

## **PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN SOCIAL MEDIA MARKETING PADA ANGGOTA ASOSIASI PENGRAJIN INDUSTRI KECIL (APIK) BULELENG**

**Ni Wayan Yulianita Dewi<sup>1</sup>, Gusti Ayu Ketut Rencana Sari Dewi<sup>2</sup>, Diota Prameswari Vijaya<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Ekonomi dan Akuntansi FE UNDIKSHA

Email:yulianitadewi@undiksha.ac.id

### **ABSTRACT**

*This community partnership program (PKM) is aimed at transferring knowledge and skills about social media marketing. The transfer of knowledge and skills is aimed at members of the Association of Small Industry Craftsmen (APIK) Buleleng. Utilization of social media as a means of digital marketing is one form of adaptation that can be done by APIK members to maintain business sustainability. Business continuity must survive if it does not want to disappear from the market. And an important component in business sustainability is the customer. Retaining customers and attracting new customers is the most rational strategy after the Covid 19 pandemic. Through this training and mentoring activity, APIK Buleleng members are expected to be able to market their products by utilizing the social media they have. The output of this community partnership activity is that APIK Buleleng members have Instagram and Facebook accounts as a medium for marketing their products.*

**Keywords:** *social media, digital marketing*

### **ABSTRAK**

Program kemitraan masyarakat (PKM) ini ditujukan untuk melakukan transfer pengetahuan dan keterampilan tentang social media marketing. Transfer pengetahuan dan keterampilan ditujukan kepada anggota Asosiasi Pengrajin Industri Kecil (APIK) Buleleng. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana *digital marketing* merupakan salah satu bentuk adaptasi yang bisa dilakukan oleh anggota APIK untuk menjaga keberlanjutan usahanya. Keberlangsungan usaha harus tetap bertahan jika tidak ingin hilang dari pasar. Dan komponen penting dalam keberlangsungan usaha adalah pelanggan. Mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru merupakan strategi yang paling rasional pasca pandemic Covid 19. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan ini anggota APIK Buleleng diharapkan mampu melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki. Luaran dari kegiatan kemitraan masyarakat ini adalah anggota APIK Buleleng memiliki akun Instagram dan Facebook sebagai media pemasaran produk mereka.

**Kata kunci:** *social media, digital marketing*

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), pada tahun 2020 terdapat sekitar 64 juta UMKM di Indonesia dan menyumbang sekitar 61,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Keberadaan UMKM di Indonesia menyerap tenaga kerja hingga 97,2 juta orang.

Berdasarkan data pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi UMKM Kabupaten Buleleng, perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng setiap tahunnya meningkat secara signifikan. Jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng pada tahun 2020 sebesar 54.489 usaha dan pada tahun 2021 sebesar

57.216 usaha. Ini menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng selama periode waktu 2020-2021 mengalami peningkatan sebesar 2.727 usaha.

Jumlah ini sangat besar sehingga kontribusi UMKM terhadap perkembangan perekonomian Buleleng sangat dirasakan terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. Namun selama masa pandemi Covid 19, kinerja para pelaku UMKM di Buleleng mengalami penurunan. Kondisi ini dapat dilihat dari tingkat penjualan yang mengalami penurunan, pelaku UMKM kesulitan memperoleh input produksi, kesulitan akses pembiayaan dan permodalan serata perubahan perilaku konsumen.

Kondisi di atas juga dialami oleh para pengrajin yang tergabung dalam Asosiasi

Pengerajin Industri Kecil (APIK) Buleleng. Asosiasi Pengerajin Industri Kecil (APIK) Buleleng dibentuk pada tahun 2004 memiliki peran penting dalam membangkitkan industri kerajinan di Kabupaten Buleleng dan sempat mengikuti berbagai Event di tingkat nasional. Jumlah anggota APIK selama periode waktu 2004-2016 terus mengalami peningkatan hingga berjumlah 200. Anggota APIK Buleleng terdiri dari pengrajin kecil-mikro dan petani hutan yang aktivitas usahanya tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Buleleng. Bidang usaha yang digeluti oleh anggota APIK sangat bervariasi, ada dibidang *furniture*, *handycraft* dan juga industri kecil rumah tangga yang memproduksi dupa, peralatan sembahyang berbahan kayu, dan berbagai produk kerajinan lain.

Pada tahun 2016 APIK mengalami masalah internal sehingga secara kelembagaan mengalami mati suri. Pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 juga membawa dampak buruk bagi keberlangsungan usaha para pengrajin yang menjadi anggota APIK. Keberlangsungan usaha anggota APIK menjadi terancam karena terjadi penurunan permintaan produk, kondisi keuangan yang memburuk dan keterbatasan kemampuan memperoleh akses pendanaan yang dibutuhkan untuk mempertahankan usaha mereka. Pandemi memaksa banyak orang untuk tinggal di rumah, hal ini menyebabkan berkurangnya penghasilan dan keuntungan para pengrajin anggota APIK.

Pasca pandemi Covid-19, yaitu pada bulan Desember tahun 2022 para pengrajin dan petani hutan yang tergabung dalam APIK kembali mempersatukan diri di Kantor Desa Baktiseraga, Buleleng. Mengusung semangat baru dengan menyinergikan potensi yang dimiliki dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Asosiasi Pengerajin Industri Kecil (APIK) melakukan re-organisasi dan menyiapkan sejumlah program kegiatan sebagai upaya pembinaan terhadap anggotanya. Pada pertemuan di Kantor Desa Baktiseraga, Buleleng dibentuk struktur organisasi kepengurusan yang baru (APIK *Reborn*). Berdasarkan hasil musyawarah para pengrajin dan petani hutan yang hadir pada pertemuan tersebut, Bapak Gusti Putu Armada ditunjuk sebagai Ketua APIK periode 2022-2027.

Jumlah pengrajin dan petani hutan yang menjadi anggota APIK per Desember 2022 adalah 11 pengrajin. Berdasarkan hasil diskusi antara pengurus yang baru dengan para anggota APIK maka dirumuskan beberapa permasalahan yang harus segera ditindaklanjuti untuk keberlangsungan organisasi APIK Buleleng. Masalah pertama, penguatan kelembagaan APIK Buleleng agar bisa bermanfaat bagi keberlanjutan usaha dan kesejahteraan anggotanya. Permasalahan kedua, pemilihan strategi promosi dan penjualan produk yang tepat agar dapat mempertahankan pelanggan dan memperluas wilayah pemasaran. Ketiga, masalah pengembangan sumber daya anggota APIK dalam proses produksi (inovasi dan kreativitas dalam menghasilkan produk), pemasaran produk, pengelolaan keuangan dan pembukuan sederhana.

Berdasarkan identifikasi masalah dan hasil diskusi dengan pengurus APIK maka permasalahan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan selama program pengabdian kepada masyarakat ini adalah masalah menentukan strategi promosi dan penjualan produk yang tepat agar dapat mempertahankan pelanggan dan memperluas wilayah pemasaran

## METODE

Penyampaian materi dan praktik Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi aktif pengrajin anggota APIK. Kegiatan pelatihan dan pendampingan social media marketing dipandu langsung oleh tim pelaksana dari Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Ekonomi dan Akuntansi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara garis besar dibagi menjadi 2 tahapan, yaitu:

- Penyampaian materi *digital marketing* dan *branding*
- Penyampaian materi tentang pengenalan *social media marketing*
- Pelatihan dan Pendampingan teknis social media marketing
- Penyampaian membuat akun dan monetisasi akun *social media*

- Penyampaian materi dan praktik membuat *Content dan Caption*

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat akan dilakukan pada akhir kegiatan dengan memberikan kuisisioner kepada peserta. Kuisisioner tersebut berisikan pertanyaan untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan, manfaat yang dirasakan peserta, serta masukan untuk kegiatan yang telah berlangsung agar dapat diperbaiki dikemudian hari oleh tim pengabdian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat (PKM) dengan APIK Buleleng dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

1. Melaksanakan koordinasi dengan Ketua APIK Buleleng terkait dengan peserta, tempat, dan waktu kegiatan pelatihan,
2. Melakukan identifikasi terhadap sarana dan prasarana yang akan digunakan selama proses pelatihan,
3. mempersiapkan materi pelatihan
4. pengadaan sarana dan prasarana penunjang pelatihan, dan

pelaksanaan kegiatan pelatihan. Tim pelaksana PKM sebelum melaksanakan kegiatan pelatihan terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan Ketua APIK Buleleng APIK Buleleng dilakukan untuk menentukan jumlah peserta, tempat, dan waktu pelatihan. Berdasarkan hasil diskusi dengan Ketua APIK Buleleng disepakati bahwa peserta pelatihan melibatkan 20 orang anggota APIK Buleleng. Penentuan jumlah peserta pelatihan ini berdasarkan pada pertimbangan efektifitas proses transfer pengetahuan saat kegiatan pelatihan. Tempat pelaksanaan kegiatan pelatihan disepakati dilaksanakan di kantor Desa Baktiseraga. Pemilihan tempat pelatihan ini berdasarkan pada pertimbangan bahwa ketua APIK Buleleng merupakan Kepala Desa Baktiseraga dan kantor Desa Baktiseraga memiliki ruangan yang representatif untuk melakukan kegiatan pelatihan. Waktu pelatihan disepakati dilaksanakan tanggal 25 Agustus 2023. Pemilihan waktu kegiatan ini

berdasarkan pada ketersediaan waktu dari semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pelatihan.

Setelah melaksanakan koordinasi dengan Ketua APIK Buleleng terkait dengan peserta, tempat dan waktu pelatihan, tim pelaksana PKM kemudian melakukan identifikasi terhadap sarana dan prasarana yang digunakan dalam kegiatan pelatihan. Berdasarkan hasil diskusi, tim pelaksana mengidentifikasi bahwa selama kegiatan pelatihan diperlukan sarana dan prasarana berupa; (1) meja dan kursi untuk mendukung kegiatan pelatihan, (2) akses internet

Tahap selanjutnya adalah mempersiapkan materi pelatihan. Materi pelatihan tentang *digital marketing* dan *branding* serta pengenalan *social media marketing* dipersiapkan oleh ibu Ni Wayan Yulianita Dewi, SE, MSA, Ak., CA. Materi pelatihan tentang cara membuat akun dan monetisasi akun *social media* dipersiapkan oleh ibu Diota Prameswari Vijaya, SE., MSA, Ak.

Berdasarkan hasil identifikasi sarana dan prasarana yang telah dilakukan pada tahap kedua maka pada tahap yang keempat ini dilakukan pengadaan sarana dan prasarana yang digunakan dalam kegiatan pelatihan. Pengadaan meja dan kursi untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan dengan memanfaatkan meja dan kursi yang ada pada ruang pertemuan kantor desa Baktiseraga. Dan pengadaan internet dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas wifi yang ada di kantor Desa Baktiseraga.

Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan. Berdasarkan kesepakatan dengan Ketua APIK Buleleng maka pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 25 Agustus 2023. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 20 orang peserta. Kegiatan PKM dilaksanakan dalam bentuk pelatihan *social media marketing*. Materi pelatihan tentang *digital marketing* dan *branding* serta pengenalan *social media marketing* disampaikan oleh ibu Ni Wayan Yulianita Dewi, SE, MSA, Ak., CA. Peserta pelatihan diberikan pengetahuan awal tentang model pemasaran *e-commerce*. Dimana *digital marketing* dengan media sosial merupakan salah satu bentuk *e-commerce*. Pada sesi yang

pertama ini peserta pelatihan juga diberikan pengetahuan tentang apa keuntungan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran.

Materi pelatihan tentang cara membuat akun dan monetisasi akun *socialmedia* disampaikan oleh ibu Diota Prameswari Vijaya, SE., MSA, Ak. Pada sesi yang kedua ini peserta pelatihan diajarkan tentang bagaimana membuat akun media sosial untuk tujuan bisnis. Peserta pelatihan diberikan pengetahuan tentang cara membuat konten dan mengelola media sosial sebagai media pemasaran produk.

Tahapan berikutnya dari kegiatan PKM ini adalah kegiatan pendampingan dan evaluasi. Kegiatan pendampingan dan evaluasi meliputi dua hal. Pertama, pendampingan membuat akun media sosial instagram dan facebook. Kedua, pelatihan dan pendampingan membuat konten dan mengelola media sosial untuk pemasaran produk.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat social media marketing sebagai strategi keberlanjutan usaha anggota APIK Buleleng telah memberikan tambahan wawasan dan referensi mengenai salah satu strategi pemasaran yaitu *social media marketing*. Sebelum diadakannya kegiatan pengabdian, berdasarkan hasil wawancara pada beberapa peserta, sebagian besar peserta sudah memiliki media sosial Instagram dan Facebook tetapi belum dimanfaatkan untuk memasarkan produk mereka.

Dengan diadakannya kegiatan pengabdian ini, mereka menyadari salah satu strategi pemasaran lainnya yang bisa mereka terapkan untuk menarik minat pelanggan untuk berbelanja adalah media sosial. *Social media marketing* memiliki banyak keuntungan, termasuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan interaksi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas konsumen, dan meningkatkan penjualan. Dalam era digital saat ini, *social media marketing* menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk membangun dan mempertahankan merek mereka di pasar yang semakin kompetitif

## DAFTAR RUJUKAN

- Aliami, S., Hakimah, E. N., & Fauji, D. A. S. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital pada Startup's (Studi Kasus pada Wirausaha Baru). *Ekonika*, 3(1).
- Brown, R., & Rocha, A. (2020). Entrepreneurial uncertainty during the Covid-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights*, 14
- Estrin, S., Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 31(4), 449-467
- Iqbal, M. (2015). SME governance in Indonesia—a survey and insight from private companies. *Procedia Economics and Finance*, 31, 387-398.
- Narulia, R. Z. E., & Nanda, H. I. (2019). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Untuk MuNegeRI3* (2), 80-84.
- Octavia, G., & Sari, W. P. (2018). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia*, 2(2), 339-346.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46- 53.
- Ri'aeni, I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1(2), 141-149
- Santoso, R. (2020) Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E- Commerce During Pandemic Covid-19 In Indonesia UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*) Vol. 5 No. 2 hal 95-106

- Susilo, B. (2018). Pemasaran Digital: Segmentasi Demografi Pengguna Media Sosial di Kota Pontianak. *Jurnal Eksplora Informatika*, 8(1), 69-79.
- Yoebrilianti, Anggit dan Nurhayani (2022) Digital Marketing As A Solution To The Challenge Of MSMEs Marketing Success In The Era Of The Covid-19 Pandemi. *Jurnal Ekonomi*, Volume 11, No 02