

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PERLUASAN JANGKAUAN PASAR BAGI PRODUK USAHA KECIL DESA KURIPAN TIMUR

I Ketut Budastra, MRP., Ph.D.<sup>1</sup>, Abd. Rahman Syarif<sup>2</sup>, Sabila Rahmadani<sup>3</sup>, Karomatul Ulya<sup>4</sup>, Ni Ketut Trisnati Ardiantari<sup>5</sup>, Shaufi Kartika Ningrum<sup>6</sup>, Intan Novia Rosiana<sup>7</sup>, Muliana Islami<sup>8</sup>, Yuni Maulida Afifah S.R.<sup>9</sup>, Moch. Hisyam Almusalli<sup>10</sup>, Reiki Dwi Wahyu<sup>11</sup>.  
*Fakultas Pertanian<sup>1</sup>, Program Studi Ilmu Hukum<sup>2</sup>, Agribisnis<sup>3</sup> IESP<sup>4</sup>, Akuntansi<sup>5</sup>, Sosiologi<sup>6</sup>, Manajemen<sup>7</sup>, Pendidikan Bahasa Inggris<sup>8</sup>, Teknik Sipil<sup>9</sup>, Pendidikan Bahasa Inggris<sup>10</sup>.*

Diterima 28 November 2022 / Disetujui 30 Desember 2022

### ABSTRAK:

Desa Kuripan Timur, Kecamatan Kuripan, Kabupaten Lombok Barat merupakan desa yang sebagian besar masyarakatnya bekerja di bidang pertanian dan wirausaha. Masyarakat sebagai pelaku usaha belum dapat menjangkau konsumen secara luas dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang wadah/media berbasis digital yang mampu memasarkan produk hasil wirausaha lokal. Untuk mengembangkan UMKM yang dimiliki oleh warga masyarakat kuripan Timur, perlu adanya kegiatan dalam pemasaran produk dengan menggunakan media sosial dalam penggunaannya terutama berkenaan tentang digital marketing. Dalam kegiatan ini, masyarakat tidak hanya diperkenalkan, tetapi juga dilatih dalam menggunakan sosial media yang akan mempermudah dalam memasarkan produk. Selain itu, masyarakat dibekali tata cara mengedit pamflet untuk dipasarkan di sosial media dengan aplikasi yang mudah digunakan. Adapun pendampingan yang dilakukan untuk memastikan bahwa masyarakat sudah mengerti bagaimana menggunakan sosial media dan aplikasi yang digunakan untuk membuat pamflet.

**Kata Kunci:** Masyarakat Kuripan Timur, *Digital Marketing*, UMKM

### ABSTRAK

*Kuripan Timur Village, Kuripan District, Lombok Barat Regency is a village where most of the people work in agriculture and as an entrepreneur. The community as business actors has not been able to reach consumers widely due to a lack of knowledge about digital-based media/media that is able to promote the products of local entrepreneurs. To develop Small and Medium Enterprise (UMKM) owned by residents of Kuripan Timur community, it is necessary to take action in promoting their products using social media, especially related to digital marketing. In this activity, people there are not only introduced but also trained in using social media which will make it easier to market products. In addition, people are equipped with procedures for editing pamphlets to be promoted on social media with an easy-to-use app. The assistance is carried out to ensure the community's understanding on how to use social media and the application used to make pamphlets.*

**Keywords:** *Eastern Kuripan's People, Digital Marketing, Mikro Small and Medium Enterprises.*

## PENDAHULUAN

Kuripan timur sebuah desa di wilayah Kecamatan Kuripan, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Pemekaran dari Kuripan Induk dan baru terbentuk 10 tahun yang lalu dan berada dekat dengan pusat Kota Mataram.

Berdasarkan data yang di himpun oleh Badan Perangkat Desa dan keterangan Kepala Desa Kuripan Timur sebagai masyarakat bekerja sebagai petani, buruh dan wirausaha, sehingga majunya sebuah desa bisa di lihat dari seajtrahnya masyarakat dari aspek ekonomi

Pertumbuhan ekonomi sebuah desa sangatlah di tentukan oleh kemampuan desa untuk mengelola segala potensi yang ada baik sumber daya alam dan sumber daya manusia dan mampu mengikuti kemajuan teknologi yang di hadirkan oleh zaman. Desa sebagai pemangku kebijakan memiliki peran sebagai pembuat regulasi untuk mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjadi komoditi ekonomi bagi warga masyarakat, desa memiliki peranan penting dalam membangun dan mengakomodasi segala kebutuhan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan dari segi ekonomi.

Salah satu peluang dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sebuah Desa sangat ditentukan oleh kemampuan Desa khususnya masyarakat sebagai pelaku Ekonomi Mikro-Menengah terdapat sistem mekanisme ekonomi digital dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan tempat untuk berwirausaha, karena di masa yang penuh dengan kemajuan teknologi termasuk jejaring media sosial yang makin masif, kemampuan adaptasi terhadap ekonomi digital adalah hal yang strategis untuk mendorong kemajuan ekonomi mikro menengah perdesaan

Dengan adanya ekonomi digital yang berperan dalam kegiatan ekonomi yang di lakukan oleh masyarakat desa akan membawa dampak yang baik terhadap pertumbuhan ekonomi. Desa sendiri akan menjadi terdorong statusnya menjadi desa mandiri dengan kekuatan ekonomi lokal yang mampu bersaing dengan produk luar lainnya. Berdasarkan data hasil wawancara kami dengan masyarakat Desa Kuripan Timur yang memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu beberapa dari mereka sebagai pelaku usaha memiliki beberapa persoalan dalam memasarkan produknya di antaranya adalah masyarakat sebagai pelaku usaha belum dapat menjangkau konsumen secara luas di karenakan tidak tersedianya wadah/media berbasis digital yang mampu memasarkan produk hasil wirausaha lokal.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan, pelatihan dan pendampingan bagi warga Desa Kuripan Timur, khususnya bagi masyarakat yang memiliki usaha UMKM,

Adapun penjabaran kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Melakukan Survey

Dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan usaha masyarakat yang sudah dilakukan selama ini.

b. Kegiatan Penyuluhan

Dilakukan dengan memberikan informasi terkait: (1) Apa yang perlu dilakukan sebelum memulai usaha, (2) Platform sosial media yang sedang populer, (3) Aplikasi untuk editing, Kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan menggunakan aplikasi untuk mendaftarkan usaha, penggunaan aplikasi editing dan tata cara foto produk yang menarik.

- c. Kegiatan pendampingan dilaksanakan terpisah dari kegiatan utama. Pada tahap ini tim pengabdian memantau peserta yang mengikuti pelatihan apakah aplikasi untuk mendaftarkan usaha sudah dapat digunakan, penggunaan aplikasi editing dan tata cara foto produk yang menarik sudah bisa dilaksanakan sengan semestinya.
- d. Evaluasi  
Tahap akhir dari kegiatan ini yaitu dengan melakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan dan keberhasilan peserta dalam menyerap materi dan praktek tentang literasi digital marketing.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian adalah adanya anggota masyarakat yang bisa memanfaatkan beberapa aplikasi seperti canva, pixeleb, capcut, dan inshoot untuk membuat desain promosi sendiri, dan memanfaatkan media social seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan Whatsapp Bisnis sebagai lapak untuk memasarkan produk usaha. Diharapkan dengan adanya keterampilan membuat desain sendiri, pelaku usaha bisa lebih mudah menyampaikan informasi produk jasa atau barang yang dipasarkannya.

Sosialisasi Digital Marketing dengan tema "*Pemanfaatan Media Sosial Untuk Berwirausaha*" dalam kegiatan ini dibagi dalam 2 (Dua) Tahapan yaitu: Pertama, Sosialisasi dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada warga masyarakat untuk dapat memanfaatkan jejaring internet khususnya sosial media dalam memasarkan produk yang dijual. Kemudian

yang kedua, Mengadakan Pelatihan, kegiatan ini bertujuan memberikan keterampilan kepada para pelaku usaha Mikro Kecil Menengah untuk dapat menggunakan desain grafis (Pamflet) dalam pemasarannya sehingga dapat menunjang produk yang mereka pasarkan. Yang ketiga, Evaluasi, dilakukan untuk mengetahui kemampuan dan keberhasilan masyarakat dalam menyerap materi dan praktek.

Kegiatan sosialisasi ini berlangsung di Aula kantor desa Kuripan Timur, kecamatan Kuripan, Kabupaten Lombok Barat, yang dihadiri oleh 36 tokoh pemuda yang terdiri dari 9 pemuda warga belunsuk, 10 warga rarangan, 15 warga berambang dan 2 warga batu banteng. Dari kegiatan yang dilaksanakan diharapkan mampu menciptakan peluang usaha yang mandiri serta dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia tentang Digital Marketing terkini, khususnya untuk pelaku usaha.

Media sosial sendiri merupakan platform digital bagi setiap orang untuk saling terhubung dan mendapat informasi baik suara, foto, video dan lainnya dengan berbagai tujuan salah satunya untuk pemenuhan gaya hidup, pakaian, makanan, dan lainnya. Kegiatan yang dilaksanakan di Aula Kantor Desa Kuripan Timur ini merupakan sebuah perwujudan generasi muda mandiri dan kreatif yang mampu mengelola dan memanfaatkan teknologi dan informasi sesuai dengan kemajuan zaman, dalam hal ini sosial media merupakan wadah untuk menciptakan peluang usaha.

Adapun isi dari materi sosialisasi ialah, pemberian Informasi sosial media yang dapat digunakan untuk melakukan promosi seperti, Facebook, Instagram, Tiktok serta tips mudah menjangkau pasar lebih luas.

Pemanfaatan media sosial sebagai wadah dalam memulai dan mengembangkan

sebuah usaha merupakan pilihan yang tepat, seperti yang di jelaskan bahwasnya media sosial memiliki beberapa manfaat dalam pemasaran produk, di antaranya :

1. Media sosial dapat menjangkau semua kalangan

Penggunaan media sosial sekarang ini tidak lagi terbatas pada usia, gender, status ataupun pekerjaan. Setiap orang dan semua kalangan, baik muda, kecil, dewasa menggunakan internet khususnya media sosial untuk menunjukkan eksistensinya. Sehingga tidak perlu khawatir untuk mencari konsumen di media sosial.

2. Membangun relasi dengan orang lain

Tidak hanya mencari konsumen, media sosial juga bermanfaat untuk memperluas relasi, banyaknya pelaku usaha yang sama menjadikan mereka untuk saling bertukar informasi yang membangun belum lagi berbagai komunitas yang tersebar di berbagai media sosial mempermudah mereka untuk bertukar pikiran.

3. Membangun Kepercayaan Konsumen

Membangun kepercayaan konsumen merupakan langkah central dalam mempertahankan keberlangsungan usaha yang kita miliki dengan harapan produk yang kita pasarkan tetap terjual dengan di dasarkan pada kebutuhan mereka sebagai pembeli.

### **Pelatihan Pembuatan Desain Grafis Sebagai Media Promosi**

Sebagai tindak lanjut dari Sosialisasi yang dilaksanakan, yaitu dengan diadakannya pelatihan penggunaan desain pamflet sebagai media promosi untuk dapat menunjang produk yang di pasarkan, selain

manambah keterampilan juga berperan sebagai wujud edukasi teknologi bagi para pelaku usaha.



**Gambar 1.** Sosialisasi pelatihan pemanfaatan media sosial untuk berwirausaha

Pelatihan dilakukan pada beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Kuripan Timur.

1. GFR Parfume Refill

GFR Parfume Refill merupakan salah satu usaha parfum yang ada di kuripan timur, usaha ini didirikan oleh Bang Rizal semenjak tahun 2020. Adapun proses promosi yang dilakukan selama ini, ialah membuka took parfum di depan rumah dan menitipkan produk parfum di warung-warung sekitar desa kuripan. Pada hari senin 18 juli 2022, kelompok kkn tematik memberikan pelatihan pembuatan pamflet kepada Bang Rizal



**Gambar 2.** Pendampingan kepada Bapak Ahmad Rizal



Pelatihan pertama dimulai dari pemilihan aplikasi yang akan digunakan. Dari beberapa aplikasi yang diperkenalkan aplikasi canva dipilih untuk membuat desai produk. Canva sendiri merupakan aplikasi design online yang menyediakan berbagai alat editing untuk membuat berbagai desain grafis yang mudah dipahami, meskipun oleh pemula. Canva menjadi aplikasi yang dipilih untuk membuat desain grafis yang dilakukan secara online dan gratis dengan banyaknya pilihan template untuk pembuatan desain seperti poster, logo, media sosial animasi, video, kartu, kolase foto selebaran dan lain-lain.



**Gambar 3.** Hasil pelatihan pembuatan pamflet promosi parfum



**Gambar 4.** Dokumentasi setelah kegiatan pelatihan  
2. Depot Air Bale syiar

Pelatihan ke selanjutnya, Depot air minum Bale Syiar, Bapak Sudirman selaku pemilik Depot air sudarman mengaku hanya melakukan penjualan dan pengantrana di tetangga sekitar.



**Gambar 5.** Hasil pelatihan Pembuatan Pamflet Depot Air

Setelah melakukan pelatihan, akhirnya Bapak sudarman bisa membuat pamflet promosi, dan memperluas media promosi dengan cara membuat selebaran, brousr yang di tempal di beberapa wilayah untuk dan memasarkan info produk yang dijual melalui media social

### 3. Bata

Target selanjutnya , memberikan pelatihan kepada ibu selaku pengusaha bata. Namun karena keadaan ibu minta yang tidak memungkinkan untuk menggunakan gadget, maka diwakili oleh anaknya abdul Basri.



## Gambar 6. Hasil pelatihan Pengusaha Bat

Hasil dari pendampingan yang dilakukan diharapkan para pelaku usaha dapat menghasilkan kreasi dan inovasi untuk mengembangkan produk usaha dan menjangkau pasar yang lebih luas.

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penyuluhan literasi digital marketing berjalan dengan baik, di mana peserta sangat antusias dalam mengikuti rangkaian kegiatan.

Peserta yang hadir merasa sangat terbantu dalam hal pengenalan platform media sosial yang sedang populer, pelatihan dalam menggunakan aplikasi editing dan tata cara foto produk. Peserta sangat antusias khususnya pada pelatihan aplikasi editing dan tata cara foto produk yang menarik, karena dengan pelatihan tersebut dapat menambah wawasan peserta dalam membuat pamflet yang menarik untuk meningkatkan ketertarikan konsumen dengan produk yang akan di pasarkan. Tidak hanya itu, dengan adanya kegiatan ini, penjualan produk usaha UMKM menjadi meningkat, contohnya produk parfum Bapak Ahmad Rizal dan debot air bale syiar.

#### B. Saran

Saran yang dapat diberikan untuk memaksimalkan kegiatan pengabdian ini yaitu penyuluhan literasi digital marketing dengan tema "Pemanfaatan Media Sosial untuk Berwiasaha" ini dapat dijadikan tema kegiatan pengabdian selanjutnya, agar masyarakat tidak lagi kekurangan pengetahuan tentang digital marketing dan dapat melahirkan UMKM baru yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari segi ekonomi. Diharapkan

juga lebih banyak UMKM yang diberikan pelatihan dan pendampingan mulai dari produksi, desai produk, promosi dampak dengan pencatatan keuangan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arief, T.H., Lutfi, H., M. Irfan H., Benny Prasetyo (2021) Desa Melek Ekonomi Digital dengan Teknologi Terintegrasi Village Economic Information System. Vol. 3 (3) 140-145.
- ty Nurhayaty, Ratnawat. M, Isnurrini H., Susilowati , Egis. Yani. P (2022) Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 5 No. 1. Hal. 69-77
- Choirina, Priska dkk. (2022) Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. Vol 2 (1), 8-16
- Fedianty A, Widayati. (2019) Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. Jurnal Dialektika, Vol 4, No. 2.