



PENDAMPINGAN UMKM MELALUI KEGIATAN PELATIHAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA, WEBSITE, DAN E – COMMERCE DALAM BERWIRAUSAHA

Chandra Wijaya

Ilmu Komunikasi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail : chandra2000wijaya@gmail.com

Abstrak

Perumahan Jaya Regency Sedati merupakan salah satu wilayah penduduk yang berada di desa Pepe, Kecamatan Sedati, yang terletak pada bagian timur Kabupaten Sidoarjo. Salah satu bagian dari rukun tetangga dan rukun warga di perumahan Jaya Regency Sedati adalah RT 10 RW 16. Setelah menurunnya angka penularan Covid – 19 ditambah dengan mulai meratanya vaksin untuk masyarakat, keadaan pun mulai Kembali normal, dan hal ini menjadi pertanda baik dilihat dari kembalinya perkembangan ekonomi dimasyarakat. DC Collection yang bertempat di lokasi kegiatan pengabdian masyarakat yang juga sempat terdampak dari kondisi Covid – 19 pun mulai memperbaiki wirausahanya, dan Program pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk membantu kegiatan Wirausaha dari DC Collection dengan bentuk kegiatan pelatihan untuk penggunaan sosial media, Website, dan E – Commerce untuk pemasaran mitra. Program ini didasari dari hasil observasi yang telah dilakukan bahwa mitra belum memaksimalkan sosial media untuk pemasaran disebabkan oleh kurangnya wawasan dari mitra.

Kata Kunci : *UMKM, Sosial Media, E - Commerce*

PENDAHULUAN

Perumahan Jaya Regency Sedati merupakan salah satu wilayah penduduk yang berada di desa Pepe, Kecamatan Sedati, yang terletak pada bagian timur Kabupaten Sidoarjo. Salah satu bagian dari rukun tetangga dan rukun warga di perumahan Jaya Regency Sedati adalah RT 10 RW 16, perkembangan pada wilayah ini terbilang cukup pesat dengan adanya berbagai macam bentuk pembangunan terkait fasilitas umum seperti tempat ibadah, lapangan olahraga, serta beberapa taman yang terdiri dari taman bermain anak, dan taman herba.

Masyarakat pada RT 10 RW 16 memiliki beragam profesi pekerjaan namun yang menjadi mayoritas adalah jenis pekerjaan karyawan kantor, namun juga ada beberapa masyarakat yang menjalankan usaha berupa toko alat tulis, PNS, serta beberapa UMKM dari beberapa bidang. Semenjak kemunculan dari virus Covid – 19 dua tahun lalu menyebabkan dampak yang cukup besar bagi masyarakat beberapa karyawan harus dirumahkan, para pelajar yang sedang mengenyam Pendidikan terpaksa tidak bisa melakukan kegiatan belajar mengajar secara tatap muka dan terpaksa dilakukan secara daring. Namun kini masyarakat mulai Kembali menjalani kegiatan normal seperti sedia kala, beberapa kegiatan usaha mulai dimulai lagi, beberapa sekolah pun mulai melaksanakan kegiatan pembelajaran secara tatap muka, hal ini pun menjadi angin segar tidak terpungkiri para pengusaha yang sempat terhalangi akibat adanya Covid – 19.

Dalam kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada bentuk pelatihan kepada UMKM atau Usaha Kecil Mikro Menengah, "*Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat didefinisikan sebagai suatu usaha yang bersifat produktif dan dapat dijalankan baik oleh seseorang sebagai individu maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha*

mikro, kecil, dan menengah.” Anatan (2020). Menurut Anatan, pengertian dari UMKM disebutkan sebagai sebuah bentuk kewirausahaan yang telah memenuhi kriteria untuk dikatakan sebagai usaha mikro, kecil dan menengah yang dioperasikan secara individu maupun kelompok. Salah satu UMKM yang sempat terdampak dari Covid19 adalah UMKM DC Collection yang mana usaha ini berbentuk toko pakaian yang menjual berbagai macam pakaian untuk segala umur dari pakaian untuk anak – anak, remaja, dan dewasa. Kegiatan usaha dimulai berdekatan dengan rentang waktu awal mula berlakunya Pembatasan Sosial Skala Besar atau PSBB pada bulan Maret tahun 2020, sehingga kegiatan usaha tidak berjalan dengan maksimal dan ditambah dengan kurangnya bentuk pemasaran terkait usaha dari mitra yang membuat keadaan usaha tidak kian membaik.

Tren dalam kegiatan pemasaran kini didominasi oleh Penggunaan platform Sosial Media seperti Instagram, Facebook, atau Youtube. Menurut Daniel Iman (2015) Penggunaan Sosial Media dianggap efektif dalam melakukan kegiatan pemasaran, dengan kemampuan sosial media yang dapat menjangkau berbagai kalangan dan kecepatan informasi yang cepat bisa mempermudah mitra dalam menjaring kalangan dalam jumlah besar sebagai calon customer. Aspek lain yang membuat sosial media menjadi nilai tambah dalam kegiatan pemasaran adalah dari angka pengguna sosial media yang terbilang sangat tinggi, dilansir melalui data dari Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report (2021) yang diunggah pada situs resminya <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, bahwa pada tahun 2021 sebanyak 170 Juta orang di Indonesia menggunakan perangkat mobile untuk mengakses sosial media. Dari sekian banyak pengguna media sosial di Indonesia Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, berdasarkan laporan dari katadata.co.id yang diunggah pada situsnya <https://databoks.co.id/datapublish/2021/11/15/> pada bulan Oktober 2021 ada 91,01 Juta pengguna Instagram di Indonesia. Dengan pemilihan sosial media yang tepat dan pembuatan konten yang baik serta sesuai dapat membuat sebuah bentuk kegiatan promosi yang efektif dan efisien.

METODE PELAKSANAAN

Sebelum kegiatan dimulai, kami melakukan proses observasi, yang mana kegiatan ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengamati fenomena yang terjadi guna mencari informasi berupa data – data yang menunjukkan situasi dan kondisi suatu wilayah yang akan dijadikan acuan untuk pembentukan rancangan program pengabdian masyarakat pada wilayah RT 10 RW 16, Perumahan Jaya Regency Sedati, Desa Pepe, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Dari kegiatan observasi yang telah dilakukan didapatkan data – data yang akan dijadikan bahan untuk melakukan proses persiapan kegiatan selanjutnya, yaitu kegiatan Analisis situasi dan permasalahan, Kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis dan menentukan suatu permasalahan yang terjadi di wilayah setempat berdasarkan data observasi yang telah didapat, dalam proses analisis situasi akan memunculkan sebuah solusi dari permasalahan yang ada di lokasi. Bentuk solusi yang didapatkan akan di bentuk menjadi sebuah program – program yang akan dilaksanakan dalam proses pengabdian masyarakat. Ketika rancangan program telah selesai dibuat, maka tahap selanjutnya adalah pengkoordinasian dengan kepengurusan wilayah setempat yaitu Ketua RT 10. Jika bentuk program yang ditunjukkan disetujui, selanjutnya akan dilakukan bentuk pengkoordinasian dengan mitra yang akan dibantu yaitu pemilik UKM DC Collection, dan kegiatan pun bisa segera dilaksanakan. Ketika proses koordinasi dengan pihak terkait selesai dilaksanakan, maka berlanjut pada Pelaksanaan program yang dilakukan pada waktu dan tempat yang telah ditentukan pada proses perancangan program. Setelah semua kegiatan atau program telah berhasil dilaksanakan maka berlanjut pada Evaluasi dan Laporan

untuk melihat kelebihan dan kekurangan dari kegiatan yang telah dilaksanakan, serta menjadi tolak ukur bagi mitra untuk melaksanakan kegiatan selanjutnya dikemudian hari. Dari hasil evaluasi tersebut akan digunakan untuk penyusunan laporan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

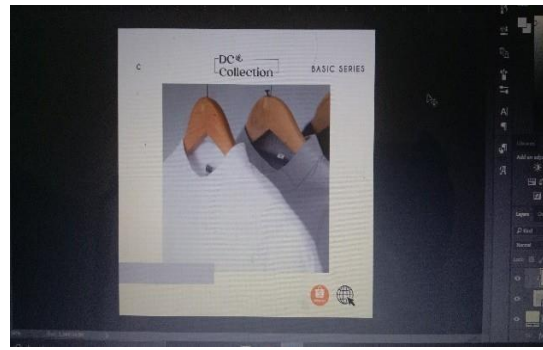
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan bermula pada tanggal 10 Desember 2021, yang meliputi kegiatan pembuatan akun sosial media DC Collection di Instagram sebagai salah satu platform yang akan digunakan untuk melakukan kegiatan pemasaran, lalu berlanjut pada kegiatan pembuatan akun shopee DC Collection sebagai bentuk market place digital yang akan memudahkan proses transaksi jual beli, dan kegiatan selanjutnya adalah pembuatan website yang berfungsi sebagai pusat informasi yang lebih luas tentang produk, promo, ataupun informasi lainnya yang berkaitan dengan DC Collection.

Kegiatan berlanjut pada pelatihan terkait penggunaan Sosial Media, Website, serta E – Commerce, yang diadakan pada tanggal 17 dan 18 Desember 2021. Kegiatan pelatihan Penggunaan Sosial Media dan E – Commerce diadakan pada tanggal 17 Desember 2021, yang berfokus pada pembahasan pengoperasian tentang pengunggahan postingan di Instagram dan fitur – fitur yang tersedia di Instagram yang akan bermanfaat dalam proses berwirausaha, kegiatan berlanjut pada pelatihan penggunaan E – Commerce Shopee yang meliputi proses transaksi antara pembeli dan penjual serta bagaimana mengoperasikan toko online Shopee. Kegiatan selanjutnya berlangsung pada tanggal 18 Desember 2021 berupa pelatihan penggunaan Website yang berfokus pada penyuluhan tentang bagaimana website bekerja dan proses pendistribusian informasi menggunakan website akan seperti apa. Ketiga pembahasan dalam kegiatan pelatihan ini diharapkan bisa menjadi bekal untuk UMKM DC Collection untuk mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan sosial media, website dan market place shopee.

Setelah kegiatan pelatihan selesai, program selanjutnya adalah kegiatan pembuatan konten yang ditujukan sebagai bahan konten yang akan diunggah ke platform yang telah dibuat yaitu, Sosial Media Instagram, Website, dan market place Shopee. Pembuatan konten ini juga ditujukan sebagai bentuk kegiatan pemasaran produk dari DC Collection, sehingga penyebaran informasi terkait produk DC Collection bisa lebih luas. Konten yang hendak diunggah berupa bentuk konten desain grafis yang memuat foto produk, dan kegiatan pembuatan konten ini berlangsung selama dua hari yaitu pada tanggal 23 Desember dan 25 Desember 2021, yang mana pada tanggal 24 kegiatan meliputi pengambilan foto produk yang akan diproduksi menjadi konten, dan pada tanggal 25 meliputi kegiatan penyuntingan gambar dan pembuatan desain grafis yang akan dijadikan konten unggahan di platform sosial media Instagram DC Collection.





Gambar 1 Rangkaian beberapa kegiatan Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan selama 12 hari yang terhitung dari tanggal 8 Desember 2021 sampai tanggal 26 Desember 2021, yang terdiri dari kegiatan pembuatan akun Instagram untuk DC Collection, website serta pembuatan market place berupa akun shopee, dan juga kegiatan pembuatan konten sosial media Instagram telah berjalan dengan baik. Hasil yang dapat dilihat dari kegiatan pelatihan ini adalah kembalinya kegiatan wirausaha dari UMKM DC Collection yang sempat terhenti akibat Pandemi Covid – 19, serta kegiatan pemasaran produk yang lebih baik dibandingkan sebelumnya yang hanya memanfaatkan grup whatsapp atau lingkungan sekitar, kini telah beralih memanfaatkan penggunaan sosial media Instagram, website dan E – Commerce untuk menjangkau cakupan pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan, bapak Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom yang telah mendampingi selama kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung, dari penyusunan program dan proposal hingga penyusunan laporan. Kami juga mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada pihak mitra UMKM DC Collection dan pihak pengurus wilayah yang telah bersedia mengizinkan melaksanakan kegiatan ini sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, dan kami memohon maaf sebesar – besarnya kepada seluruh pihak bila selama kegiatan berlangsung ada ucapan maupun sikap yang kurang berkenan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., Kristen, U., & Bandung, M. (n.d.). SOSIALISASI STRATEGI BERSAING ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 PADA PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI BANDUNG. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 2020).
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm>
- Iman, D., Zainul, K., & Kholid Mawardi, A. M. (2015). PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN KONSUMEN PADA PRODUK INTERNASIONAL (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 24, Issue 1).



Hootsuite (We are Social). "Indonesian Digital Report 2021." Diakses pada Januari 1, 2022.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Katadata. "Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?" Diakses pada Januari 1, 2022.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. *Januari, 2022*(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>