



PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI UKM DI DESA BUKIT LAWANG KECAMATAN BAHOROK SUMATERA UTARA

Training Utilization of Social Media Technology As SMEs Promotion In Bukit Lawang Village Kecamatan Bahorok Sumatera Utara

Adidtya Perdana^{1*}

Yuyun Dwi Lestari²

¹ Universitas Harapan Medan,
Medan, Sumatera Utara,
Indonesia

² Universitas Harapan Medan,
Medan, Sumatera Utara,
Indonesia

*email: yuyun.dl@gmail.com

Abstrak

UKM atau Usaha Kecil dan Menengah merupakan unit usaha yang memiliki peranan penting dalam pembangunan pertumbuhan perekonomian nasional, serta mampu menyerap tenaga kerja dalam pengolahan dan pendistribusian hasil-hasil produksi. Hasil-hasil produksi dari UKM ini mampu membantu perekonomian rakyat yang menjadi suatu lapangan kerja baru. Namun yang menjadi kendala dalam proses bisnis pada UKM ini adalah sulitnya mendapat konsumen yang tepat sehingga hasil produksi tidak laku dan menyebabkan kerugian. Permasalahan ini disebabkan oleh kurangnya promosi yang baik dan tepat untuk hasil-hasil produksi dari UKM tersebut. Sehingga diperlukan suatu sarana atau media agar UKM-UKM tersebut dapat mempromosikan dengan baik hasil produksi milik mereka. Untuk itu penulis dan tim melaksanakan kegiatan pelatihan bagi UKM-UKM yang ada di desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi hasil-hasil produksi. Dengan diadakan pelatihan ini mampu memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha UKM dalam mempromosikan hasil-hasil usaha mereka dengan tepat kepada konsumennya melalui media sosial. Dimana media sosial merupakan media promosi paling populer dan sangat murah untuk saat ini.

Kata Kunci:

UKM
Sosial Media
Desa Bukit Lawang
Promosi

Keywords:

SMEs
Media Social
Bukit Lawang Village
Promotion

Abstract

SMEs or Small and Medium Enterprises are business units that have an important role in the development of national economic growth, and are able to absorb labor in the processing and distribution of production results. The products of UKM are able to help the people's economy which becomes a new field of work. However, the obstacle in the business processes of these SMEs is the difficulty in getting the right consumers so that production results are not sold and cause losses. This problem is caused by the lack of good and appropriate promotion of the products of these SMEs. So we need a means or media so that these SMEs can properly promote their production results. For this reason the writer and the team carry out training activities for SMEs in the village of Bukit Lawang, Bahorok District, North Sumatra in the use of social media as a means of promoting production results. The training was held to be able to provide knowledge to SME entrepreneurs in promoting the results of their businesses appropriately to consumers through social media. Where social media is the most popular and very cheap promotional media at the moment.



PENDAHULUAN

Teknologi saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat cepat terhadap kebutuhan dari masyarakat. Dengan adanya teknologi, masyarakat dapat merasakan manfaat dari teknologi tersebut. Teknologi diciptakan agar dapat membantu dalam menyelesaikan suatu permasalahan pekerjaan yang sulit menjadi lebih mudah dan efektif. Pesatnya perkembangan teknologi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi untuk membantu masyarakat dalam mendapatkan sebuah informasi ataupun dapat menyalurkan informasi melalui teknologi informasi.

Teknologi informasi adalah suatu studi perancangan, implementasi, pengembangan dukungan atau manajemen system informasi berbasis computer, terutama pada aplikasi hardware (perangkat keras) dan software (perangkat lunak computer). Secara sederhana pengertian Teknologi Informasi adalah fasilitas-fasilitas yang terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak dalam mendukung dan meningkatkan kualitas informasi untuk setiap lapisan masyarakat secara cepat dan berkualitas. Teknologi Informasi menjadi hal yang sangat penting karena sudah banyak organisasi yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan organisasi. Teknologi Informasi diterapkan untuk pengelolaan informasi yang pada saat ini menjadi salah satu bagian yang sangat penting dikarenakan: (Ali, 2015)

- a) Meningkatkan kompleksitas dari tugas manajemen
- b) Pengaruh ekonomi internasional (globalisasi)
- c) Perlunya waktu tanggap (respon time) yang lebih cepat
- d) Tekanan akibat persaingan bisnis.

Teknologi informasi juga dapat dimanfaatkan oleh banyak kalangan masyarakat sebagai media promosi. Pada dasarnya promosi ditujukan untuk memperkenalkan produk baru, juga untuk

mempertahankan suatu produk yang sedang dipasarkan yang pada akhirnya sasaran promosi itu untuk memperbesar penjualan. Jadi promosi berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. (Wandikbo, Tumbel and Tamengkel, 2013). Sebagian besar media promosi barang dengan menggunakan teknologi informasi banyak digunakan bagi kalangan atas dan kalangan menengah di perkotaan. Sangat jarang kita jumpai pada masyarakat kalangan bawah ataupun mungkin pada masyarakat di pedesaan untuk dapat merasakan manfaat dari teknologi informasi. Padahal dengan adanya pemanfaatan teknologi informasi khususnya di daerah pedesaan, masyarakat desa dapat memperkenalkan hasil dari komoditas di daerah mereka untuk dapat dipasarkan keluar daerah, sehingga dapat menambah penghasilan.

Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sosial media menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang awalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial. Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autisme, dll) (Rustian, 2012).

Promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan

dan membujuk atau mengajak pembeli dan memberi penjelasan yang meyakinkan kepada calon konsumen tentang produk hasil usaha baik berupa barang ataupun jasa. Yang bertujuan untuk perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen (Daud, 2013)(Alma, 2005)(Babin, 2011).

Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara merupakan suatu daerah yang masih jauh dari penggunaan teknologi. Banyak masyarakat di daerah tersebut yang belum bias untuk memanfaatkan teknologi sebagai media informasi. Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu media untuk menjembatani dunia pendidikan dengan masyarakat, dimana Perguruan Tinggi dihadapkan pada masalah bagaimana agar warga masyarakat mampu menghadapi tantangan lebih jauh ke depan di era globalisasi.

Berdasarkan hasil survey dalam rangka pendataan potensi desa, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan salah satu solusi yang baik dalam meningkatkan kreatifitas desa. Untuk itu penulis dan tim dari dosen Universitas Harapan Medan, mengadakan pengabdian masyarakat di desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara untuk membantu sosialisasi dalam pelatihan dan pemanfaatan Teknologi Informasi dengan menggunakan social media. Dengan demikian masyarakat di desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara nantinya diharapkan dapat untuk mempromosikan hasil usaha yang terdapat di daerah tersebut, sehingga dapat menambah penghasilan perekonomian masyarakat di desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara tersebut.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Membantu pihak pengusaha UKM di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara dalam memberikan pengetahuan tambahan dalam penggunaan media social sebagai sarana promosi.

2. Memberikan wawasan dan pengetahuan tambahan kepada pengusaha UKM di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara.

METODOLOGI

Alat dan Bahan Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini penulis dan tim menggunakan alat-alat seperti:

- a) Laptop dan Projektor: Alat untuk merepresentasikan materi
- b) Materi dalam bentuk slide presentasi dan media sosial sebagai bahan praktik langsung.
- c) Notes Kecil, Alat Tulis (Pensil), dan Snack.

Sasaran Pengabdian Masyarakat

Dalam pengabdian masyarakat ini penulis dan tim melaksanakan di lokasi Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara dengan tema Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi UKM di desa tersebut. Atas dasar ini, tim berkeinginan memberikan pelatihan kepada pengusaha-pengusaha UKM yang ada di desa tersebut bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai media promosi sehingga mampu meningkatkan hasil usaha atau produksi dan penjualan para pengusaha tersebut. Diharapkan dengan diadakannya pengabdian ini pengusaha-pengusaha UKM di Desa tersebut mendapat pengetahuan dan pemahaman yang bermanfaat dan mampu menerapkan pengetahuan tersebut dalam meningkatkan penghasilan usaha mereka.

Langkah-Langkah Kegiatan

Adapun langkah-langkah kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Melakukan persiapan. Dalam melakukan persiapan ini tim melakukan survey ke lokasi yaitu Desa

Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara untuk melihat bagaimana karakter masyarakat didesa tersebut dan jenis UKM apa saja yang dimiliki oleh masyarakat didesa tersebut.

2. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini ada di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara dengan Judul Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi UKM di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara. Tujuan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah menggunakan peran media-media sosial yang ada sebagai sarana promosi tepat guna yang baik dalam meningkatkan hasil usaha bagi masyarakat desa yang memiliki UKM dan tim memberikan pelatihan secara interaktif.
3. Evaluasi dalam pengabdian masyarakat ini tim memberikan pertanyaan-pertanyaan dan bagaimana cara penerapannya. Tujuannya untuk melihat seberapa jauh pemahaman yang didapat oleh pengusaha-pengusaha UKM tersebut terhadap materi yang telah diberikan oleh tim.

Metode Pelaksanaan

Adapun metode dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan memberikan ceramah, praktik, dan diikuti dengan contoh-contoh agar peserta dapat memahami lebih cepat. Hal ini dilakukan bertujuan untuk membangkitkan motivasi diri para peserta pelatihan serta diselingi humor-humor singkat agar peserta tidak bosan dengan materi yang diberikan. Pemberian materi dan praktik diakhiri dengan tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Materi Pengabdian

Adapun materi yang dibahas pada pengabdian masyarakat ini adalah “Pemanfaatan Media Sosial

Sebagai Sarana Promosi Pengusaha UKM” yang membahas bagaimana cara penggunaan media sosial sebagai alat untuk promosi produk hasil usaha yang dihasilkan oleh pengusaha UKM. Berikut adalah pembahasan materi pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim:

I. Penggunaan Facebook untuk Promosi

Facebook merupakan media sosial yang paling sering digunakan untuk promosi berbagai jenis bisnis. Hampir semua orang dapat mempromosikan apapun di facebook. Berikut ini adalah beberapa tips untuk mempromosikan produk di facebook:

- a. Halaman utama buat semenarik mungkin untuk menarik konsumen.
- b. Buat testimoni dari konsumen yang telah menggunakan dan merasakan manfaat dari produk peserta.
- c. Gunakan gambar atau foto yang menarik dari produk peserta agar pelanggan semakin tertarik.
- d. Gunakan caption yang menarik pada setiap postingan produk.
- e. Dapat menambahkan video dari produk agar lebih menarik.

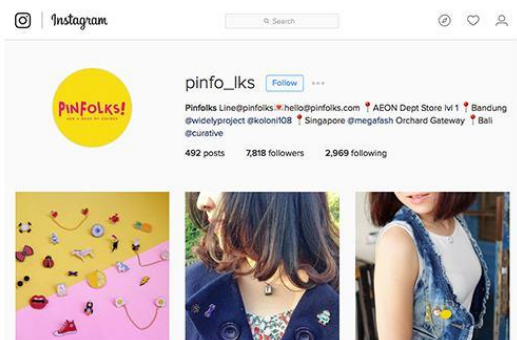


Gambar 1. Salah Satu Usaha Promosi di Facebook

2. Penggunaan Instagram untuk Promosi

Instagram merupakan salah satu media yang sering digunakan untuk promosi produk-produk dagang karena kelebihanannya mampu memberikan tampilan produk (foto produk) sekaligus dengan caption (penjelasan) dari produk tersebut secara langsung saat membuka akun. Seperti facebook,

instagram dapat menampilkan video. Kekurangannya Durasi video yang dapat di unggah tidak lebih dari 1 menit sehingga video tidak dapat menampung keseluruhan kontennya.



Gambar 2. Salah Satu Usaha Promosi di Instagram

3. Penggunaan Youtube untuk Promosi

Dengan durasi video yang bebas, youtube dapat menjadi media promosi. Peserta dapat menampilkan video tentang produk peserta, Menjelaskan kelebihan produk peserta, Cara menggunakan produk dengan lebih mudah. Serta dapat menampilkan review atau testimoni dari konsumen anda.

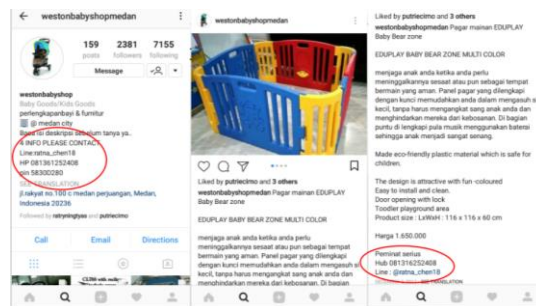


Gambar 3. Salah Satu Usaha Promosi di Youtube

4. Penggunaan Whatsapp, Line, dan BBM untuk Promosi

Selain media social FB, IG, dan Youtube peserta juga dapat menggunakan aplikasi Whatsapp, Line, dan BBM sebagai media komunikasi peserta dengan konsumen. Dengan cara Setiap Postingan anda di FB, IG, maupun di Youtube, tetap tampilkan nomor kontak, nomor whatsapp, ID Line dan pin BBM di Caption. Pastikan kontak Whatsapp, Line dan BBM

selalu aktif untuk mempermudah konsumen menghubungi peserta.



Gambar 4. Penggunaan Whatsapp, Line dan BBM untuk Kontak Promosi

Berikut ini adalah foto-foto kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan penulis dan tim.



Gambar 5. Peserta Sedang Mendengarkan Materi



Gambar 6. Tim Sedang Menyampaikan Materi kepada Peserta



Gambar 7. Tim Sedang Foto Bersama Peserta

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara adalah sebagai berikut:

- 1) Para pengusaha UKM di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara tersebut memahami dan mampu mengaplikasikan teknik-teknik penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk usahanya.
- 2) Para pengusaha UKM juga banyak memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan bagaimana melakukan promosi yang baik dan benar secara online.
- 3) Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Sumatera Utara pengusaha UKM menjadi terbantu dalam mempromosikan produk-produk hasil usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih yang sebesar-besarnya penulis dan tim ucapkan kepada Rektor di institusi tempat penulis bernaung yang saat kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan adalah ibu Prof. Dr. Ritha F. Dalimunthe, S.E., M.Si. dan Kepala Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat yang saat kegiatan ini berlangsung adalah bapak Andi Marwan Elhanafi, ST, M.Kom. Tak lupa penulis dan tim ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh sivitas akademik di Universitas Harapan Medan yang sudah membantu dalam penyelesaian dan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

Ali, U. (2015) *Pengertian, Fungsi, dan Tujuan Teknologi Informasi*, www.pengertianpakar.com. Available at: <http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-tujuan->

[teknologi-informasi.html](#) (Accessed: 3 October 2018).

- Alma, B. (2005) *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa, Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Babin, Z. (2011) *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Edisi Kese. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Daud, D. (2013) 'Promosi Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado', *Jurnal EMBA*, 1(4), pp. 51–59.
- Rustian, R. S. (2012) *Apa itu Sosial Media*, <http://www.unpas.ac.id>. Available at: <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> (Accessed: 10 March 2018).
- Wandikbo, Y., Tumbel, T. and Tamengkel, L. F. (2013) 'Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor Honda Merek Cbr 150cc Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa Kec. Kalawat Maumbi Kab. Minahasa Utara', *Jurnal ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(2).