

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE UNTUK PELAKU UMKM DI CILACAP

Andi Dwi Riyanto¹, Muhammad Faiz Noeris²

¹STMIK AMIKOM Purwokerto. Email: andi@amikompurwokerto.ac.id

² STMIK AMIKOM Purwokerto. Email: faiznoer18@gmail.com

ABSTRACT

Cilacap is a district in the province of Central Java with an area of about 6.2% of the total area of Central Java. Cilacap consists of 24 districts. In addition to the agricultural sector, which is a major sector in the economic sector, there are many other sectors that are developing very rapidly in Cilacap such as fashion, health, handicrafts, souvenirs, drinks and food. The total number of MSMEs registered in the Cilacap Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) exceeds thirty-two thousand (32,000) MSMEs. In the digital era like today it would be more appropriate to have started using digital media in the promotion because 51.8% or 132.7 million people in Indonesia have used the internet. The digital media that is most suitable for MSMEs is to use social media like Facebook because it is easy to use, and blogs like wordpress have free features, but are easy to use. Therefore, in an effort to increase turnover and ability to do digital promotions, this training was held.

Keywords: MSMEs, PLUT Cilacap, Central Java, Digital Media Training, Social Media

ABSTRAK

Cilacap merupakan kabupaten di provinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah sekitar 6,2% dari total wilayah Jawa Tengah. Cilacap terdiri dari 24 kecamatan. Selain sektor pertanian yang merupakan sektor utama di bidang perekonomian, banyak juga sektor lain yang perkembangannya sangat pesat di Cilacap seperti fashion, kesehatan, kerajinan tangan, oleh-oleh, minuman dan makanan. Jumlah total UMKM yang terdaftar di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Cilacap melebihi tiga puluh dua ribu (32.000) UMKM. Pada era digital seperti saat ini memang akan lebih tepat jika sudah mulai menggunakan media digital dalam melakukan promosi dikarenakan 51,8% atau 132,7 juta penduduk di Indonesia telah menggunakan internet. Adapun media digital yang paling cocok untuk pelaku UMKM adalah menggunakan media sosial seperti facebook karena mudah digunakan, dan blog seperti wordpress yang memiliki fitur gratis, namun mudah dalam penggunaannya. Oleh karena itu dalam upaya meningkatkan omzet dan kemampuan melakukan dalam promosi digital, diadakan pelatihan ini.

Kata Kunci: UMKM, PLUT Cilacap, Jawa Tengah, Pelatihan Media digital, Media Sosial

PENDAHULUAN

Cilacap merupakan kabupaten di provinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah sekitar 6,2% dari total wilayah Jawa Tengah. Cilacap terdiri dari 24 kecamatan yaitu kecamatan Dayeuhluhur, Wanareja, Majenang, Cimanggu, Karangpucung, Sidareja, Gandrungmangu, Kedungreja, Patimuan, Cipari, Bantarsari, Kawunganten, Jeruklegi, Kesugihan, Maos, Sampang, Kroya, Adipala, Binangun, Nusawungu, Kampung Laut, Cilacap Utara, Cilacap Tengah, dan Cilacap Selatan.

Selain sektor pertanian yang merupakan sektor utama di bidang perekonomian, banyak juga sektor lain yang perkembangannya sangat pesat di Cilacap seperti fashion, kesehatan, kerajinan tangan, oleh-oleh, minuman dan makanan. Jumlah total UMKM yang terdaftar di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Cilacap melebihi tiga puluh dua ribu (32.000) UMKM.

Karena jumlah UMKM yang sangat banyak, maka hampir tidak mungkin PLUT Cilacap membina semuanya dalam satu waktu dan intens. Permasalahan utama yang ada di UMKM pada umumnya adalah permasalahan promosi, permodalan, dan kualitas produk. Dalam hal ini, tim pegusul berfokus pada permasalahan media promosi. Media promosi yang banyak digunakan oleh pelaku UMKM di Cilacap saat ini masih mengandalkan flyer, brosur yang dibagikan pada saat ada pameran.

Pada era digital seperti saat ini memang akan lebih tepat jika sudah mulai menggunakan media digital dalam melakukan promosi. Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 51,8% atau 132,7 juta penduduk di Indonesia telah menggunakan internet sesuai yang tertera pada gambar 1 berikut:



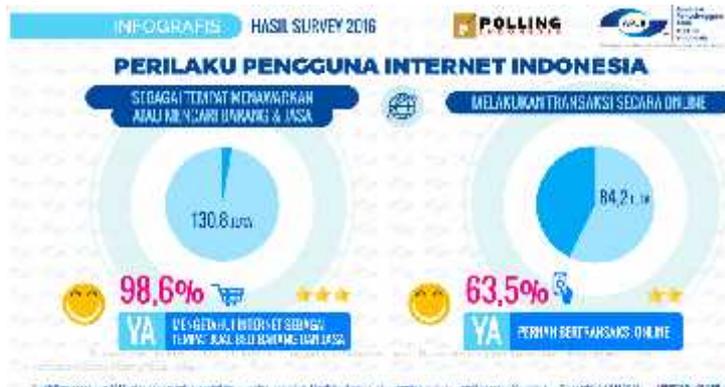
Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia

Adapun pengguna internet di Indonesia jika dilihat dari usia adalah dari 10 hingga 55 tahun telah menggunakan internet seperti terlihat pada gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2. Data Pengguna Internet Berdasarkan Usia

Sebanyak 98,6% pengguna internet telah mengetahui bahwa internet bisa digunakan sebagai sarana untuk promosi dan 63,5% diantaranya pernah melakukan transaksi elektronik seperti terlihat pada gambar 3 dibawah ini:



Gambar 3. Perilaku Pengguna Internet

Jika dilihat media sosial yang paling banyak digunakan, maka facebook menjadi pilihan pertama disusul instagram dan seterusnya seperti terlihat pada gambar 4 di bawah ini:



Gambar 4. Konten Media Sosial yang Paling Sering di Kunjungi

Google membedakan media promosi 6 kategori yaitu chat application, media sosial, local listing, marketplace, website dan mobile apps seperti terlihat pada gambar 5 di bawah ini:

6 Opsi Destinasi Online Bisnis Anda:

"rumah" bisnis seperti apa yang dapat Anda punyanya?



Gambar 5. Media Promosi Menurut Google.

Melihat potensi di atas, tim pengusul tergerak untuk mengadakan pelatihan internet marketing yang berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai media promosi online untuk pelaku UMKM di Cilacap.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah menggunakan metode monologis, diskusi dan praktik. Metode monologis yang dilakukan yaitu presentasi penyampaian materi dari instruktur ke peserta kegiatan/pelatihan. Sedangkan metode diskusi yang dilakukan adalah berdiskusi dari instruktur dengan peserta baik tentang pengetahuan atau pemahaman mengenai blog dan facebook sebagai media sosial untuk kegiatan promosi. Metode praktikum yang dilakukan sudah sangat jelas yakni peserta mengikuti instruktur untuk melakukan kegiatan praktik membuat email, blog, facebook, fanspage dan beriklan di fb ads.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu dasar dari kegiatan ini adalah adanya surat undangan dari pihak PLUT pada 5 Maret 2018 yang mengundang dari pihak AMIKOM Purwokerto untuk bersinergi

dalam menambah wawasan terkait pemahaman media sosial sebagai media promosi untuk pelaku UMKM di Cilacap pada tanggal 13 dan tanggal 14 Maret 2018.

Setelah dilakukan diskusi pada awal Maret, kemudian dibuat rincian dari jadwal yang telah disepakati ditunjukkan pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Jadwal Pelatihan

No	Tahapan	Keterangan
1	Menentukan jenis pelatihan	Pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi online untuk pelaku UMKM
2	Penentuan lokasi pelatihan	PLUT Cilacap
3	Jumlah Peserta 20 peserta	Jelas
4	Tanggal Pelatihan	13 – 14 Maret 2018
5	Sesi 1 (13 Maret 09.00 – 12.00)	Pengenalan internet marketing dan riset pasar online
6	Sesi 1 (13 Maret 13.00 – 16.00)	Membuat email dan blog
7	Sesi 2 (14 Maret 09.00 – 12.00)	Membuat facebook dan fanspage
8	Sesi 2 (14 Maret 13.00 – 16.00)	Mengiklan di fb ads

Adapun khalayak sasaran terdiri dari 20 peserta yang beragam jenis suahanya seperti jasa, makanan, minuman, kerajinan dan fashion. Adapun daftar lengkapnya seperti tertera pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Jadwal Pelatihan

No	Nama	Alamat	Jenis	Usaha
1	Suharti	Cilacap Kota	Jasa	Laundry
2	Dedy Hartanto	Cilacap Kota	Jasa	Jasa Lukis
3	Ruri	Gumilir	Jasa	Biro Umroh
4	Upi Retno	Kroya	Fashion	Online Hijab
5	Nita	Kroya	Fashion	Online Baju
6	Nunung	Cilacap Kota	Kelontong	Kelontong
7	Kuswanti	Kroya	Kerajinan	Macrame
8	Mistriyan	Kroya	Kerajinan	Kesed Motif
9	Aji Dinari	Cilacap Kota	Kerajinan	Tas Rajut
10	Marlinah	Tritih	Makanan	Seafoof
11	Feni	Cilacap Kota	Makanan	Cathering
12	Otie	Tritih	Makanan	Mie Organik
13	Vivien	Cilacap Kota	Makanan	Ayam Bakar
14	Siswi	Cilacap Kota	Makanan	Serba Durian Medan
15	Gian Yuniarto	Kroya	Minuman	Depot Air
16	Ginarti	Gumilir	Snack	Snack
17	Dwi Astuti	Kawunganten	Snack	Sale Pisang
18	Nurina	Cilacap Kota	Snack	Egg Roll
19	Iin Sudarti	Cilacap Kota	Snack	Waffle F2
20	Siti Aminah	Cilacap Kota	Snack	Sambal Cilapop

Dari kegiatan pengabdian pelatihan internet marketing untuk pelaku UMKKM Cilacap ini adalah sebagai berikut: (1) Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta dalam memanfaatkan bolg, facebook dan fanspage sebagai media promosi. (2) Meningkatnya keterampilan peserta dalam memanfaatkan blog dan media sosial facebook sebagai media promosi.

Adapun gambar 6 di bawah ini merupakan bagian dari dokumentasi kegiatan pelatihan yang diadakan:



Gambar 6. Dokumentasi Kegiatan

SIMPULAN

Pengetahuan dan pemahaman peserta dalam memanfaatkan blog, facebook, dan fanspage sebagai media promosi semakin baik. Selain itu, keterampilan peserta dalam memanfaatkan blog dan media sosial facebook sebagai media promosi menjadi semakin maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur atas terselenggaranya kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi ini. Tim mengucapkan terima kasih kepada PLUT dan Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Cilacap yang telah mengundang dan memfasilitasi terselenggaranya pelatihan ini. Tim juga mengucapkan terima kasih kepada STMIK AMIKOM Purwokerto yang telah memberi izin kepada tim untuk melakukan kegiatan pelatihan ini dan mendukung baik secara material ataupun non material.

DAFTAR RUJUKAN

APJII. (2017). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, [online].
https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf

Google. (2017). Panduan Dunia Digital. Google Gapura Digital.

