



PERAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PENINGKATAN PROMOSI DAN PENJUALAN BAGI UMKM**Oleh****Faldi Ihsyah Pratama¹, Sarwindah², Hegki³, Intan Septiani⁴, Karmila Dwi Adinda⁵, Putri Sundari⁶****^{1,2,3,4,5,6}Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur****E-mail: ¹indah_Syifa@atmaluhur.ac.id**

Article History:*Received: 08-08-2022**Revised: 19-08-2022**Accepted: 23-09-2022***Keywords:***Sosial Media, Promosi, UMKM*

Abstract: Kegiatan ini didasari pada tujuan dalam membantu promosi, pembuatan dan berjualan kue jajanan mama tina ini, untuk membantu Ibu Martinawati yang sebagai pelaku UMKM dalam menambah penghasilan yang mulai menurun akibat kenaikan bahan baku dan era pandemic covid-19. Untuk dari kue jajanan mama tina ini sudah layak untuk dijual tinggal adanya bantuan dalam perkembangan kemasan dan media promosi. Kegiatan ini dilakukan bertempat di perumahan Garden Indah Residence Jl. Jalur Dua Tampuk Pinang Pura. Kegiatan dilakukan dimulai dengan perencanaan, wawancara, dan koordinasi dengan pelaku UMKM. Pelaksanaan kegiatan terdiri dari kegiatan pencarian solusi dari permasalahan UMKM Jajanan Mama Tina dan dilanjutkannya pemecahan solusi tersebut. Hasil dari kegiatan ini adalah mendapatkan meningkatkan jumlah penjualan produk yang di ciptakan oleh pelaku usaha.

PENDAHULUAN

Sosial Media merupakan platfrom digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling bersosialisasi, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten antar pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Platfrom ini sangat menguntungkan dengan akses yang lebih mudah dan cepat.

Dengan menggunakan media sosial baik melalui blog, *social networking*, facebook, dan Instagram merupakan langkah strategis dalam memasarkan hasil produk. Selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional.

Salah satu media sosial yang memberikan pengaruh besar saat ini adalah Instagram. Saat ini Instagram bukan hanya sebagai sarana pemuas kebutuhan entertainment saja, tetapi Instagram juga bisa digunakan sebagai media sosial yang memiliki peluang besar dalam kegiatan bisnis. Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasar.

Dalam pemasaran tentunya berkaitan dengan promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang *persuasive* yang efektif untuk menarik



perhatian konsumen.

Tujuan pemasaran melalui sosial media yang paling penting ialah meningkatkan jumlah penjualan produk yang di ciptakan oleh pelaku usaha. Pemasaran melalui sosial media memudahkan dalam mencari konsumen dan memberikan informasi yang menarik bagi konsumen dengan itu konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Untuk memudahkan UMKM ini kami membantu dalam hal promosi, pembuatan, pemasaran dan menjual ke konsumen. Untuk membantu dalam promosi menggunakan whatsapp dan menggunakan Instagram untuk menaruh katalog gambar dan harga dari jualan jajanan mama tina ini supaya konsumen tidak bingung lagi untuk bertanya.

Kami membantu mengajarkan UMKM menggunakan Instagram dalam membuat konten sebagai media promosi supaya lebih dikenal orang banyak. untuk permasalahan awal yang dihadapi selama membantu dalam promosi, pembuatan dan menjual ke konsumen dari segi kemasan yang belum menarik, harga yang cukup belum terjangkau untuk konsumen tertentu karena inilah tantangan untuk menyakinkan ke konsumen mengapa harus membeli dari jajanan mama tina ini.

Tujuan dalam membantu promosi, pembuatan dan jualan ke konsumen kue jajanan mama tina ini untuk membantu Ibu Martinawati dalam menambah penghasilan yang mulai menurun akibat kenaikan bahan baku dan era pandemic covid-19. Untuk dari kue jajanan mama tina ini sudah layak untuk dijual tinggal membantu dalam perkembangan kemasan dan media promosi.

METODE PENELITIAN

a) Tahap Persiapan

Di tahap ini, kami sebagai pelaksana kegiatan mengumpulkan data dan menganalisis apa saja permasalahan dan bagaimana proses penjualan sebelumnya. Pada proses ini kami mewawancarai kepada Pelaku UMKM.

b) Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini kami mencari solusi untuk permasalahan sebelumnya. Dalam mempromosikan jualannya pelaku UMKM dari jajanan mama tina ini berfokus hanya menitipkan jualannya di dekat pasar karena awalnya cuma mayoritas masyarakat Kelurahan Pintu Air yang mengenalnya. Karena hal itu pelaksana kegiatan membuat akun Instagram, TikTok, dan Tokopedia sebagai pendukung pemasaran digital dan bisa memperluas jangkauan pangsa pasar. Tidak hanya membuat akun social media dan E-Commerce tetapi pelaksana kegiatan juga membuat desain foto yang menarik untuk di unggah di platform tersebut.

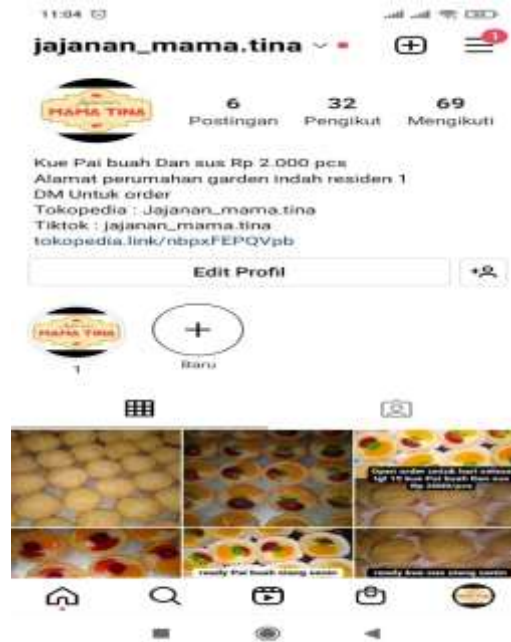
Setelah membuat dan mendesain akun tersebut pelaksana kegiatan menyerahkan akunnya kepada pelaku UMKM jajanan mama tina ibu Martinawati yang sebagai owner dan mensosialisasikan mengenai fitur – fitur yang ada. Dengan begitu untuk kedepannya, jajanan mama tina bisa menggunakan akun tersebut untuk memasarkan produknya dan bersifat berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan kegiatan ini dilakukan untuk membantu UMKM jajanan mama tina dalam penerapan pemasaran digital untuk meningkatkan efektifitas serta pendapatannya, pelaksana mengedukasi Pelaku UMKM jajanan mama tina dengan memberikan sosialisasi



tentang pemasaran yang digunakan untuk mendukung usahanya. Pelaksana kegiatan juga membuat akun social media Instagram dan Tiktok serta akun E-Commerce Tokopedia. Akun itu juga tersedia desain foto yang menarik serta keterangan penjual agar mudah dijangkau oleh seluruh bagian masyarakat.



Gambar 1. Tampilan Akun Instagram Jajanan Mama Tina



Gambar 2. Tampilan Akun TikTok Jajanan Mama Tina

Pemilihan untuk social media Instagram dan TikTok juga dikarenakan pada saat ini pengguna dari aplikasi tersebut sangat tinggi dan digunakan masyarakat luas. Pada



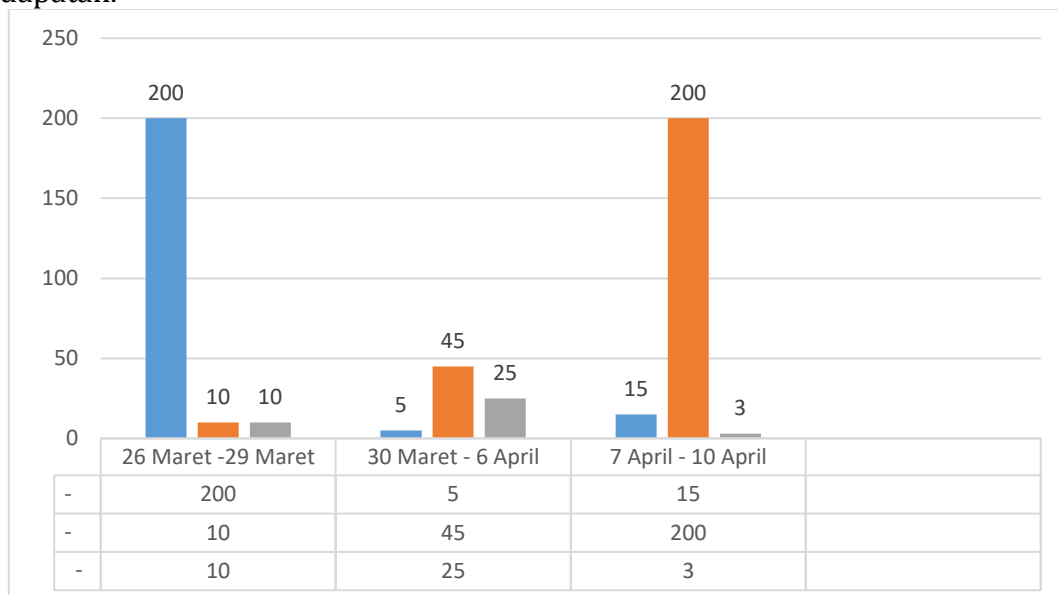
Instagram dan TikTok juga tersedia fitur yang mendukung dalam publikasi produk yang digunakan dengan mengunggah foto ataupun video. Desain foto yang dikelola pelaksana juga sangat menarik agar menarik perhatian Pelanggan untuk membeli produk ini dengan perpaduan warna dan tulisan yang tidak monoton.

Pelaksana juga membuat logo untuk kemasan karena hal itu dapat meningkatkan ketertarikan visual produk terhadap konsumen. Kebanyakan kesalahan yang dilakukan pelaku UMKM gagal dikarenakan produk yang ditampilkan tidak menarik dan memberikan kesan yang membosankan. Sehingga pelaksana kegiatan membuat desainnya lebih ekspresif hingga dapat menarik perhatian pembeli.



Gambar 3. Logo Kemasan Produk

Pelaksana kegiatan memilih aplikasi ini juga karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung banyak digunakan dalam menelusuri produk dan layanan karena bisa dilihat dengan jelas. Karena pelaku UMKM ini menggunakan facebook sebelumnya bagi kami kurang efektif karena di facebook jangkauannya hanya di lokal provinsi saja, sedangkan untuk kue karena bisa disimpan dalam keadaan lama jadi kami memperluas jangkauan pasarnya agar bisa dikirimkan kemanapun dan kapanpun sehingga adanya peningkatan dalam produksi dan pendapatan.



Grafik 1. Penjualan Produk Per Bulan Maret – April 2022

Bersasarkan grafik diatasmenunjukkan penjualan dari bulan Maret sampai dengan bulan April mengalami peningkatan signifikan dengan bertambah sekitar 60 pcs. Artinya promosi yang dilakukan berhasil menarik minat pelanggan untuk membeli produk jajanan mama tina. Promosi yang dilakukan berupa promosi lewat media sosial seperti whatsapp,

forum jual beli di facebook dan Instagram yang bernama jajanan_mama.tina.

DISKUSI

Hasil diskusi pengabdian masyarakat Peran Sosial Media Sebagai Media Peningkatan Promosi Dan Penjualan bagi UMKM.



Gambar 5. Proses Pembuatan Produk



Gambar 6. Tampilan sedang melakukan tugas lapangan

PENUTUP

Kesimpulan

Promosi yang dilakukan secara digital pun terbukti mampu meningkatkan pendapatan penjualan yang signifikan. Penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan dan terbilang cukup mudah pengelolaannya adalah Instagram dan Tiktok. Dengan pembuatan foto atau video yang dapat menarik perhatian konsumen serta memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen.

Tujuan dalam membantu promosi, pembuatan dan jualan ke konsumen kue jajanan mama tina ini untuk membantu Ibu Martinawati dalam menambah penghasilan yang mulai menurun akibat kenaikan bahan baku dan era pandemic covid-19 . Untuk dari kue jajanan mama tina ini sudah layak untuk dijual tinggal membantu dalam perkembangan kemasan dan media promosi.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ucapkan terimakasih kepada Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur yang telah memberikan kami kesempatan untuk terus mengabdikan kepada masyarakat, semoga bisa bermanfaat dan bisa memberikan dampak yang positif ke depan nya. Kami ucapkan terimakasih kepada tim pengabdian masyarakat yang telah membantu jalannya kegiatan mulai dari persiapan sampai selesai sehingga selama kegiatan bisa berjalan dengan lancar.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] R. Sulaiman, E. Helmud, H. Sudjikianto “Pelatihan Pembuatan Keripik Singkong dan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Industri Rumahan Pada Bumdes Desa Teru” ABDIMAS ALTRUIS Vol. 4 no 1 Tahun 2021
- [2] S Sarwindah, L Laurentinus, O Rizan, H Hamidah.,Memfaatkan Digital Marketing bagi Usaha Rumahan Sayuran Hidroponik dengan E-Commerce sebagai Media Promosi, Jurnal Teknologi Terpadu 7 (2), 65-69
- [3] H Hengki, B Adiwinoto, S Sarwindah, J Pandia, R Yanti.,The Digital Platform Promotion Strategy To Support UMKM In Bangka Belitung Province, International Journal Of Community Service 1 (1), 61-65
- [4] L Laurentinus, O Rizan, H Hamidah, S Sarwindah.,Digitalisasi UMKM berbasis Retail melalui Program Hibah RISTEK-BRIN, To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat 4 (1), 1-13
- [5] T. Sugihartono, R. Sulaiman, Sarwindah “Pengembangan Keahlian Pengguna Microsoft Excel bagi Instruktur Pelatihan TIK Nasional badi Disabilitas” Abdimasku, Vol 4, No 2, Mei 2021
- [6] Asnal, H., Jamaris, M., & Irawan, Y. (n.d.). Workshop UI / UX Design dan Prototyping Dengan Figma di SMK Taruna Masmur Pekanbaru.
- [7] Sarwindah, Marini, T Sugihartono, Yurindra, S Jesi. (2021). Pelatihan Aplikasi ANSIS (Analisa System) bagi Karyawan Credit Analis Mandala Dalam Pemberian Kredit Motor. 241-246.