

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK BISNIS* SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING

¹N. Neni Triana, ²Muhamad Sayuti, ³ Annisa Indah Pratiwi, ⁴ Akda Zahrotul Wathoni
⁵ Muhamad Dede Yusuf

^{2,3,4,5} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer,
Universitas Buana Perjuangan Karawang

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang,
Email: neni.triana@ubpkarawang.ac.id; muhamad.sayuti@ubpkarawang.ac.id;
annisa.indah@ubpkarawang.ac.id; akda.zw@ubpkarawang.ac.id;
deyusuf15@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial saat ini merupakan sarana informasi bagi sebagian besar orang di dunia termasuk Indonesia, data pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2021 menurut We are social mencapai 170 ribu orang dengan rata-rata penggunaan waktu untuk media sosial selama 2 jam 25 menit. Hal ini menjadi latar belakang bahwa media sosial dapat dijadikan media dalam promosi dan pemasaran. Pandemi Covid-19 selain memberikan dampak negative terhadap penurunan penjualan UMKM tetapi juga membuka wawasan baru betapa pentingnya memanfaatkan media sosial dengan teknologi yang ada saat ini. Permasalahan yang terjadi adalah terdapat banyak UMKM yang belum bisa memanfaatkan media sosial seperti facebook, Instagram dan twitter. Hal inilah yang mendasari pengabdian kepada masyarakat yaitu untuk membuat pelatihan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial Facebook bisnis sehingga UMKM dapat memasarkan produknya lewat media sosial. Tutorial penggunaan facebook bisnis menjadi alat agar para pelaku UMKM dapat mempraktikannya dengan mudah.

Kata kunci: digital marketing, facebook bisnis, UMKM

Abstract

Social media is currently a means of information for most people in the world, including Indonesia, data on social media users in Indonesia in January 2021 according to We are social reached 170 thousand people with an average use of time for social media for 2 hours 25 minutes. This is the background that social media can be used as a medium in promotion and marketing. The Covid-19 pandemic, in addition to harming the decline in sales of SMEs, also opens new insights on how important it is to utilize social media with current technology. The problem that occurs is that there are many SME's that have not been able to take advantage of social media such as Facebook, Instagram, and Twitter. This is what underlies community service, namely to make training on how to use business Facebook social media so that SMEs can market their products through social media. Tutorial on using Facebook for business is a tool so that SME's actors can practice it easily.

Keywords: digital marketing, facebook bisnis, SME's

PENDAHULUAN

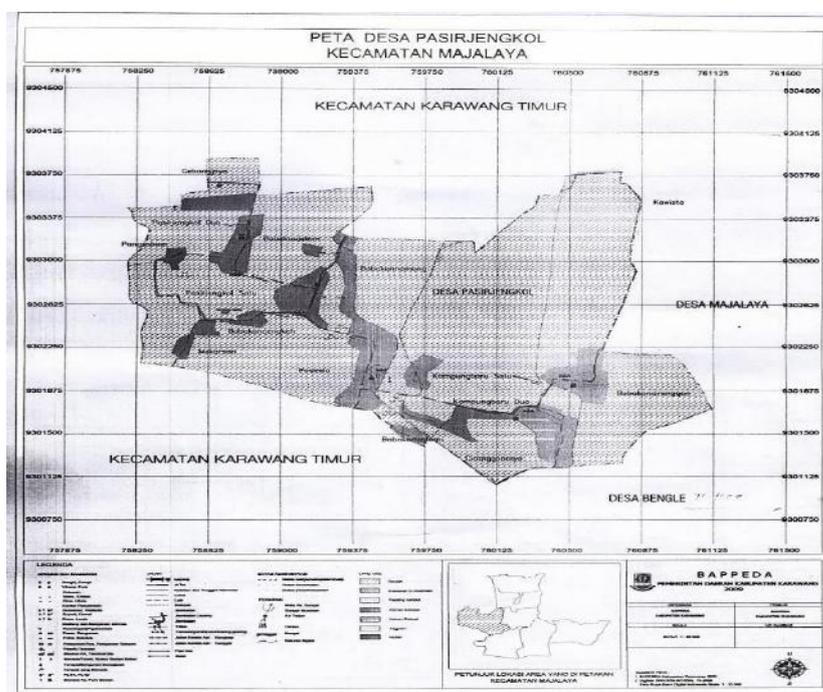
Analisis Situasi

Desa Pasirjengkol Terletak antara $6^{\circ}18'16.42''$ S Lintang Selatan dan $107^{\circ}20'47.21''$ T Bujur Timur , dengan luas wilayah 343.734 hektar yang terdiri dari daratan dan areal Pesawahan. Secara topografi Desa Pasirjengkol termasuk dalam kategori dataran rendah pantai utara Pulau Jawa dengan ketinggian 1,5 M di atas permukaan laut. Desa Pasirjengkol terdiri dari 5 Dusun, 10 RW dan 24 RT. Dengan batas-batas wilayah administratif sebagai berikut :

Tabel 1. Batas Wilayah Desa Pasir Jengkol

Batas Desa	Batas Kecamatan
Sebelah Utara	: Kelurahan Plawad (Kecamatan Karawang Timur)
Sebelah Selatan	: Desa Margasari (Kecamatan Karawang Timur)
Sebelah Barat	: Kelurahan Palumbonsari (Kecamatan Karawang Timur)
Sebelah Timur	: Desa Bengle dan Desa Majalaya (Kecamatan Majalaya)
Sebelah Utara	: Kelurahan Plawad (Kecamatan Karawang Timur)
Sebelah Selatan	: Desa Margasari (Kecamatan Karawang Timur)
Sebelah Barat	: Kelurahan Palumbonsari (Kecamatan Karawang Timur)
Sebelah Timur	: Desa Bengle dan Desa Majalaya (Kecamatan Majalaya)

Sumber; Desa Pasir Jengkol



Sumber: Desa Pasir Jengkol

Gambar 1. Peta Desa Pasir Jengkol

Jarak dari Desa Pasirjengkol ke ibu kota Kecamatan Majalaya 3,5 Km, jarak ke ibu kota Kabupaten Karawang 3,3 Km, jarak ke ibu kota Provinsi di Bandung 188,6 Km dan jarak ke ibu kota Negara di Jakarta 250 Km.

Potensi Desa

Potensi desa Pasirjengkol yaitu pada sektor pertanian, peternakan ikan, dan kerajinan anyaman (*furniture*). Pada sektor pertanian dan peternakan ikan di kelola oleh Bapak Marga di bawah pengawasan Bapak Nandar, sedangkan untuk kerajinan kursi di kelola oleh Bapak Dadang. Mata pencaharian penduduk adalah dari sektor pertanian. Lahan pertanian dan perkebunan banyak ditanami dengan padi, kacang panjang, serta sayur-sayuran yang lainnya. Perkebunan dan kerajinan yang di kelola dengan baik dapat menghasilkan potensi di desa Pasirjengkol, serta dapat menjadi peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan meningkatkan perekonomian di desa Pasirjengkol.

Tabel 2. Luas Wilayah Penggunaan

Deskripsi	Luas Tanah (Ha)
Luas tanah sawah	126,00 Ha
Luas tanah kering	143,00 Ha
Luas tanah basah	0,00 Ha
Luas tanah perkebunan	0,00 Ha
Luas fasilitas umum	7.500,00 Ha
Luas tanah hutan	0,00 Ha
Total luas	7.769,00 Ha

Sumber: Desa Pasir Jengkol

Tabel 3. Kepemilikan Lahan Pertanian

1. Pemilikan Lahan Pertanian Tanaman Pangan	
Jumlah keluarga memiliki tanah pertanian	1.153 keluarga
Tidak memiliki	0 keluarga
Memiliki kurang 10 ha	1.153 keluarga
Memiliki 10 – 50 ha	0 keluarga
Memiliki 50 – 100 ha	0 keluarga
Memiliki lebih dari 100 ha	0 keluarga
Jumlah total keluarga petani	1.153 keluarga
2. Luas tanaman pangan menurut komoditas pada tahun ini	
299,00 Ha	0,00 Ton/ha

Sumber: Desa Pasir Jengkol

Produk Unggulan Daerah / Kecamatan

Data jumlah UMKM yang ada di Desa Pasirjengkol sebanyak 133 UMKM industri kecil, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa. Produk Unggulan yang dapat dikembangkan dari 133 UMKM diantaranya sebagai berikut::

Tabel 4. Produk Unggulan Kec Deasa Pasir Jengkol

No	UMKM	Bidang
1	Kerajinan Anyaman (Furniture)	Industri Rumah Tangga
2	Kacang Panjang (Perkebunan)	Perdagangan

Sumber: Desa Pasir Jengkol, di olah

Kedua potensi ini dapat dikembangkan , karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Pasir Jengkol, Kecamatan Majalaya. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang UU No 20 Tahun 2008. Pengembangan SDM Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dilakukan dengan cara:

- a. Memasyarakatkan dan memberdayakan kewirausahaan;
- b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
- c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kteativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.

Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi Desa Pasir Jengkol terbilang cukup baik. Hal itu dikarenakan mayoritasarganya pada tabel 3, data Jumlah keluarga memiliki tanah pertanian mencapai 100%. Artinya setiap keluarga memiliki lahan yang dapat dijadikan sebagai modal untuk menghasilkan uang dan memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Menurut Hendriadi A.A.etc, belum optimalnya pengaplikasian *digital marketing* yang dilakukan memotivasi usulan pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam hal mengedukasi UMKM di Karawang terkait pengoptimalan digital marketing.

Aspek Sosial Budaya,

Merujuk pada definisi *welfare* dari Howard Jones dalam Suharto (2009, h. 8), tujuan utama pembangunan kesejahteraan sosial adalah penanggulangan kemiskinan dalam berbagai manifestasinya. “*The achievement of social welfare means, first and foremost, the alleviation of poverty in its many manifestations*”. Makna kemiskinan dalam berbagai manifestasinya” menekankan bahwa masalah kemiskinan di sini tidak hanya merujuk pada “kemiskinan fisik”, seperti rendahnya pendapatan (income poverty) atau rumah tidak layak huni, melainkan pula mencakup berbagai bentuk masalah sosial lain yang terkait dengannya, seperti anak jalanan, pekerja anak, perdagangan manusia, pelacuran, pekerja migran, termasuk di dalamnya menyangkut masalah kebodohan, keterbelakangan, serta kapasitas dan efektivitas lembaga-lembaga pelayanan sosial pemerintah dan swasta (LSM, Orsos, institusi lokal) yang terlibat dalam penanggulangan kemiskinan. Hal ini menandakan aspek sosial budaya dari pemerintah dan swasta sangat penting dalam penanggulangan kemiskinan, salah satunya dengan memberikan perhatian khusus pada UMKM yang ada di Desa Pasir Jengkol.

Aspek Kesehatan,

Sarana kesehatan yang terdapat di Desa Pasir Jengkol terpusat di Puskesmas Majalaya. Adapun Rumah Sakit terdekat dengan Desa Pasir Jengkol adalah RS. Lira Medika dengan jarak 4.8 Km dan dapat ditempuh dalam waktu 13 menit. Hal ini memudahkan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.

METODE

Program Kegiatan

Program kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi menggunakan tutorial video kepada UMKM tentang bagaimana menggunakan media sosial facebook bisnis untuk media promosi dan pemasaran produk.

Analisis Kebutuhan Program

Program Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi adalah sejalan dengan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pemerintah yaitu turut berfokus dalam mendorong peningkatan daya tahan UMKM. Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan PerPres No 12/2021 Tentang Perubahan atas PerPres No 16/2018 Tentang

Barang/ Jasa Pemerintah, dimana UMKM dan Koperasi bisa ikut pengadaan Pemerintah hingga 15 Miliar. Kabupaten Karawang menyikapi Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dengan mengeluarkan Surat Edaran Bupati No 500/ 3512/Dinkop, tentang Himbauan Penggunaan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Karawang.

Adapun Strategi UMKM Bangkit dan bertahan dengan cara:

- 1) Para Pelaku UMKM harus kreatif dari segi produk yang dijual dan strategi pemasarannya
- 2) Pemasaran Produk harus dilakukan dengan memanfaatkan ekosistem digital yaitu dijual secara *online*
- 3) Menciptakan produk yang kreatif
- 4) Memanfaatkan stimulus pembiayaan dari pemerintah untuk penambahan modal biaya
- 5) Apabila usaha yang dimiliki tidak bisa berjalan, para pelaku UMKM bisa menjadi Reseller dari pelaku UMKM lainnya

Model Pendekatan

Menurut Hapsoro, B. B (2019) Peran Teknologi mendorong UMKM harus mampu berbenah dan melakukan inovasi, untuk tidak hanya sekedar bertahan, tetapi juga mampu menikmati keuntungan finansial dari perubahan teknologi yang terjadi saat ini. Pendekatan yang dilakukan dengan pelatihan pembuatan akun facebook bisnis dan cara penggunaannya sebagai media promosi dan pemasaran.

Permasalahan

Permasalahan yang di hadapi UMKM Binaan diantara-nya:

a) Perkebunan Kacang Panjang

Perkebunan kacang Panjang mengalami penurunan omset sejak terjadinya Pandemi Covid-19. Sejak pandemi, produksi dan penjualan Kacang panjang menurun. Hal ini berpengaruh pada pendapatan para petani. Meskipun penjualan menurun, tidak ada upaya dari pemilik usaha untuk melakukan promosi terhadap produk yang dijualnya. Media sosial sebagai tempat promosi bertujuan untuk mengenalkan produk pada konsumen dengan jangkauan yang lebih luas. Promosi tersebut diharapkan dapat menambah jumlah konsumen yang mengetahui keberadaan usaha Kacang panjang dan menarik minat konsumen untuk membeli kacang panjang secara *online*.

b) Anyaman kerajinan tangan.

Permasalahan yang di hadapi UMKM ini adalah tidak memiliki modal sendiri dan kurangnya pemasaran, dan tidak mendapatkan modal untuk mengembangkan produktivitas dari usahanya sehingga tidak adanya barang jadi (sampel) untuk dipasarkan serta kurangnya daya beli masyarakat.

Kerajinan anyaman ini hanya dijual di rumah dan dibeli oleh penyuplai anyaman tersebut, selain itu usaha ini juga belum terlalu dikenal oleh masyarakat sekitar. Padahal keberadaan usaha anyaman ini sudah cukup lama.

Peserta yang terlibat

Peserta pelatihan adalah masyarakat dalam hal ini UMKM Kerajinan anyaman dan perkebunan kacang Panjang. Kedua UMKM ini dipilih untuk pengembangan pemasarannya dikarekan berpotensi untuk menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar Desa Pasir Jengkol, Kecamatan Majalaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah pembuatan tutorial penggunaan *Facebook* bisnis yang digunakan sebagai alat untuk promosi dan pemasaran secara *online* serta kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen kewirausahaan dengan menggunakan aplikasi Facebook bisnis.

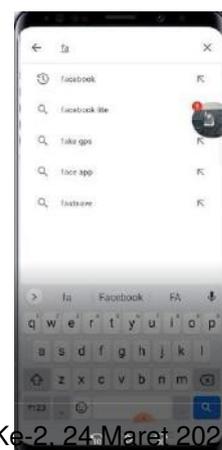
Pelaksanaan Kegiatan Instalasi Aplikasi Facebook Bisnis:

Kegiatan awal dilakukan adalah dengan membuat tutorial Facebook bisnis. Tujuannya adalah agar UMKM dapat belajar membuat promosi dan pemasaran melalui akun facebook bisnis sehingga UMKM kerajinan anyaman rotan sintetis dapat ditemukan di Google Pencarian dan Maps. Selain itu pemilik dapat berinteraksi dengan calon atau pelanggan menggunakan fitur ulasan. Aplikasi ini dapat dioperasikan melalui *gadget* atau *smartphone* pemilik sehingga mempermudah pemilik usaha dalam mengupdate informasi maupun berinteraksi dengan pelanggan.

Berikut tampilan tutorial pembuatan akun *facebook* bisnis:

1. Install Akun Facebook jika belum ada

Langkah pertama cara membuat *Facebook* adalah Klik pada *Playstore* dan cari Facebook, Install dan Isi Akunnya.



2. Cari Komunitas untuk Bergabung

Misal produk yang kita jual adalah makanan, maka kita cari forum jual beli makanan di Karawang, atau forum jual beli *furniture*.



3. Tentukan Kategori Bisnis

Pilih produk apa yang di jual, apakah barang, kendaraan atau sewa rumah sewa rumah, **Klik**.



4. Tambahkan Foto yang ingin ditampilkan

Klik (+) dan Cari beberapa foto yang akan di jadikan tampilan, misalnya gambar produk *furniture*.



5. Isi judul dan Deskripsi Lainnya.

Isi nama produk, harga, alamat, kategori *furniture*



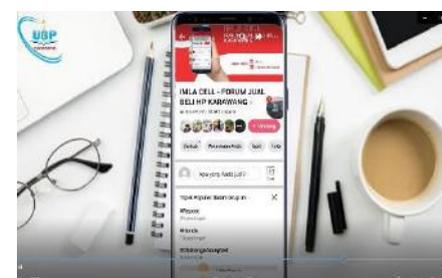
6. Bergabung dengan MarketPlace

Klik selanjutnya, kemudian **Klik Marketplace**, Pilih dan **Klik** grup mana yang akan anda share untuk Produk yang ditawarkan, maximal 20 grup, kemudian **Klik** Terbitkan.



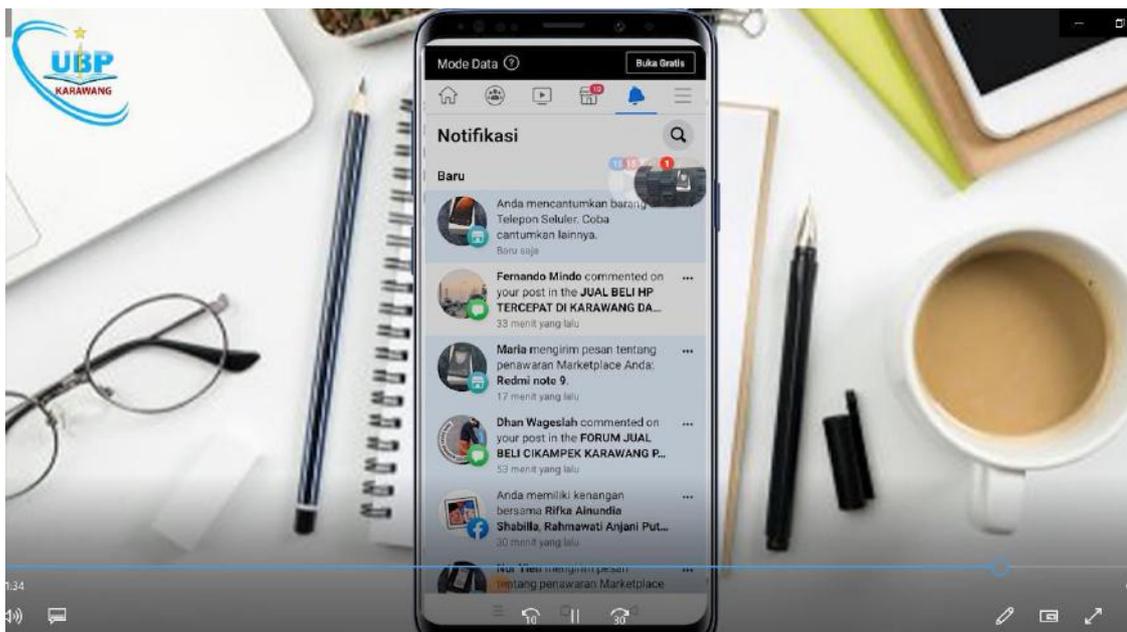
7. Tampilannya Facebook Bisnis,

Tampilannya akan seperti gambar di bawah,



8. Kelola Notifikasi

Jika ada messenger seperti tampilan di bawah, **Klik**, kemudian arahkan ke *WhatsApp*, sehingga pembeli bisa berinteraksi dengan kita.



Gambar 2. Contoh Tampilan Notifikasi di FB Bisnis

Solusi

Pelatihan Penggunaan Aplikasi

Setelah aplikasi *Facebook Business* terinstal, kegiatan selanjutnya adalah melakukan pelatihan kepada UMKM agar memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi *Facebook Business* sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk secara *online*. Pengelolaan FB Bisnis ini dengan cara selalu meng-update produk-produk yang akan di jual, sehingga pengguna media sosial akan terus mendapatkan informasi secara *real time*.

Kegiatan akhir dari Pengabdian kepada Masyarakat di UMKM kerajinan anyaman dan perkebunan kacang Panjang adalah melakukan evaluasi untuk melihat efektifitas kegiatan yang dilakukan. Kegiatan ini juga menghasilkan promosi terhadap dua produk UMKM di Desa Pasir Jengkol yaitu penjualan online shop di Shopee dan web blog, (gambar 3 dan 4) dan dapat di akses melalui <https://bakulanyamanpakdadang.blogspot.com/2021/07/bakul-anyaman-bapak-dadang-desa.html?m=1>.



Gambar 3. Penjualan *online shop* di *shoope*



Gambar 4. Penjualan secara *online* di web blog

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Desa Pasir Jengkol merupakan desa yang berada di kecamatan Majalaya, Kabupaten Karawang dengan luas desa 7.769,00 Ha dan jumlah penduduk sebanyak 1.153 Kepala Keluarga. Dilihat dari aspek ekonomi, sosial budaya, pendidikan dan kesehatan Desa Pasir Jengkol terbilang cukup lengkap, meskipun tidak banyak.

Potensi yang cukup besar di bidang pertanian dapat dikembangkan lagi melalui kemitraan baik dengan Perguruan Tinggi maupun Dinas pertanian sehingga potensi-potensi ini dapat lebih dikembangkan. Permasalahan pada UMKM sebaiknya di berikan perhatian lebih

sehingga dapat dijadikan lapangan kerja untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa. Hasil pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran harus berkelanjutan agar hasilnya dapat maksimal.

Saran

Adanya kerjasama antara instansi desa, masyarakat dan perguruan tinggi semoga kedepannya lebih baik lagi terutama dalam hal pemberian akses menuju informasi terkait desa agar semua pihak baik itu desa maupun mahasiswa bisa saling membantu dan tercipta proses symbiosis mutualisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset penjualan bagi klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 117-120.
- Suharto, Edi. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. (Bandung: PT Refika Aditama).
- Surat Edaran Bupati No 500/ 3512/Dinkop, tentang Himbuan Penggunaan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Karawang.
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- PerPres No.7 tahun 2021, tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- PerPres No 12/2021 Tentang Perubahan atas PerPres No 16/2018 Tentang Barang/ Jasa Pemerintah, dimana UMKM