



## Penguatan umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh Purwodadi

Nina Oktarina<sup>1</sup>, Joko Widodo<sup>2</sup>, Fachrurrozie<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

Email: [ninaoktarina@mail.unnes.ac.id](mailto:ninaoktarina@mail.unnes.ac.id)<sup>1</sup>

DOI: <http://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i2.17952>

Received : December 2018; Accepted: January 2019; Published: December 2019

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat di Kecamatan Toroh Purwodadi bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dan memberikan keterampilan kepada pemilik UMKM dalam memanfaatkan media sosial dalam rangka meningkatkan jangkauan pemasaran. Manfaat langsung dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah sebagai tambahan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman kepada pemilik UMKM terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Manfaat turunan yang diharapkan adalah dengan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dapat meningkatkan penghasilan pemilik UMKM dan pada akhirnya dapat mensejahterakan masyarakat di Kecamatan Toroh Purwodadi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dengan pemberian materi dan praktik pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran. Khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemilik UMKM di Kecamatan Toroh berjumlah 20 orang. Metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktik. Evaluasi kegiatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah aspek pengetahuan dan keterampilan.

Kata Kunci: UMKM; Media Sosial; Pemasaran

### PENDAHULUAN

Toroh adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Secara Geografis, Kecamatan Toroh terletak di lembah subur Pegunungan Kendeng. Bagian selatan kecamatan ini berada di jajaran pegunungan Kendeng. Kecamatan Toroh merupakan daerah yang berupa dataran tinggi dan dataran rendah yang berada pada ketinggian 100-500 meter di atas permukaan air laut. Dilihat dari peta kabupaten Grobogan, Kecamatan Toroh terletak dan berbatasan langsung dengan Kota Purwodadi di sebelah selatan. Jarak ibukota kecamatan dengan Kota Purwodadi adalah 7 km. Aksesibilitas Kecamatan ini tergolong tinggi, karena berbatasan langsung dengan Kota Purwodadi serta memiliki akses

jalan yang cukup bagus. Kecamatan ini terletak di antara kota Surakarta dan Purwodadi. Secara administratif, Kecamatan Toroh terdiri dari 16 desa, 81 RT, dan 153 RW dengan ibukota di Desa Sindurejo. Kecamatan ini memiliki luas 119,31 Km<sup>2</sup> dengan penduduk pada pertengahan 2009 sebanyak 116.114 jiwa (Pemkab Grobogan, 2017).

Masyarakat di Kecamatan Toroh sebagian besar bermata pencaharian petani, pedagang, dan wiraswasta. Berdasarkan observasi awal yang dilaksanakan pada tanggal 9 Februari 2018, diketahui bahwa di Kecamatan Toroh terdapat 45 UMKM yang produknya berupa makanan, minuman, pakaian, dan meubeler. Berdasarkan data dari Disperindag Kabupaten Grobogan (2017) salah satu permasalahan

yang dihadapi oleh pemilik UMKM di Kecamatan Toroh adalah masih sempitnya jangkauan pemasaran dan masih rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Jangkauan pemasaran selama ini hanya daerah di sekitar Purwodadi saja. Padahal di era teknologi seperti sekarang ini, media sosial memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM. Sehingga dengan jangkauan pemasaran yang masih sempit hanya sekitar Purwodadi, pendapatan dari pemilik UMKM tidak optimal. Adapun rincian jumlah dan jenis UMKM yang ada di Kecamatan Toroh dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Data UMKM di Kecamatan Toroh

No	Jenis UMKM	Lokasi	Jumlah
1	Makanan	Bandungharjo, Boloh, Depok, Tunggak	22
2	Minuman	Boloh, Depok, Krangganharjo	10
3	Pakaian	Depok, Kenteng, Krangganharjo	6
4	Meubeler	Sugihan, Depok, Tambirejo	7
TOTAL			45

Sumber: Data dari Disperindag Kabupaten Grobogan yang diolah (2017)

Minimnya pengetahuan dan keterampilan dari pemilik UMKM dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran mengakibatkan omset penjualan produk yang dihasilkan tidak optimal. Oleh karena itu perlu dilakukan kegiatan pelatihan kepada pemilik UMKM di Kecamatan Toroh berkaitan dengan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran, diantaranya web, blog, facebook, instagram, twitter, pinterest, linkedin, dan youtube. Media sosial tersebut akan memungkinkan pemilik UMKM untuk memperluas jaringan *customer*. Sehingga, akan memungkinkan lebih banyak orang melihat produk-produk UMKM yang tidak biasa terjangkau dengan media iklan lainnya. Intinya, dengan menggunakan media sosial, pemilik UMKM memiliki kesempatan untuk terus tumbuh dan menjalin hubungan dengan *customer* potensial hanya dengan terus aktif dalam media tersebut. Sehingga omset

penjualan akan meningkat dan pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan.

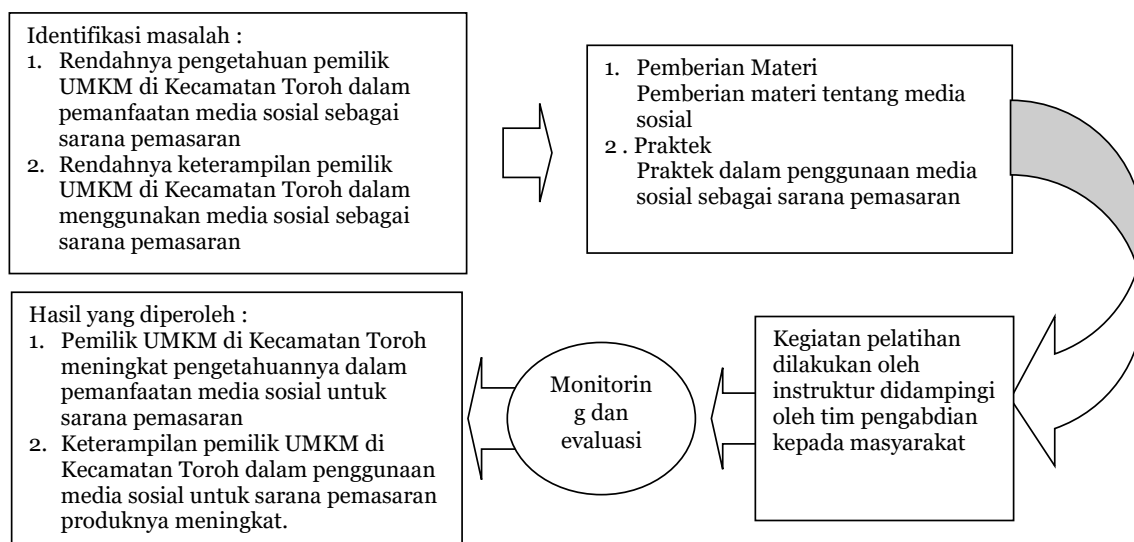
## METODE

Permasalahan utama mitra adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM di Kecamatan Toroh dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Berkaitan dengan permasalahan mitra, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan berupa pelatihan. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktek.

Tahapan pertama dari kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Toroh adalah tahap persiapan. Tahap persiapan meliputi persiapan materi pelatihan, persiapan tempat pelatihan, persiapan peserta pelatihan pemilik UMKM di Kecamatan Toroh sebanyak 20 orang. Selain itu juga persiapan tenaga fasilitator dan instruktur yang terdiri dari dua orang dosen dan dua orang mahasiswa, penentuan waktu pelaksanaan pelatihan serta persiapan sarana dan prasarana.

Tahapan kedua setelah persiapan adalah tahap pelaksanaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di dilaksanakan dalam bentuk pelatihan. Pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama selama dua kali (2x) pertemuan berupa pemberian materi mengenai media sosial. Pada tahap kedua berupa praktek, yaitu praktek penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM. Pada tahap kedua ini peserta pelatihan dibuat menjadi empat (4) kelompok dengan masing-masing kelompok beranggotakan lima (5) orang untuk mempraktekkan materi yang telah disampaikan. Tahap kedua akan dilaksanakan dalam dua kali pertemuan (2x).

Tahapan berikutnya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Toroh adalah tahap Evaluasi. Tahap evaluasi merupakan tahapan terakhir dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pada tahapan ini dilakukan dengan cara : a) menilai kemampuan peserta pelatihan dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produknya, b) menilai tingkat keaktifan peserta dalam kegiatan pelatihan. c) menilai tingkat kehadiran peserta selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Adapun bagan alir kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1.** Bagan Alir Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ekonomi di Kecamatan Toroh Purwodadi berupa pemberian materi melalui ceramah dan praktek, diikuti oleh 20 orang pemilik UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi. Kegiatan ini berlangsung selama dua hari. Pada hari pertama tanggal 8 Juli 2018 dilakukan pemberian materi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk.

Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mayoritas adalah pemilik usaha dengan produknya yang berupa makanan dan bahan makanan, seperti emping jagung, maring, beras jagung, keripik tempe, dan makanan ringan lainnya. Selama ini cara pemasaran yang mereka gunakan masih secara konvensional tanpa memanfaatkan media sosial. Selanjutnya pada hari kedua tanggal 9 Juli 2018 dilakukan praktek pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Media sosial yang digunakan meliputi WA Group, Facebook, Instagram, Blog dan Web, Youtube.

Frekuensi kehadiran peserta pelatihan pada saat berlangsungnya pelatihan berdasarkan daftar presensi ialah : a) pertemuan I (pemberian materi) tanggal 8 Juli 2018, peserta yang hadir berjumlah 20 orang. Jumlah tersebut sesuai dengan jumlah yang diundang. Ini berarti frekuensi kehadiran peserta mencapai 100 %, b) pertemuan II (praktek), tanggal 9 Juli 2018, peserta yang hadir 20 orang (100 %). Selama dilakukan pelatihan peserta amat res-

ponsive dan aktif mengikuti kegiatan. Mereka dengan sungguh-sungguh dan penuh perhatian memperhatikan materi yang disampaikan oleh penyaji. Pada saat praktek antusiasme peserta juga cukup besar, apabila ada hal-hal yang kurang mereka pahami, mereka langsung menanyakannya. Bagi para pemilik UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi pemanfaatan media sosial ini sangat menarik dan bermanfaat untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk mereka.



**Gambar 2.** Pemberian Materi oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat



**Gambar 3.** Peserta Sedang Mempelajari Langkah-Langkah Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk

Berdasarkan pantauan dari tim pengabdian, para peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat mempraktekkan materi dengan cukup baik. Hal ini didasarkan pada hasil evaluasi praktek dalam penggunaan media sosial untuk sarana promosi dan memasarkan produk mereka. Peserta pelatihan menyambut hangat kegiatan pelatihan ini dan mereka mengharapkan pelatihan ini dapat ditindaklanjuti dengan pelatihan tata kelola administrasi keuangan bagi UMKM. Setelah diberikan pelatihan, peserta mengakui bahwa mereka telah bertambah pengetahuan dan keterampilannya dalam pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, Blog, Web, dan WA Group. Jual beli dalam mempromosikan dan memasarkan produk mereka. Selain itu para peserta pengabdian kepada masyarakat juga lebih memahami peranan media sosial dalam meningkatkan jangkauan pemasaran.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Ekonomi UNNES telah berhasil dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi dalam pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Hal ini dapat kita lihat dari frekuensi kehadiran peserta selama pelatihan 100 % dan dari hasil pelatihan. Kemampuan peserta dalam mempraktekkan materi terkait dengan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan dan memasarkan produk jika diukur secara kuantitatif adalah 80 %. Para peserta dapat memahami materi yang diberikan oleh penyaji dan dapat menerapkan materi tersebut dengan baik.

Hasil dari praktek peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk berdasarkan hasil evaluasi tim pengabdian masyarakat sudah baik. Selain itu peserta juga berkreasi dengan membuat tampilan produk di media sosial dengan menarik. Berdasarkan hasil dari pengabdian kepada masyarakat para pemilik UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi sangat menyambut dengan baik kegiatan yang diselenggarakan. Harapannya dengan kemampuan dalam pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan produk dapat meningkatkan jangkauan pemasaran. Sehingga pada akhirnya omset penjualan mereka meningkat dan pendapatannya juga meningkat.

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini didukung oleh faktor-faktor sebagai berikut : 1)

Adanya dukungan dari perangkat Kecamatan Toroh Purwodadi, 2) Adanya dukungan dari masyarakat setempat, khususnya para pemilik UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi, 3) Semua peserta menyadari sepenuhnya kepentingan dan manfaat pelatihan ini dalam rangka meningkatkan kemampuannya dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM khususnya di Kecamatan Toroh Purwodadi, 4) Sarana prasarana yang disediakan paguyuban pemilik UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Model pemecahan masalah dengan model pelatihan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran melalui stimulus ilmu pengetahuan sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peserta pengabdian untuk memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, wa grup jual beli, web, dan blog sebagai media promosi dan memasarkan produk UMKM. Pelatihan yang dilaksanakan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, dapat mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatnya pengetahuan para peserta pengabdian kepada masyarakat khususnya dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM.

### **Saran**

Kegiatan lanjutan perlu untuk dilakukan sebagai fasilitasi kepada para peserta pelatihan supaya mereka dapat meningkatkan kemampuan dalam pemanfaatan teknologi untuk mengembangkan usahanya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Boyd, D.M. Ellison, Nicole B., 2007, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship *Journal of Computer Mediated Communication* Vol 13 No 1
- Disperindag Kabupaten Grobogan. 2017. UMKM di Kabupaten Grobogan.
- Effendy O U. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya Offset: Bandung
- Morrison, 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Perkasa: Jakarta
- Pemkab Grobogan. 2016. Potensi Kabupaten Grobogan.
- Porter, M. E. (1997). *From Competitive Advantage to Corporate Strategy*. Harvard Business Review, 65(3): 43-59.

