
**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN DAYA
SAING PRODUK UKM SELAMA PANDEMI COVID-19
PADA SAAT NEW NORMAL**

^{1*}Juhaeri, ²Umi Rusilowati, ³Hamsinah, ⁴Masno Marjohan, ⁵Ali Maddinsyah
Universitas Pamulang Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
Email : [*juhaeri@unpam.ac.id](mailto:juhaeri@unpam.ac.id)

Manuskrip: Juni -2021; Ditinjau: Juni -2021; Diterima: Juli -2021;
Online: Juli-2021; Diterbitkan: Juli-2021

ABSTRAK

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pengetahuan, dan pemahaman tentang Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal, sehingga mendapatkan laba yang maksimal. Memberitahukan, dan menghimbau kepada pelaku UMKM di Sai Silver, Bali agar dapat mengoptimalkan teknologi internet dalam memasarkan produk. Metode pengabdian kepada masyarakat ini ialah seminar, dan diskusi. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ialah pelaku UKM di Sai Silver Bali, Jl. Padma No.154, Penatih, Kec. Denpasar. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini ialah seluruh peserta memahami, dan menerapkan seluruh materi dan diskusi yang terjadi pada saat acara berlangsung sehingga tujuan bisnisnya tercapai yakni memaksimalkan keuntungan. Target luaran yang akan dicapai adalah peserta dapat memanfaatkan Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UKM, media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha kecil memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, yang dijual atau tempat transaksi, memasuki pasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran, Media Promosi, dan Usaha Kecil

PENDAHULUAN

Kemudahan dalam menggunakan teknologi internet sudah dirasakan dari berbagai kalangan, dari anak-anak, remaja, hingga orang tua sudah banyak yang menggunakan internet untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan. Pertumbuhan internet ini diiringi dengan bermunculan jejaring media sosial yang semakin ramai, seperti penggunaan facebook, instagram, twitter, dll. Hal tersebut tentunya memberikan peluang bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk mempromosikan produknya melalui sosial media karena sosial media sangat mudah digunakan dan di akses. Sosial media merupakan salah satu bentuk dari

perkembangan teknologi komunikasi yang rangkaian jaringannya bisa diakses secara umum di seluruh dunia. Dengan cara mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar internet protocol atau IP. Internet juga merupakan kumpulan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain, serta menyediakan layanan informasi seperti e-mail, online chat, transfer file, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Layanan utama internet yaitu untuk menyebarkan dan memperoleh informasi yang rata-rata ditampilkan dalam bentuk website serta informasi tersebut dapat berupa gambar, suara, video, maupun tulisan (Yuhefizar, 2008).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arief Rahmana Peranan teknologi informasi dalam peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah (2009), usaha kecil dan menengah perlu memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saingnya, hal ini perlu dilakukan mengingat di era sekarang ini persaingan dalam pemasaran produk semakin kompetitif dan mencakup wilayah luas hingga ke mancanegara. Salah satu strateginya adalah dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi akan mendorong usaha mikro kecil dan menengah untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Pemanfaatan teknologi informasi bisa dilakukan dengan cara mempromosikan produk atau jasa yang akan di promosikan dengan internet kepada khalayak melalui media-media online seperti website, aplikasi smartphone jual beli online dan media sosial. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Gungum Gumilar dan Ipit Zulfan, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (2014) yang menunjukkan bagaimana media massa dan Internet dipergunakan sebagai sarana penyebarluasan informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di kota Bandung. Dengan demikian penggunaan media sosial sebagai media promosi untuk usaha mikro kecil dan menengah akan lebih bermanfaat dibandingkan dengan media lain. Sejalan dengan perkembangan sumber daya manusia yang semakin hari semakin maju maka penggunaan internet untuk promosi semakin menguntungkan dalam perekonomian pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Ditambah lagi dengan kondisi pandemi covid 19 yang melanda dunia dan juga Indonesia, menjadikan pelaku usaha kecil harus kreatif lagi dalam memasarkan produk-produknya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini bekerjasama dengan Sai Silver Bali, Jl. Padma No.154, Penatih, Kec. Denpasar dan mencari pemasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam mengatasi masalah. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam Perancangan dan Penerapan media sosial untuk usaha Kecil dan Menengah di Sai Silver Bali. Adapun jadwal pengabdian masyarakat yang sudah disepakati antara Tim PKM Universitas Pamulang dengan sai Silver Bali yaitu pada Rabu, 3 Maret 2021 s.d 5 Maret 2021.



Gambar 1. Foto bersama didepan workshop Sai Silver Bali



Gambar 2. Foto produk Sai Silver

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini bekerjasama dengan Sai Silver Bali, Jl. Padma No.154, Penatih, Kec. Denpasar dan mencari permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam mengatasi masalah. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam Perancangan dan Penerapan media sosial untuk usaha Kecil dan Menengah di Sai Silver Bali. Adapun jadwal pengabdian masyarakat yang sudah disepakati antara Tim PKM Universitas Pamulang dengan sai Silver Bali yaitu pada Rabu, 3 Maret 2021 s.d 5 Maret 2021.

Setelah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, seluruh peserta memahami, dan menerapkan seluruh materi dan diskusi yang terjadi pada saat acara berlangsung sehingga tujuan bisnisnya tercapai yakni memaksimalkan keuntungan. Target luaran yang akan dicapai adalah peserta dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha kecil memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, yang dijual atau tempat transaksi, memasuki pasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan selama 3 hari yakni sejak tanggal 3 Maret 2021 s.d 5 Maret 2021 di Sai Silver, Jl. Padma No.154, Penatih, Kec. Denpasar, Bali. Pada hari pertama, kegiatan berlangsung dengan lancar dan baik. Kami memberikan pelatihan tentang perkembangan teknologi, internet dan sosial media dan juga cara pembuatan dan pengelolaan sosial media. Di UMKM Sai Silver. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, dan pemahaman tentang Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal, sehingga mendapatkan laba yang maksimal. Memberitahukan, dan menghimbau kepada pelaku UMKM di Sai Silver, Bali agar dapat mengoptimalkan teknologi internet dalam memasarkan produk.

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini ialah seluruh peserta memahami, dan menerapkan seluruh materi dan diskusi yang terjadi pada saat acara berlangsung sehingga tujuan bisnisnya tercapai yakni memaksimalkan keuntungan. Target luaran yang akan dicapai adalah peserta dapat memanfaatkan Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UKM, media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha kecil memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebih baik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, yang dijual atau tempat transaksi, memasuki pasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.

Kami sebagai team akademisi pelaksana pengabdian masyarakat mengucapkan banyak terimakasih untuk Bapak Direktur Pascasarjana Universitas Pamulang yang telah mendukung kami untuk menyelesaikan tugas Tridarma Perguruan Tinggi. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Pimpinan Sai Silver, Jl. Padma No.154, Penatih, Kec. Denpasar, Bali yang telah memberikan dukungan dan sambutan yang begitu hangat dalam proses kegiatan pengabdian masyarakat kami. Semoga dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha kecil memasuki jaringan yang lebih luas lagi terutama pada masa pandemi Covid-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajimat, A., et al. (2020). Berwirausaha Memanfaatkan Media Sosial Pada Daerah Sepatan. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 69-76.
- Fuchs, C. (2008). *Internet and society, social theory in the information age*. Madison Ave, NY: Roudledge.
- Indrajit, Ricardus. 2001. *E-Commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Iyas, Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Usaha Rumah Griya Unik Wanita, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Kavoura, A., & Stavrianea, A. (2014). Economic and Social Aspects from Social Media's Implementation as a Strategic Innovative Marketing Tool in the Tourism Industry. *Procedia Economics and Finance*, 14(14), 303–312. [http://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00717-5](http://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00717-5)
- Laughey, D. (2007). *Themes in media theory*. New York: Open University Press.
- Maddinsyah, A., Hidayat, D., Juhaeri, J., Susanto, D., & Sunarsi, D. (2020). Desain Formulasi Dan Implementasi Bisnis Strategik Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Terintegrasi Kerangka Integrated Performance Management System (IPMS) Pada Koperasi Asperindo. *Inovasi*, 7(2), 67-76.
- McQuail, D. (2003). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Yuhefizar. 2008. "10 jam Mengenal Internet Teknologi dan Aplikasinya". Penerbit PT Elex Media Komputindo : Jakarta