

## **Pelatihan Dan Pendampingan Penggunaan Media Sosial Guna Meningkatkan Branding Produk UMKM Di Desa Ciwaru**

**Dyah Puteria Wati<sup>1</sup>, Siti Maesyaroh<sup>2</sup>, Sherly Gina Supratman<sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup> Universitas Kuningan Jawa Barat, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Dyah Puteria Wati

**E-mail:** [dyah.puteria@uniku.ac.id](mailto:dyah.puteria@uniku.ac.id)

### **Abstrak**

*Kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Ciwaru terhadap usaha mikro (UMKM). Masalah yang ada saat ini kurang maksimalnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk UMKM sehingga produk UMKM tidak banyak dikenal oleh banyak orang. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan pemilik usaha dalam berjualan melalui media jejaring sosial sehingga dapat meningkatkan branding produk UMKM tersebut. Pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan pendampingan meliputi pembuatan dan pelatihan penggunaan media sosial dalam penjualan produk serta pemantauan dan evaluasi. Hasil yang diperoleh setelah pendampingan menunjukkan peningkatan akses konsumen kepada usaha mikro binaan yang diindikasikan dengan meningkatnya pesanan dan omset usaha mikro binaan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha mikro lainnya dan menjadi solusi dari masalah UMKM yang ada.*

**Kata kunci** - UMKM, Media Sosial, Branding, Produk

### **Abstract**

*This activity is a community service carried out in Ciwaru Village towards micro businesses (UMKM). The current problem is the lack of optimal use of social media in promoting UMKM products so that UMKM products are not widely known by many people. The aim of this community service is to increase the entrepreneurial knowledge and skills of business owners in selling through social networking media so that they can increase the branding of the UMKM products. This service is carried out through mentoring activities including creating and training on the use of social media in product sales as well as monitoring and evaluation. The results obtained after mentoring show an increase in consumer access to the assisted micro businesses as indicated by an increase in orders and turnover of the assisted micro businesses. It is hoped that this activity can be an example for other micro business actors and become a solution to existing UMKM problems.*

**Keywords** - UMKM, Social Media, Branding, Products

## PENDAHULUAN

UMKM dinilai sebagai sektor yang paling rentan terhadap krisis ekonomi karena COVID-19 karena jenis usaha ini sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan [1], Kemajuan teknologi saat ini mendorong manusia untuk melakukan kegiatan yang lebih cepat dan mudah. Kemajuan tersebut tampak pada bidang telekomunikasi. Adanya kemajuan telekomunikasi ini membuat hubungan antar manusia dalam hal komunikasi menjadi tanpa batas dan tanpa hambatan terutama adalah jarak. Internet merupakan kemajuan salah satu dalam bidang teknologi komunikasi yang tumbuh begitu pesatnya. Internet memberikan manfaat kemudahan dalam komunikasi dan memiliki kepentingan tertentu. Adanya revolusi teknologi informasi (TI) dan komunikasi selalu berubah-ubah dari hari ke hari, hal ini juga merubah cara orang melakukan bisnis saat [2]. Dimana era digital mampu menjadi poin krusial untuk seluruh aktivitas manusia yang dapat mendukung aktivitas usaha. Para pelaku usaha mikro yang terhalang dengan kendala dengan minimnya pengetahuan digital marketing dan electronic commerce mengharuskan masyarakat untuk melek terhadap teknologi sehingga menuntut para pelaku usaha mikro dalam mengikuti kegiatan pelatihan untuk dapat memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai media dalam menjalankan usahanya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka bagaimana agar kegiatan usaha khususnya UMKM di Desa Ciwaru agar tetap menghasilkan nilai ekonomi.

Adapun pendekatan masalah yang dilakukan pada pengabdian ini adalah:

1. Melakukan kegiatan pengenalan aplikasi Facebook, Whatsapp, dan Instagram sebagai media pendukung dalam melakukan pekerjaan sehingga dapat menambah wawasan peserta kegiatan.
2. Melakukan pelatihan penggunaan salah satu aplikasi Facebook, Whatsapp, dan Instagram sehingga peserta kegiatan dapat lebih memahami penggunaan aplikasi.
3. Melakukan pendampingan pelatihan pembuatan surat menyurat dan sebagainya menggunakan Facebook, Whatsapp, dan Instagram sehingga dapat meningkatkan branding produk UMKM di Desa Ciwaru.

Kegiatan ini merupakan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Ciwaru terhadap usaha mikro (UMKM). Masalah yang ada saat ini kurang maksimalnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk UMKM sehingga produk UMKM tidak banyak dikenal oleh banyak orang. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan pemilik usaha dalam berjualan melalui media jejaring sosial sehingga dapat meningkatkan branding produk UMKM tersebut. Pengabdian ini dilakukan melalui kegiatan pendampingan meliputi pembuatan dan pelatihan penggunaan media sosial dalam penjualan produk serta pemantauan dan evaluasi.

Adapun tahapan solusi dari permasalahan adalah :

1. Melakukan survey dan pengumpulan data awal untuk mengetahui situasi dan permasalahan yang terdapat pada pengelola UMKM Ciwaru melalui metode pengumpulan data (wawancara, observasi dan studi Pustaka)
2. Tahap Persiapan  
Pada tahap ini dilakukan persiapan materi presentasi yang didalamnya terdapat materi pelatihan penggunaan aplikasi *Facebook, Whatsapp, dan Instagram* untuk memudahkan dalam pelatihan dan pendampingan pada Mitra. Melakukan koordinasi dengan mitra untuk kesiapan peserta dan prasarana kegiatan agar berjalan lancar.
3. Tahap Pelaksanaan  
Pada tahap ini, dilakukan pelatihan, adapun materi pelatihan berupa :
  - a) Pengenalan Aplikasi *Facebook, Whatsapp, dan Instagram* . Dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2024.
  - b) Pelatihan Penggunaan Aplikasi *Facebook, Whatsapp, dan Instagram* . Dilaksanakan pada tanggal 8 Juni 2024.
  - c) Pendampingan Penerapan Aplikasi *Facebook, Whatsapp, dan Instagram* . Dilaksanakan

pada tanggal 9 Juni 2024.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi  
Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan, peserta akan dilakukan monitoring secara berkelanjutan guna memastikan hasil dari kegiatan benar-benar diterapkan secara optimal oleh peserta di sekolahnya masing-masing serta sebagai referensi untuk dikembangkan pada pengabdian selanjutnya.
5. Tahap Pelaporan  
Pada tahap ini Tim Kegiatan PKM membuat laporan mengenai kegiatan PKM yang telah dilaksanakan untuk dilaporkan kepada Program Studi Sistem Informasi dan LPPM Universitas Kuningan.

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan pelatihan pembuatan dan pendampingan penggunaan Facebook, Whatsapp, dan Instagram di Desa Ciwaru. Langkah pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut.

1. Survei Mitra  
Survei mitra bertujuan untuk menganalisis situasi dan keadaan mitra yang direncanakan sebagai objek sasaran. Hasil dari survey mitra akan memberikan gambaran persoalan yang dihadapi oleh mitra.
2. Koordinasi pengelola UMKM Ciwaru  
Tujuan dari berkoordinasi adalah untuk menentukan justifikasi pengusul bersama mitra dalam menentukan persoalan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan selama pelaksanaan program PKM. Selanjutnya pengusul memberikan penjelasan kebermanfaatannya dari pelaksanaan pelatihan pembuatan dan pendampingan penggunaan media sosial.
3. Sosialisasi Program  
Sosialisasi program bertujuan untuk memberi informasi tentang rencana serangkaian pelaksanaan program. Sosialisasi disampaikan kepada pengelola UMKM Ciwaru.
1. Pelaksanaan Program  
Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat adalah berupa pelatihan penggunaan Facebook, Whatsapp, dan Instagram di Desa Ciwaru, unjuk kerja kemampuan perangkat kerja dalam mengelola media sosial, monitoring dan pendampingan perkembangan penerapan penggunaan Facebook, Whatsapp, dan Instagram di Desa Ciwaru sehingga meningkatkan branding produk
2. Evaluasi Kegiatan  
Mengevaluasi perkembangan pelaksanaan penggunaan Media sosial di dan memberikan masukan-masukan dari keterbatasan pelaksanaan program ini demi perbaikan kedepannya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan PkM di Desa Ciwaru Kabupaten Kuningan telah dilaksanakan dengan lancar sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Pelatihan dengan mengambil tema "Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Untuk Meningkatkan Branding UMKM". Pada sesi pertama, para peserta diberikan materi tentang Pengenalan media sosial. Materi disajikan dalam bentuk slide presentasi dan simulasi langsung. Setelah menerima materi sesi I kemudian diadakan sesi tanya jawab. Para peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan langsung kepada pemateri apabila ada hal-hal yang kurang dimengerti.

Pada sesi kedua dan ketiga, para peserta pelatihan diberikan materi yang langsung diterapkan dalam kegiatan praktek oleh peserta pada media sosial masing-masing. Pelatihan/praktek pada sesi kedua ini lebih menitik beratkan pada kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi Media sosial.

Para peserta pelatihan dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Pelatihan dibantu oleh mahasiswa Dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan. Metode tanya jawab dan praktikum menjadi metode yang menarik dalam sesi kegiatan pengabdian ini, dikarenakan banyak aparatur desa yang kesulitan menggunakan Media sosial :

1. Bagi Peserta Kegiatan
  - a. Menambah wawasan mengenai pemanfaatan Media sosial dalam meningkatkan branding UMKM
  - b. Dapat menggunakan aplikasi Media sosial dan dapat diakses dimana saja.
  - c. Memudahkan peserta dalam mempromosikan produk UMKM dalam meningkatkan branding menggunakan Media sosial.
2. Bagi Perguruan Tinggi
  - a. Terjalannya kerjasama dan hubungan baik antara mitra dengan perguruan tinggi.
  - b. Mewujudkan salah satu tujuan perguruan tinggi yaitu untuk peningkatan pendidikan berkualitas di desa (SDGs 4) dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tepat guna serta dapat diterapkan secara optimal.



**Gambar 1.**  
Dokumentasi Kegiatan

Adapun dampak sosial yang secara langsung maupun tidak langsung yang dirasakan oleh masyarakat adalah :

1. Meningkatkan wawasan bagi masyarakat akan pemanfaatan Teknologi Infomasi

2. Meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengembangkan hardskill dan softskill dalam penggunaan teknologi informasi.

## **KESIMPULAN**

Hasil dari monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh tim kegiatan PkM akan digali lebih dalam sebagai referensi untuk pengembangan kegiatan selanjutnya dengan Mitra sehingga pemanfaatan media sosial benar-benar dapat diterapkan secara optimal khususnya pada UMKM di Desa Ciwaru sehingga kedepannya tidak hanya meningkatkan branding namun dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Nur, N., & Wijayanti, L. L. (2021, February). Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1).
- Pakpahan AK. 2020. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. 10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64
- Rozaq, A., Kurniawati, I. D., Yunitasari, Y., & STT, L. S. (2023). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Tiktok. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 88-95.
- Ryan D, Page CJK. 2009. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice* volume 10, pages384– 387. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2009.7>
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3).