
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI WADAH UNTUK PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KELURAHAN BUKIT BARU

Lastri Ivana Sianturi¹, Pantani Dahlan², Khaerul Budhy Nagara³, Akhmad Afandi^{4*}
Universitas Palembang^{1,2,3,4*}
Email: fandiakhmad2021@gmail.com

Abstrak : Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi, berbagi, dan membuat konten secara online. Media sosial merupakan alat komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk beraktivitas dan berkolaborasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kini media sosial dapat digunakan sebagai memasarkan produk ke masyarakat. Dengan media sosial pelaku usaha dapat mengetahui informasi tentang kompetitor usaha sehingga dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih baik. Untuk itulah tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Ekonomi Universitas Palembang melaksanakan pengabdian di Kelurahan Bukit Baru dengan melakukan penyuluhan pada sekelompok UMKM dan masyarakat kelurahan Bukit Baru. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 1. Maret 2024 yang lalu.

Kata kunci: Media Sosial, Usaha Mikro Kecil Menengah

PENDAHULUAN

Transaksi bisnis melalui internet merupakan satu fenomena bisnis baru. Salah satu manfaat internet sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang atau jasa. Dari sisi financial, pemasaran online sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan upaya yang ditempuh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Menurut survey semua pelaku UMKM mendapatkan dampak yang cukup besar dari pandemi COVID-19 kemarin, dari mulai hilangnya pekerjaan karena adanya PHK sampai menurunnya jumlah pembeli. Di zaman sekarang dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin canggih, pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Salah satu kelebihan media sosial adalah memiliki banyak potensi untuk kemajuan suatu usaha. Begitu tertariknya masyarakat Indonesia terhadap layanan media sosial membuat berbagai platform terus berdatangan ke Indonesia. Berbagai platform media sosial baru terus diperkenalkan, dan menariknya selalu menemukan pangsa pasar yang pas di Indonesia.

Media sosial dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merk, mengurangi biaya dan untuk penjualan online. Ada beberapa media sosial yang sering digunakan untuk mempromosikan barang yang akan dijual saat ini antara lain Whatsapp, Instagram, TikTok, Shopee, Tokopedia dan lain-lain karena sasaran pasarnya adalah dari semua kalangan. Media sosial memang sangat diminati UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Media sosial mempunyai pengaruh yang

sangat besar, masyarakat lebih cepat menerima informasi lewat internet. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produknya karena jaringan internet sangat luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah hingga menjadikan media pemasaran yang efektif. Namun upaya mengintegritaskan UMKM dengan sistem digital memerlukan keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku usaha UMKM. Maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukannya pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran digital.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah UMKM di bukit Baru telah menggunakan media sosial untuk mengembangkan usahanya ?
2. Apa Manfaat Media Sosial terhadap perkembangan UMKM di Kelurahan Bukit Baru Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang ?

Tujuan Kegiatan

Penelitian yang dilakukan ini berupaya untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan.

Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk Mengetahui UMKM di Kelurahan Bukit Baru telah menggunakan Media Sosial
2. Untuk Mengetahui Manfaat Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM di Kelurahan Bukit Baru Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang.

METODE

1. Observasi

Dalam observasi ini menggunakan jenis observasi non partisipan yaitu hanya mengamati secara langsung keadaan objek penelitian misalnya pada RT/RW dan ikut serta secara langsung. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu fenomena yang ada dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan dengan topik penelitian dalam pelaksanaan pengabdian tersebut.

2. Wawancara (interview)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Dalam wawancara sudah disiapkan berbagai macam pertanyaan- pertanyaan tetapi muncul berbagai pertanyaan lain saat meneliti. Melalui wawancara inilah pengalihan data, informasi, dan kerangka

keterangan dari subyek penelitian. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pertanyaan yang dilontarkan tidak terpaku pada pedoman wawancara dan dapat diperdalam maupun dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi lapangan. Wawancara dilakukan kepada lurah, Pegawai Kelurahan, RT/RW dan masyarakat dilingkungan Kelurahan Bukit baru.

3. Dokumentasi

Penggunaan dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data-data yang ada kantor kelurahan yang dapat dimanfaatkan dalam pelaksanaan pengabdian serta Partisipasi masyarakat lingkungan kelurahan sebagai informan sehingga pengabdian kesimpulan yang ditarik menjadi kokoh. (Burhan Bungin, 2010:70).

HASIL

1. Pembahasan Pemanfaatan Media Sosial

Media Sosial adalah platform yang paling banyak diakses oleh semua orang. Selain itu, dalam mengakses media sosial dapat dengan mudah dilakukan oleh semua kalangan dari kalangan tua hingga kalangan muda. Sehingga, dengan melakukan promosi yang lebih kiat lagi di media sosial tentunya dapat meningkatkan pemasaran walaupun hasil promosi penjualan yang dilakukan belum meningkat secara signifikan mengingat jangka waktu pengaplikasian yang masih terbilang pendek. Para pelaku UMKM cukup beragam dalam menggunakan media sosial, seperti halnya Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, Tokopedia dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang belum menggunakan media sosial dikarenakan adanya kendala seperti tidak mempunyai handphone android yang memadai dan karena kendala usia sehingga kurang paham dalam menggunakan media sosial. Jenis Promosi yang Digunakan pelaku usaha mikro kecil menengah secara keseluruhan mempromosikan barang atau jasa hasil jualannya dengan menawarkan secara langsung ke orangnya karena cara tersebut dirasa mudah, murah dan baik produsen maupun konsumen dapat secara langsung melihat produk yang dijual sehingga dapat menimbulkan kepercayaan diantara keduanya dibandingkan dengan menggunakan media sosial yang sebelumnya kita belum tahu produk aslinya seperti apa.

Banyaknya masyarakat beralih menggunakan platform media sosial dalam mencari informasi barang atau jasa yang ditawarkan yang di rasa lebih aman. Adapun pengaruh Promosi Produk Melalui Media Sosial, Beragam platform telah banyak disediakan, seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, Tokopedia dan lain-lain. Oleh karena itu, ada alternatif bagi para pelaku UMKM yaitu dengan mawadahi usaha mereka dalam bentuk promosi online melalui Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, Tokopedia dan lain-lain. yang notabene nya memiliki peminat mulai dari kalangan muda hingga kalangan tua yang banyak sehingga dirasa lebih efektif dalam menarik minat konsumen.

Dalam penelitian diperoleh data tentang adanya pengaruh promosi produk melalui media sosial terhadap peningkatan penjualan.

Diperoleh gambaran sebagai berikut dimana Strategi mempertahankan keunggulan produknya sehingga produk tersebut tetap sesuai dengan permintaan dan harapan dari konsumen ketika dipasarkan serta menciptakan produk yang memiliki mutu yang lebih baik kepada sesama kerabat terdekat untuk menunjang kepercayaan konsumen kedepannya. Memanfaatkan berbagai jenis media sosial yang mampu membantu penyebaran promosi produk menjadi lebih efektif dan luas serta merekrut pegawai bantuan yang berasal dari kerabat terdekat yang mampu dan mengerti mengenai pengolahan sistem promosi dan komunikasi konsumen. Memaksimalkan pengetahuan mengenai keberagaman berdasarkan kategori produknya guna menarik konsumen menggunakan produknya ketika mendapat informasi promosi. Serta Menggunakan desain promosi yang menarik konsumen dan memperluas jangkauan konsumen yang lebih luas.

Peluang penggunaan media sosial terhadap penjualan produk UMKM dapat berpengaruh apabila dilakukan secara optimal dari segi lamanya waktu promosi dan adanya pengembangan dalam strategi pemasaran seperti halnya meningkatkan kreatifitas produk sehingga semakin beragam produk yang bisa dijual, mengoptimalkan media sosial yang ada untuk menambah jaringan relasi pemasaran serta mengalokasikan dana untuk meningkatkan teknologi informasi sehingga mempermudah pemasaran produk, contohnya memasang iklan digital pada media sosial yang dapat memperluas pangsa pasar. Adapun iklan digital lebih efektif dan murah dibandingkan iklan tradisional seperti sales, brosur, atau katalog yang dapat memakan biaya lebih besar. Media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif untuk tetap menjalankan usaha namun dengan mematuhi aturan.

Masalah perkembangan sektor usaha kecil dan menengah di Indonesia merupakan sebuah harapan untuk memajukan pertumbuhan ekonomi di lingkup Indonesia, akan tetapi tidak juga mengesampingkan kontribusi dari sektor-sektor ekonomi lainnya. Harapan baik dari pusat maupun daerah agar terciptanya keseimbangan dan keselarasan di semua sektor-sektor ekonomi lainnya, untuk itu diperlukannya dukungan dari pemerintah pusat dan daerah untuk memajukan pertumbuhan ekonomi di segala sektor khususnya di sektor industri demi kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat bersama.

Sektor usaha kecil dan menengah memiliki peluang besar sebagai sektor tulang punggung perekonomian, dan mengalami perkembangan yang sangat cepat dengan menggunakan teknologi yang semakin maju dan canggih. Dalam upaya peningkatan produksi sektor usaha kecil ini maka diperlukan usaha-usaha dalam rangka mendukung perkembangannya, hal tersebut mengingat bahwa sektor ini mempunyai peranan yang sangat besar dalam perekonomian suatu bangsa. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan suatu peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang tetapi juga dinegara-negara maju. UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar seperti halnya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga

dibanyak negara kontribusinya terhadap pembentukan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

Definisi Usaha Mikro didalam UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1 “*tentang UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini*”. Dalam UU No. 20 Tahun 2008 BAB IV Pasal 6 Ayat 1 Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Dalam UU No. 20 Tahun 2008 BAB IV Pasal 6 Ayat 2 Kriteria Usaha Kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Adapun jangkauan pemasaran hasil industri kecil tersebut sebagian besar untuk memenuhi kebutuhan pangsa pasar lokal dan regional dan sedikit ekspor. Menurut pendapat *Hasibuan* masalah lapangan kerja tidak dapat dipungkiri lagi merupakan salah satu masalah pokok yang dihadapi dalam pembangunan khususnya dalam perekonomian. Lapangan kerja ini berfungsi sebagai wahana untuk menempatkan manusia dalam posisi sentral dalam pembangunan. Lapangan kerja merupakan sumber pendapatan bagi angkatan kerja yang bekerja. Besar atau kecilnya jumlah pendapatan yang diperoleh dari lapangan kerja menentukan kemakmuran sebuah keluarga. Selain itu lapangan kerja juga merupakan wahana bagi sumber daya manusia untuk mengekspresikan diri mereka selaku makhluk hidup. Sebagai usaha meningkatkan pendapatan individu pada umumnya dan masyarakat Kelurahan Bukit Baru pada khususnya, masyarakat Kelurahan Bukit Baru berusaha menciptakan lapangan kerja sendiri, yaitu dengan mendirikan usaha kecil dan menengah.

Keberadaan usaha kecil dan menengah tersebut merupakan salah satu potensi yang memiliki peran yang strategis didalam memajukan roda perekonomian suatu bangsa. Akhirnya usaha kecil dan menengah di Kelurahan Bukit Baru tumbuh dan berkembang secara baik dan banyak menyerap tenaga kerja. Di Kelurahan Bukit Baru perkembangan usaha kecil atau home industri sangatlah pesat, banyak masyarakat yang memilih menjadi pengusaha meskipun masih dalam unit penghasilan produksi maupun keuntungan yang kecil. Untuk memproduksi kebanyakan pengusaha menggunakan bantuan alat mesin meskipun dengan demikian dengan jumlah tenaga kerja yang cukup para pengusaha mampu menghasilkan yang banyak. Begitu juga dengan besarnya modal yang digunakan akan berpengaruh terhadap banyaknya pembelian bahan baku untuk proses produksi.

2. Manfaat Media Sosial

- a. Jangkauan koneksi ke seluruh dunia dimana tidak ada cara yang lebih mudah untuk bisnis dan menemukan seseorang selain menggunakan media sosial. Whatsapp, Instragam, Facebook,

TikTok, Shopee, Tokopedia dan lain-lain. yang memungkinkan seluruh orang di dunia dapat berinteraksi satu sama lain. Hal ini pun kemudian memiliki banyak efek dan manfaat yang beragam khususnya bagi pelaku UMKM.

- b. Mempertemukan Orang dengan Ketertarikan yang Sama, Ketika Anda memilih untuk berpartisipasi dalam sebuah komunitas di media sosial dapat memilih mana komunitas yang sesuai dan diinginkan.
- c. Berbagi Informasi Secara Real-Time, banyak media sosial yang dilengkapi dengan fitur untuk melakukan chat sehingga antara Anda dan orang lain bisa berkomunikasi dan bertukar informasi secara real-time. Mungkin ini merupakan fungsi awal media sosial pertama kali diciptakan, untuk berkomunikasi dan dapat membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produk. Banyak pihak yang diuntungkan dengan fitur ini seperti pelaku UMKM.
- d. Dapat menjangkau Target Pasar, media akan sangat membantu Anda untuk mencapai jutaan orang kapan pun pelaku UMKM memasarkan. Dengan media sosial memungkinkan untuk menyebarkan konten produk atau jasa ke para target UMKM. Setiap platform media sosial menawarkan berbagai tools atau fitur yang memungkinkan bagi sebuah bisnis untuk menyampaikan konten tertentu pada target mereka.
- e. Peningkatan Sirkulasi Informasi, Tidak diragukan lagi, media sosial telah merevolusi kecepatan sirkulasi informasi atau berita. Banyak pelaku bisnis yang bergantung pada media sosial untuk mengumpulkan dan membagikan informasi.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Penyuluhan di Kelurahan Bukit Baru

Deskripsi Kegiatan	Keterangan
Tujuan	Memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat di lingkungan Kelurahan Bukitbaru dalam pengabdian masyarakat melalui penyuluhan
Bentuk Kegiatan	Melakukan pengabdian masyarakat melalui penyuluhan bidang Ekonomi. Bidang Ekonomi Tentang Pemanfaatan Media Sosial sebagai wadah untuk mengembangkan usaha mikro kecil menengah dalam meningkatkan Ekonomi Masyarakat
Tempat Kegiatan	Kantor Kelurahan Bukitbaru
Waktu Pelaksanaan	1 Maret 2024
Sasaran	Masyarakat dan ukm dilingkungan Kelurahan Bukitbaru
Peran Mahasiswa	Dalam kegiatan pengabdian/penyuluhan ini mahasiswa berperan sebagai penyelenggara. Selama proses kegiatan berlangsung, mahasiswa berperan sebagai narasumber dan Mc.

Peran Masyarakat	Dalam kegiatan penyuluhan ini, masyarakat khususnya sebagai peserta serta membantu dalam penyebaran informasi kepada masyarakat lainnya yang tidak hadir.
Kendala	-
Solusi	-
Hasil	Masyarakat memperoleh ilmu pengetahuan ekonomi
Jumlah Jam	2 Jam

KESIMPULAN

Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata, program dan agenda kegiatan yang mahasiswa Kuliah Kerja Nyata rencanakan terlaksana dengan baik berkat dukungan masyarakat, pihak pemerintah kelurahan. Adapun kesimpulan yang dapat mahasiswa ambil dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu :

1. Semua program dapat terlaksana dengan baik dan lancar.
2. Sisi positif bagi mahasiswa adalah meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sekitar baik di masyarakat dan memperluas cakrawala pemikiran serta dapat melatih keaktifan mahasiswa dalam hidup bermasyarakat.
3. Sisi positif bagi masyarakat adalah meningkatkan semangat kerja keras, keinginan untuk maju, sikap mental positif, pola pikir kritis yang pada akhirnya mampu mengembangkan pembangunan diri dan lingkungan.

Dengan adanya antusias yang baik dari masyarakat, membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dalam belajar bersosialisasi dengan warga masyarakat. Belajar bersikap dan beradaptasi dengan orang lain sesuai dengan norma - norma yang berlaku. Di samping itu, peran serta masyarakat juga mendukung dalam kelancaran program-program kegiatan pengabdian ini..

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas maka disarankan beberapa hal yaitu :

1. Untuk rekan-rekan mahasiswa yang akan menjalani program yang sama ke depan, agar diharapkan lebih kreatif, inovatif dan juga profesional terhadap apapun itu yang akan dihadapi di lokasi. Karena yang perlu diingat bahwa, kehadiran kita ditengah-tengah masyarakat yaitu tak lain dan tak bukan untuk memberdayakan masyarakat, bukan memperdaya masyarakat.
2. Menjadikan segala hal yang dilakukan selama kegiatan pengabdian ini sebagai bekal dalam pembelajaran hidup bermasyarakat, dan dapat mengimplementasikan keterampilannya ke dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, Arif. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemas Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. Skripsi, (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2018).
- Helmalia dan Afrinawati. (2018). “Pengaruh ECommerce Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3 No.2.
- Munajat, Enjat dkk. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2 no 10 (Oktober, 2018): 896-899.
- Purnamasari, Yuni dkk. (2015). “Analisis peluang E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro dan Menengah Produk Batik” (*Studi Kasus pada Usaha Batik di Semarang*). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol.4 No.4.
- Situmorang, Anggun P. (2020). “Sri Mulyani: Corona Beri 3 Dampak Besar Ekonomi Indonesia”.
- Wahyuni, Arum Purbohastuti. (2017). “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”. *Jurnal Tirtayasa EKONOMIKA*, 12, no. 2 (Oktober 2017): 212 -231.
- Winarti, cici. (2021). “Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk”.
- Panitia Pelaksana KKN. (2024). *Pedoman KKN Tematik Pemagangan*. Palembang : Universitas Palembang

Sumber Internet :

- <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/Undang-Undang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf>
- <https://www.coursehero.com/file/69361540/Arif-Ardiyantopdf/>,
- <http://dx.doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>.
- <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20445>
- <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9226>
- <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4292763/sri-mulyani-corona-beri-3-dampak-besar-ke-ekonomi-indonesia,diakses>
- <https://jurnal.untirta.ac.id>
- <http://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/19.pdf>,