Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat Hal : 183-188
Vol 5, No 4, Oktober 2024

SOSIALISASI PENTINGNYA MEDIA SOSIAL (MEDSOS) UNTUK PERTUMBUHAN UMKM DI PEKON PAMENANG KAB. PRINGSEWU

Adi Prasetia Nanda, M Islam Mahdi, Jeprianto, Sri Hartati, Tri Susilowati[5]
Prodi Sistem Informasi, Institut Bakti Nusantara, Lampung
PSDKU Jl. Wisma Rini, No.09 Pringsewu, Lampung, Indonesia
E-Mail: adiprasetiananda.artha@gmail.com, m.islamadi.mti @gmail.com, jeprianto21psw@gmail.com, srihartatistmik1@gmail.com, tristmik.psw@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah menjadi instrumen penting dalam berbagai bidang kehidupan di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, termasuk tumbuh dan berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kabupaten Pringsewu, khususnya di Pekon Pamenang, sebagai salah satu wilayah di Indonesia, tidak luput dari pengaruh positif yang ditawarkan oleh media sosial dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan menganalisis bagaimana media sosial memainkan peran penting dalam sosialisasi dan pertumbuhan UMKM di Pekon Pamenang, Kabupaten Pringsewu. Jejaring sosial sangat penting dalam membantu UMKM di Pekon Pamenang untuk meningkatkan eksposur mereka, memperluas jangkauan pasar, membangun identitas merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan secara keseluruhan, meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis. Pemanfaatan media sosial oleh UMKM membawa berbagai manfaat, seperti biaya pemasaran yang lebih rendah, akses ke pasar yang lebih luas, dan interaksi langsung dengan pelanggan potensial. Namun, masih ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam memanfaatkan media sosial, termasuk keterbatasan pengetahuan tentang platform yang tepat, kurangnya sumber daya manusia yang terampil dalam mengelola akun media sosial, dan keterbatasan akses internet di daerah tertentu.

Kata Kunci: Medsos, UMKM, Pekon

Abstract

Social media has become an important instrument in various areas of life in the era of globalization and advances in information technology, including the growth and development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Pringsewu Regency, especially in Pekon Pamenang, as one of the regions in Indonesia, is not free from the positive influence offered by social media in supporting the growth of MSMEs. This study aims to explore and analyze how social media plays an important role in the socialization and growth of MSMEs in Pekon Pamenang, Pringsewu Regency. Social media is very important in helping MSMEs in Pekon Pamenang to increase their exposure, expand market reach, build brand identity, interact with customers, and overall, increase sales and business growth. The use of social media by MSMEs brings various benefits, such as lower marketing costs, access to a wider market, and direct interaction with potential customers. However, there are still several challenges faced by MSMEs in utilizing social media, including limited knowledge

about the right platform, lack of skilled human resources in managing social media accounts, and limited internet access in certain areas.
Keywords: *Social Media, UMKM, Pekon*

PENDAHULUAN

Bagi perekonomian Indonesia, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) sangatlah penting. UMKM tidak hanya berperan sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi di tingkat lokal. Dalam konteks ini, media sosial telah muncul sebagai alat yang memiliki potensi besar untuk membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan mempercepat pertumbuhan bisnis.(Prasetia Nanda et al., 2022) Salah satu wilayah Indonesia yang memiliki potensi pengembangan UMKM terbesar adalah Kabupaten Pringsewu yang terletak di Provinsi Lampung. Di dalamnya terdapat Pekon Pamenang, sebuah kawasan pedesaan yang juga memiliki potensi UMKM yang beragam. Namun, seringkali UMKM di daerah pedesaan menghadapi hambatan untuk memasuki pasar yang lebih besar dan menjalankan strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan strategi baru yang mengikuti tren bisnis modern dan kemajuan teknologi.

Media sosial, dengan popularitasnya yang terus meningkat, telah menjadi sarana yang kuat untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan mempromosikan produk atau jasa. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp telah menjadi tempat bagi UMKM untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, membangun merek, dan memamerkan produk mereka. Namun, meskipun potensinya besar, masih terdapat tantangan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, terutama di lingkungan pedesaan yang mungkin memiliki keterbatasan akses teknologi dan pemahaman tentang penggunaan media sosial. Oleh karena itu, kami memiliki tujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam sosialisasi dan pertumbuhan UMKM di Pekon Pamenang, Kabupaten Pringsewu. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi media sosial, langkah-langkah strategis dapat diidentifikasi untuk meningkatkan akses, pemahaman, dan pemanfaatan media sosial sebagai alat yang mendukung pertumbuhan bisnis UMKM.(Syarifuddin et al., 2022).

Adapun tujuan dari kegiatan PKM ialah memberikan pemahaman mengenai peran teknologi dalam usaha mikro kecil menengah (UMKM). Meningkatkan usaha masyarakat dengan cara membuat akun sosmed pada platform yang telah tersedia di gadget untuk pertumbuhan UMKM yang ada di desa Pamenang.

KAJIAN PUSTAKA

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu bentuk tindakan yang berupaya membantu masyarakat tertentu dengan berbagai cara tanpa menimbulkan ketimpangan. Secara umum, program ini dibuat oleh sejumlah perguruan tinggi atau institusi di Indonesia dengan tujuan untuk memberikan kontribusi yang berarti bagi masyarakat Indonesia, khususnya dalam hal

peningkatan kesejahteraan dan kemajuan. Pengabdian kepada masyarakat merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kabupaten melakukan pengabdian kepada masyarakat sebagai salah satu kegiatannya. memajukan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni sekaligus meningkatkan kebudayaan nasional. Program pengabdian kepada masyarakat dirancang untuk membantu mahasiswa mengembangkan kreativitas, kecerdikan, dan pencerahannya atas dasar landasan agama yang kuat serta pengetahuan ilmu pengetahuan dan teknologi. agar Anda siap menjadi pemimpin yang cerdas, berwirausaha, dan berjiwa mandiri. Melalui aktivitas imajinatif pada topik ilmiah yang kita pelajari, siswa diberi kesempatan untuk mengamalkan pengetahuan, bakat, keterampilan, sikap, dan tanggung jawabnya. Mereka juga dapat mengembangkan kolaborasi dan kemandirian.(Mahdi & Nanda, 2022)

Sosial Media (SOSMED)

Akronim "Sosmed" adalah singkatan dari "media sosial". Platform digital yang memungkinkan interaksi online, berbagi konten, dan komunikasi disebut sebagai media sosial. Media sosial telah membentuk kehidupan modern dan mengubah cara orang terhubung, berkomunikasi, dan mendapatkan informasi. Analisis media sosial menurut (Sponder dan Khan 2018) adalah tindakan mengumpulkan dan memeriksa data dari jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Pemasar sering menggunakannya untuk memantau diskusi internet mengenai produk dan bisnis.(Prasetia Nanda et al., 2022)

UMKM

Pengertian UMKM Di Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengatur tentang pengertian UMKM.

1. Menurut Pasal 1 peraturan perundang-undangan, usaha mikro adalah perusahaan menguntungkan yang diselenggarakan oleh orang atau badan hukum perseorangan dan memenuhi persyaratan hukum yang dipersyaratkan bagi usaha mikro.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan menurut definisi Undang-undang tentang usaha kecil, dan dijalankan oleh orang perseorangan, badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan, atau anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau dengan cara lain menjadi bagian dari perusahaan menengah atau besar.
3. Sebaliknya, usaha mikro adalah usaha mandiri yang menghasilkan keuntungan yang dijalankan oleh orang atau perusahaan yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari perusahaan besar, tetapi dimiliki, dikendalikan, atau diintegrasikan secara langsung atau tidak langsung ke dalam usaha mikro, usaha kecil, atau usaha kecil. Perusahaan besar yang menganut definisi usaha mikro dalam UU.
4. Menurut Pasal 6 Undang-undang ini, kriteria untuk mendefinisikan UMKM adalah kekayaan bersih, nilai aset (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan tempat perusahaan berada), atau hasil penjualan tahunan.(Utami et al., 2022)

Desa Pamenang

Desa Pamenang Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu provinsi Lampung merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Pagelaran. Desa Pamenang itu sendiri terdiri dari 5 dusun, 17 rt, dan 1547 kepala keluarga. Desa Pamenang memiliki luas wilayah sebesar 529 km,yang sebagian besar wilayahnya merupakan pemukiman warga dan lahan pertanin. mayoritas, masyarakat desa Pamenang bermata pencarian sebagai seorang petani. adapun mata pencarian lainya yaitu pengrajin batu bata,dan juga genteng. Berdasarkan data kependudukan tahun 2023, total penduduk desa Pamenang yaitu 5.493 jiwa,dengan penduduk laki laki sebanyak 2.783 jiwa dan penduduk sebanyak 2.710 jiwa. Masyarakat desa Pamenang beragam agama, ada yang beragama islam,hindu,khatolik dan juga kristen.

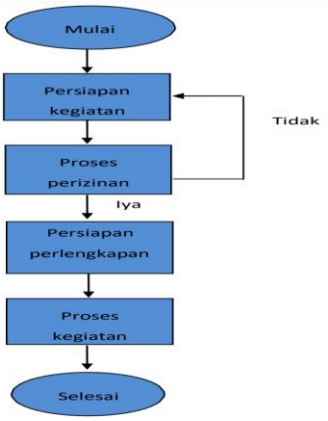
METODE PELAKSANAAN

Sosialisasi

Pelaksanaan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat KKN Institut Bakti Nusantara melaksanakan tugas bakti sosial di Pekon Pamenang Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Pringsewu tersebut pada tanggal 15 Agustus 2023. Kemudian melakukan koordinasi dengan pihak pekon menentukan jadwal yang telah disepakati bersama. Peserta yang menghadiri kegiatan pelatihan adalah masyarakat yang memiliki usaha kecil sampai menengah. Jumlah peserta sosialisasi ini sekitar 20 orang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengajak masyarakat di pekon Pamenang agar lebih mengetahui pentingnya teknologi informasi di Era digital.

Diskusi

Setalah melakukan perencanaan PKM, kemudian membuat surat izin untuk kepada kepala Pekon, mempersiapkan sarana dan prasara. Siapkan strategi teknik yang akan digunakan selama proses pelatihan pertama dan rencanakan durasi aktivitas sebelum memulai aktivitas ini, khususnya: 1. Sosialisasi, yaitu memberikan materi kepada peserta. 2. Tanya jawab, dirancang untuk memfasilitasi pertukaran antara peserta dan narasumber jika peserta kesulitan memahami konten yang disajikan sebelumnya. 3. Kuesioner, yaitu peserta menjawab pertanyaan yang telah disiapkan narasumber. Berikut merupakan gambaran alur prosedur kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pekon Pamenang.



Gambar1. Alur Kegiatan PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proyek pengabdian ini menggunakan sosialisasi untuk mengedukasi masyarakat tentang nilai media sosial dalam pengembangan UMKM. Dengan dibantu oleh mahasiswa KKN IBN Pringsewu dan dosen sebagai pemateri dan narasumber pada kegiatan ini, kegiatan sosialisasi ini dapat terselesaikan. Masyarakat dan pelaku UMKM harus mendapatkan pelatihan ini agar memahami bagaimana memanfaatkan media sosial untuk memajukan UMKM. Pelatihan ini diawali dengan sambutan dosen pembimbing, serta Kepala Desa Pamenang. Kemudian melakukan pemaparan materi yang disampaikan para narasumber dalam bentuk presentasi kepada para peserta.

Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi PKM

Selanjutnya peserta melakukan tanya jawab tentang permasalahan mereka kepada para narasumber. Setelah melakukan tanya jawab dengan narasumber. Adapun faktor pendukung kegiatan, yaitu:

1. Para peserta yang memiliki kemauan untuk mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya media sosial untuk pertumbuhan UMKM.
2. Pihak desa yang telah menyediakan tempat pelaksanaan pelatihan.

Adapun faktor penghambat kegiatan, yaitu:

1. Keterlambatan para peserta.
2. Keterbatasan tempat sosialisasi PKM.
3. Keterbatasan panitia dalam mempersiapkan kegiatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, jelas bahwa proyek pengabdian masyarakat yang membahas pentingnya media sosial dalam pertumbuhan UMKM di Desa Pamenang memiliki tujuan utama untuk mengedukasi komunitas UMKM di sana tentang peran media sosial dalam pengembangan UMKM. Kegiatan Sosialisasi Pentingnya Media Sosial Untuk Pertumbuhan UMKM di desa Pamenang, diketahui masyarakat masih kurang dalam penggunaan media sosial (medsos) untuk pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Dengan menyebarkan kesadaran,

diyakini akan semakin banyak orang yang melihat manfaat media sosial bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Cooley, C. H. (1902). "Human Nature and the Social Order." Charles Scribner's Sons.

Durkheim, E.(1895). "The Rules of Sociological Method." Free Press.

Goffman, E. (1959). "The Presentation of Self in Everyday Life." Doubleday.

Mahdi, M. I., & Nanda, A. P. (2022). Sosialisasi Peningkatan Hasil Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Menggunakan Marketplace Di Pekon Sukoharjo 1. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, *3*(4), 126–131. https://doi.org/10.56327/jurnalpkm.v3i4.53

Mead, G. H. (1934). "Mind, Self, and Society." University of Chicago Press.

Prasetia Nanda, A., Hartati, S., & Dian. (2022). Pemanfatan Teknologi Informasi (Marketplace)/Sosial Media Untuk Perkembangan UMKM Di Desa Ambarawa Barat Dalam Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, *1*(1), 10–15. https://doi.org/10.36448/jpmtb.v1i1.3

Piaget, J. (1965). "The Moral Judgment of the Child." Free Press.

Syarifuddin, A., Joni, J., Prasetia Nanda, A., & . M. I. (2022). Sosialisasi Pembuatan Nib Kepada Pelaku Usaha Di Pekon Sukoyoso Kecamatan Sukoharjokab. Pringsewu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, *1*(2), 117–124. https://doi.org/10.36448/jpmtb.v1i2.22

Utami, B. H. S., Gumanti, M., Dewi, N. A. K., Nanda, A. P., Astuti, S., Rahsel, Y., & Pratama, Y. A. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Berbasis Teknologi Informasi Bagi UMKM di Desa Margodadi. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 93–99. https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.431