Tricks ketika menjalankan bisnis di media sosial untuk dimanfaatkan PPUB, guna melebarkan usahanya lebih luas lagi.

Hasil pengabdian kepada masyarakat melalui pengujian pre test dan post test dari hasil secara kuantitatif maupun kualitatif dari kegiatan yang dilaksanakan. Dengan menggunakan penyebaran kuesioner didapatkan bahwa hasil dari tabel dibawah ini menunjukkan sebelum dan setelah pelatihan ada beda yang cukup signifikan hasilnya. Yaitu lebih cepat mudah dan efektif.



Gambar 3. Grafik pretest dan post test

Hasil dari tabel diatas untuk pre test dan post test menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan hasil yang menunjukkan bahwa peserta yang hadir mampu meningkatkan kemampuan dalam mengoperasikan sarana media sosial dan web company profile dengan baik untuk mendukung pemasaran yang lebih luas sehingga berdampak kepada pemasukan omset PPUB meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemdikbudristek, yang telah membiayai pendanaan seluruh kegiatan PKM, dan LPPM STIKOM Yos Sudarso yang telah memberikan izin kesempatan serta memberikan dukungan sepenuhnya untuk mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. selain itu ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan jurnal pengabdian ini.

SIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul "Pelatihan Digitalisasi Marketing Menggunakan Media Sosial Pada Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas (PPUB) di Kabupaten Banyumas," dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini telah memberikan dampak positif bagi peserta. Pelatihan digitalisasi melalui media sosial memungkinkan anggota dapat memasarkan produk dengan cara yang lebih efektif dan efisien, sehingga informasi tentang produk dapat disampaikan dengan lebih baik. Kemudian pada pelatihan Microsoft Excel untuk administrasi manajemen membantu peserta dalam mengelola usaha mereka secara lebih teratur dan disiplin, sementara pelatihan mengenai legalitas label memperbaiki branding kemasan produk, melalui website sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran.

Saran, dengan adanya web company profile PPUB maka admin untuk lebih kreatif dalam membuat konten, & promo. Dan sistem dapat dikembangkan dengan berbasis Android sehingga mempermudah akses bagi pengguna internet, sehingga meningkatkan daya saing produk di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah Fidela, Aprinaldi Pratama, & Tita Nursyamsiah. (2020). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya Di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang*.
- Asmara, D. A. (2020). Penerapan Teknik Ecoprint Pada Dedaunan Menjadi Produk Bernilai Jual. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(2), 16–26. <https://doi.org/10.24821/Jas.V1i2.4706>
- Astuti, R. P., Kartono, K., & Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Digitalisasi Teknologi Dan Integrasi Akses Permodalan. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.29313/Ethos.V8i2.5764>

- Endang Setyawati, Adhi Wibowo, Dhany Faizal Racma, & Rosalina Yani Widiastuti. (2023). Digitalisasi Pemasaran Produk Umkm Pada Kampung Wisata Nopia Di Kabupaten Banyumas | Jurnal Abdimas Stmik Dharmapala. *Abdimas*.
<https://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id/index.php/jasd/article/view/715>
- Fadli, S., Murniati, W., & Musofa, A. (2024). *Pengabdian Masyarakat Pemula Peningkatan Produktivitas Dan Pemasaran Kelompok Umkm Pengrajin Pandan Berbasis Platform Digital*. 5.
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 93–103.
<https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1257>
- Wahyudin, W., Herwanto, D., Nugraha, B., Hamdani, H., & Putra, C. G. G. (2021). Pemberdayaan Strategi Umkm Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Dengan Pendekatan Analisis Swot. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 236.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6225>