

EDUKASI *CONTENT* MARKETING DAN SOSIAL MEDIA KEPADA UMKM BINAAN JAKPRENUEER

Debora Molina Dyanti^{*1}, M. Rachman Mulyandi^{*2}

Matana University

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, dan Ilmu Sosial

Matana University

*e-mail: debora.molina@matanauniversity.ac.id¹,

rachman.mulyandi@matanauniversity.ac.id²

DOI: <https://doi.org/10.58705/jam.v2i3.187>

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi UMKM binaan yang berada di Jakarta dan sekitarnya dalam bidang pemasaran digital khususnya dalam membuat content marketing dan menggunakan social media. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara melakukan edukasi secara online tentang bagaimana UMKM dapat membuat content marketing yang lebih baik dan menggunakan social media untuk promosi dalam mengembangkan bisnis dan penjualan dari UMKM tersebut. Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah berupa materi pelatihan yang dapat dijadikan bahan ajar untuk mahasiswa dan tenaga pemasar atau pemilik bisnis UMKM. Selanjutnya kegiatan pengabdian masyarakat ini akan diajukan untuk dipublikasikan pada Jurnal Abdimas PBN Surabaya.

Kata Kunci : Edukasi, Content Marketing, Sosial Media, Pengabdian Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu unsur kegiatan yang ada di Universitas Matana yang diadakan secara rutin setiap semesternya. Kegiatan ini dilakukan berdasarkan koordinasi antara Universitas Matana, Program Studi dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Program studi Manajemen Universitas Matana terkait dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan kegiatan pelatihan baik secara daring ataupun luring yang membahas tentang topik-topik yang terkini sesuai dengan kompetensi yang ada pada Program Studi Manajemen Universitas Matana yaitu kompetensi pemasaran digital dan kompetensi bisnis digital.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam era sekarang ini. Manfaat dari kemajuan teknologi sangat dirasakan bagi para penggunanya di berbagai bidang dan aspek. Dalam dunia bisnis salah satunya, kemajuan teknologi juga memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan usaha atau bisnis di segala sektor, baik usaha mikro, kecil, menengah bahkan skala besar sekalipun.

Dalam era digital saat ini, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) akan membutuhkan kemajuan teknologi agar dapat tumbuh dan berkembang di tengah persaingan industri. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat lebih mudah memasarkan produk dan jasa hingga ke pelosok bahkan ke luar negeri.

Namun, pelaku UMKM menemui kesulitan dalam menggunakan teknologi informasi karena pelaku UMKM tidak memiliki staf khusus yang dapat membantu memberikan solusi dalam memilih teknologi informasi. Selain itu, pelaku UMKM juga belum memiliki informasi yang cukup dan panduan yang jelas dalam memilih teknologi informasi mana yang tepat dan sesuai dengan jenis usaha dan kebutuhan mereka.

Penggunaan teknologi informasi makin dirasa perlu dalam masa sekarang, di pandemi covid 19 ini. Walaupun pandemi sudah mulai mereda (covid19.go.id, 2022) tetapi masih ada keterbatasan dalam melakukan beberapa kegiatan. Dengan kondisi seperti ini, pelaku UMKM mau tidak mau harus siap dan melek teknologi serta harus memikirkan strategi dalam bidang pemasaran dan penjualan agar dapat bertahan dalam industri.

Pemasaran secara digital adalah salah satu manfaat dari perkembangan teknologi informasi yang dapat membantu pelaku UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan pemasaran digital, pelaku UMKM dapat melakukan komunikasi dan transaksi melalui internet di setiap waktu atau secara *real time*.

JakPrenuer adalah salah satu komunitas yang membantu dan membina UMKM di kawasan Jakarta. JakPrenuer juga sering memberikan fasilitas-fasilitas bagi UMKM binaan. Salah satu fasilitas yang diberikan adalah dengan diadakannya seminar, webinar, atau *workshop* yang bertujuan membantu usaha dari UMKM.

Walaupun sudah ada fasilitas dari komunitas untuk mengadakan seminar, *webinar*, atau *workshop* untuk pelaku UMKM, akan tetapi belum banyak edukasi yang fokus dalam memberikan informasi mengenai pemasaran digital terlebih lagi dalam pembuatan *content marketing* dan penggunaan *social media* untuk kepentingan pengembangan usaha dan bisnis. Padahal, pengetahuan tersebut perlu disosialisasikan agar dapat membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan baik *online* maupun *offline* di masa pandemi.

Pelaksanaan *webinar* ini diharapkan tidak hanya dapat membantu komunitas dalam memberikan fasilitas kepada UMKM binaan, tetapi juga bisa membantu UMKM dalam membuat *content marketing* dan bagaimana penggunaan *social media* yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha serta praktek langsung dalam menyampaikan content yang menarik di sosial media.

2. METODE

Objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah anggota UMKM, dimana kegiatan ini akan direncanakan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah penentuan batasan topik *webinar* oleh ketua kegiatan kepada anggota kegiatan. Hal ini untuk memastikan kegiatan agar tidak menjadi bias dan tidak meluas dari kegiatan pelatihan pemasaran digital dan sosial media.

Tahap kedua adalah penjajakan dengan pihak mitra. Pada tahap ini akan dilakukan pembahasan mengenai topik *webinar* secara mendetil. Upaya ini dilakukan agar kebutuhan mitra dapat terpenuhi dengan *webinar* ini.

Tahap ketiga adalah persiapan dan perencanaan kebutuhan bersama. Pada tahap ini dilakukan persiapan perencanaan kebutuhan *webinar* seperti modul dan lainnya. Pihak mitra akan menentukan siapa saja peserta dari *webinar* ini dan pihak Universitas Matana akan menyiapkan dosen yang akan mengisi kegiatan *webinar* serta biaya-biaya lainnya terkait *webinar*.

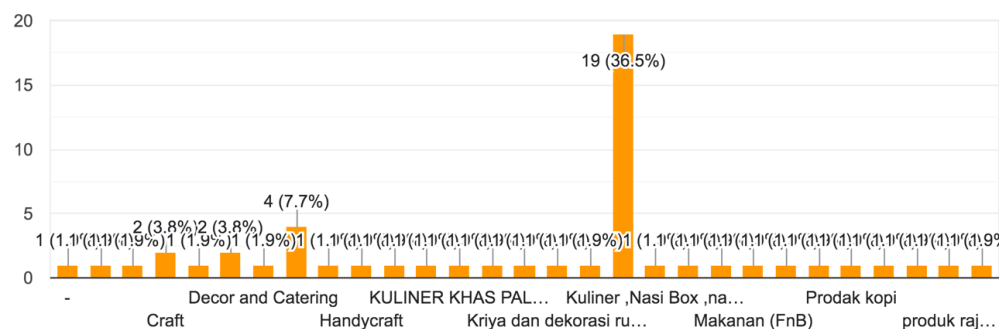
Tahap keempat adalah pelaksanaan kegiatan selama 1 hari pada hari Kamis, tanggal 10 November 2022 secara online. Dalam tahap ini pihak mitra dan Program Studi Manajemen bertanggungjawab dalam pelaksanaan kegiatan acara dengan menghadirkan narasumber-narasumber dan materi *webinar*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Para pelaku UMKM berdomisili dan memiliki usaha di sekitar Jakarta dan produk-produk yang dihasilkan UMKM sebagian besar adalah olahan bahan makan dan kerajinan.

Jenis UMKM

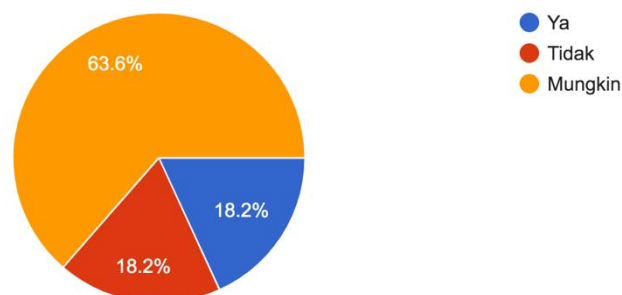
52 responses



Sebelum diadakan *webinar Edukasi Content Marketing dan Social Media* bagi UMKM, telah dilakukan pre-test survey untuk mengetahui seberapa paham para pelaku UMKM mengenai *content marketing* dan *social media*. Dari 22 responden, 63,6% menjawab mungkin tahu tentang pemasaran digital, 86,4% menjawab tidak tahu tentang *content marketing*, dan 77,3% menjawab tahu tentang *social media*.

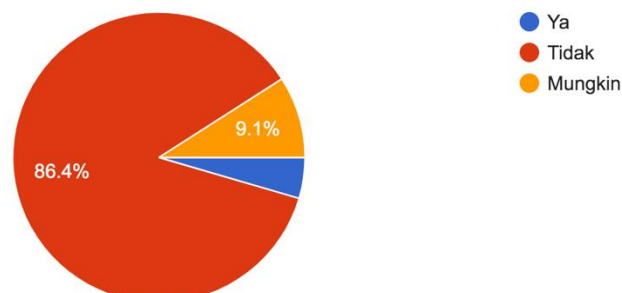
Apakah anda mengetahui tentang Pemasaran Digital?

22 responses



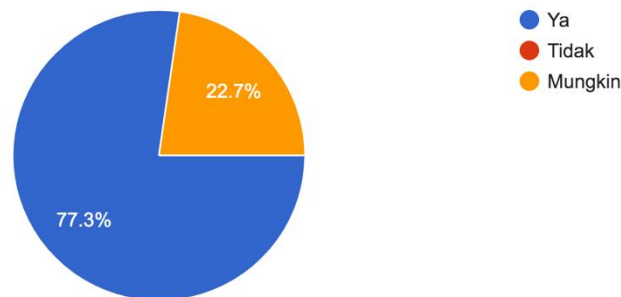
Apakah anda mengetahui tentang content marketing?

22 responses



Apakah anda mengetahui tentang social media?

22 responses

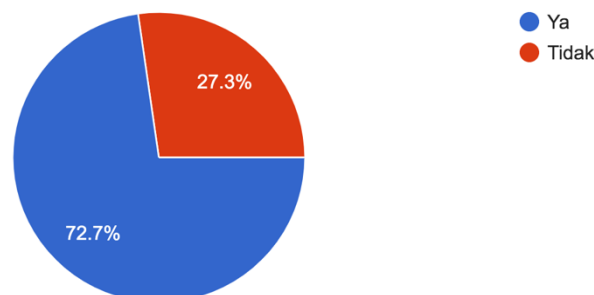


Dari hasil pre-test survey menunjukkan bahwa para pelaku UMKM memahami konsep dari pemasaran digital dan *social media*, tetapi belum memahami *content marketing*. Harapan melalui *webinar* ini, para peserta akan dapat belajar lebih banyak bagaimana membuat *content marketing*, ide apa saja yang bisa dijadikan *content* dalam memanfaatkan *social media* untuk membantu mempromosikan produk mereka.

Sebagian besar UMKM telah menggunakan *social media* untuk memasarkan dan menjual produk-produk mereka dan masih ada beberapa UMKM yang belum menggunakan *social media*.

Apa ada social media yang anda atau usaha anda gunakan?

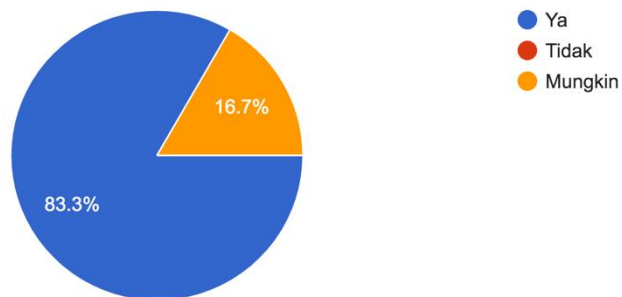
22 responses



Webinar ini dihadiri oleh 44 peserta. Namun saat *webinar* selesai, dilakukan post-test tetapi tidak semua peserta mengisi link yang diberikan. Hasilnya adalah sebagai berikut:

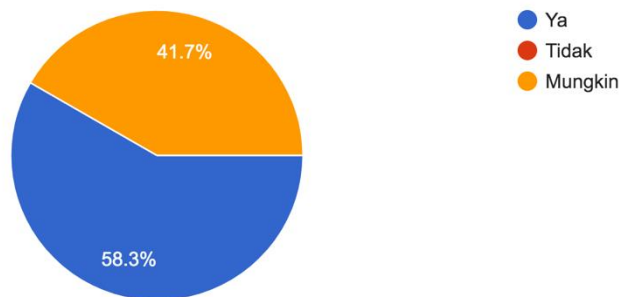
Setelah mengikuti webinar, apakah anda mengetahui tentang Pemasaran Digital?

12 responses



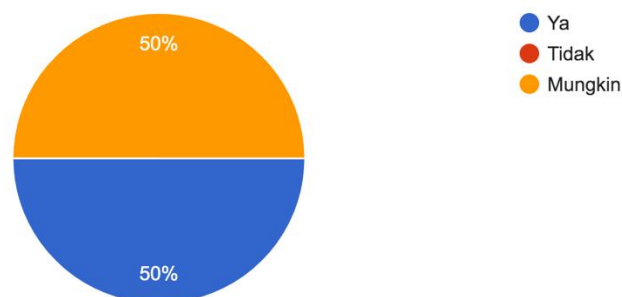
Setelah mengikuti webinar, apakah anda mengetahui tentang Content Marketing?

12 responses



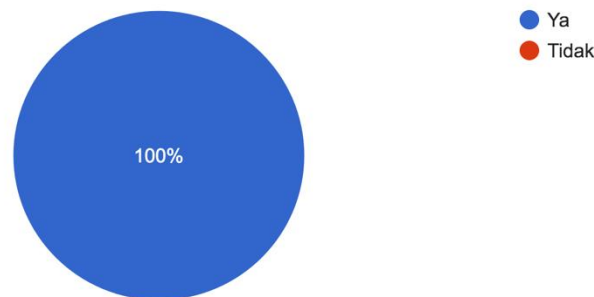
Apakah anda ingin menerapkan Content Marketing untuk usaha anda?

12 responses



Menurut anda, apakah perlu usaha anda menggunakan Social Media?

12 responses



Menurut anda, apa keuntungan menggunakan Social Media?

12 responses

- Bisa bantu promosi usaha
- Membantu memperkenalkan produk saya ke orang lain
- Salah satu tempat promosi dan jualan produk
- Promosi usaha
- Jadi salah satu tempat promo, memberi informasi, dan jualan
- Jadi lebih banyak orang tau tentang jualan saya
- Promosi produk
- Bisa membantu penjualan dan promosi produk
- Bantu jualan dan promosi

Dari hasil diatas, setelah diadakan *webinar* peserta jadi lebih memahami *content marketing* dan bagaimana mengisi *content*, memanfaatkan *social media*, dan *tools* apa saja yang dapat membantu peserta dalam membuat *content* dan *schedule social media*. Dan saat webinar berlangsung, para peserta juga memberika beberapa *feedback* agar bisa dipraktekan secara langsung cara penggunaan *tools* dalam sesi yang berbeda.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan PKM berupa *webinar* dengan mitra yang telah dilakukan mendapatkan respon yang positif. Baik mitra maupun peserta webinar merasakan manfaat dari pelaksanaan edukasi ini. Mitra dan pelaku UMKM menyadari bahwa penting untuk lebih memahami pemasaran digital khususnya dalam membuat *content marketing* dan penggunaan *social media* untuk mempromosikan produk yang mereka jual.

Saat ini hampir sebagian besar peserta memahami apa yang dimaksud dengan *content marketing* dan *social media*. Namun peserta masih kesulitan untuk dapat menggunakan beberapa *tools* yang dapat membantu bisnis mereka, karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan penggunaan *tool* tersebut.

Saran bagi para pelaku UMKM terkait *content marketing* dan *social media* untuk mempromosikan usaha mereka adalah:

1. Mempelajari cara membuat *content marketing* yang menarik agar merek dan produk lebih dikenal lagi.
2. Mempelajari dan menggunakan *tools* untuk membuat *content marketing* agar menambah variasi *content* di *social media*.
3. Mempelajari dan menggunakan *tools* untuk membuat jadwal *content* di *social media* agar lebih hemat waktu dan efektif.

Program PKM yang dapat dilakukan untuk periode selanjutnya adalah dengan memberikan pelatihan atau praktek langsung dalam menggunakan *tools* membuat *content marketing* dan *social media*.

DAFTAR PUSTAKA

covid19.go.id. (2022). *covid19.go.id*. Retrieved from covid19.go.id: <https://covid19.go.id/>

Ridwan dkk. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *JurnalAbdimas BSI*, 2(1), 137-142.

Febriyantoro, M.T., dan Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62-76.

Hadi, D, F., dan Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), E-ISSN: 2656-4157.

<http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive>

Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>