

PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI DIGITAL MARKETING PRODUK UNGGULAN TP PKK DESA MERTAN BENDOSARI SUKOHARJO

Emi Erawati*, Anisa Ur Rahmah, Muzakar Isa, Herlambang Prima Yoga, Safira Rijma Ardima, Syahrani Shabrina D, Zada Almira Fitri

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia

*Koresponden penulis: emi.erawati@ums.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian Masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2023 diikuti oleh 10 ibu-ibu TP PKK Desa Merten, Bendosari, Sukoharjo. Pengabdian masyarakat dilaksanakan di Balai Desa Merten, Bendosari, Sukoharjo. Ada 3 materi yang disampaikan yaitu promosi online, dan praktek promosi online. Pada materi I dijelaskan tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang terdiri dari memisahkan uang pribadi dan uang usaha, mengalokasikan keuangan dengan baik, memiliki dana darurat, proteksi pendapatan dan tempat usaha, serta diversifikasi dan ekspansi usaha. Pada materi II dijelaskan tentang promosi online yang terdiri sosial media marketing, video marketing, dan email marketing sebagai metode yang dapat digunakan untuk promosi secara online. Materi III adalah praktik promosi online. Dalam praktik ini dilakukan dengan cara mengambil gambar dan mendesign dengan Canva produk pengabdian masyarakat berupa sabun mandi cair bentonite, serta mengunggah ke instagram.

Kata Kunci:

social media marketing; instagram; sabun bentonite

PENDAHULUAN

Desa Merten merupakan salah satu desa di Kecamatan Bendosari, yang terletak di Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah. Desa Merten memiliki berbagai kegiatan masyarakat yang aktif salah satunya adalah PKK. Kelompok PKK Desa Merten baik di tingkat desa maupun RT tergolong aktif. Hal ini dibuktikan dengan diadakannya pertemuan PKK di tingkat desa maupun RT setiap bulannya. Anggota PKK Desa Merten beranggotakan sekitar 22 orang yang merupakan perwakilan kader PKK tingkat desa maupun RT.

Di Kecamatan Bendosari yang terletak di Kabupaten Sukoharjo terdapat suatu desa bernama Desa Merten. Desa Merten berjarak 25,5 km dari kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan kelompok umur Desa Merten mempunyai penduduk sebanyak 3.791 laki-laki dan sebanyak 3.733 perempuan. Mayoritas penduduk Desa Merten bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 1.895 jiwa (40,6%); PNS 1.187 jiwa (25,5%), pensiunan 819 jiwa (17,6%); ibu rumah tangga 282 jiwa (7,6%). Berdasarkan kelompok usia wanita di Desa Merten yang berumur antara 20 tahun sampai dengan 49 tahun berjumlah 950. <https://sidesa.jatengprov.go.id/pemkab/kependudukandes/33.11.06.2011>.

Desa Mertan adalah salah satu desa dari 13 desa yang terdapat di Kecamatan Bendosari. Desa lain di Kecamatan Bendosari, seperti Desa Toriyo, Desa Mulur, Desa Jagan, Desa Manisharjo, Desa Cabean, Desa Puhgogor, Desa Paluhombo, Desa Bendosari, Desa Mojorejo, Desa Mertan, Desa Sugihan, Desa Sidorejo, dan Desa Gentan. <https://sidesa.jatengprov.go.id/pemkab/kabupaten/33.11>.

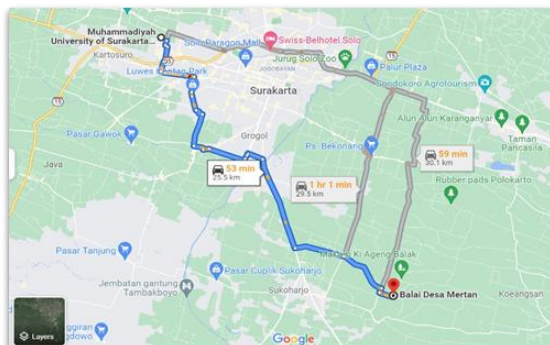
Di Desa Mertan ada beberapa organisasi seperti Gapoktan, Karang Taruna Bakti Mandiri, Tim Penggerak PKK (TP PKK), Sehati Grup Difabilitas, dan Gema Taruna Tani Mertan. Seperti PKK di tingkat desa yang lainnya di Indonesia, PKK di Desa Mertan memiliki 10 Program Kerja yaitu Penghayatan dan Pengamalan Pancasila, Gotong Royong, Pangan, Sandang, Perumahan dan Tata Laksana Rumah Tangga, Pendidikan dan Keterampilan, Kesehatan, Pengembangan Kehidupan Berkoperasi, Kelestarian Lingkungan Hidup, serta Perencanaan Sehat [1]. Sepuluh Program Kerja tersebut dibagi menjadi empat Kelompok Kerja (Pokja) [2].

Pokja I mempunyai beberapa program kerja pembinaan pengajian, ceramah kerohanian dan halal bihalal, Sosialisasi Program KILAS (Keluarga Indonesia Lindungi Anak dari Kekerasan Seksual), KIAT (Keluarga Indonesia Anti Trafficking), KRISNA (Keluarga Indonesia Sehat Tanpa Narkoba), Sosialisasi "Gerakan 4.0 Katakan Tidak pada Pernikahan Dini, dan Penjaringan Peserta Pildacil

Pokja II mempunyai beberapa program kerja Monitoring dan Evaluasi Pengajian, Rukun Kematian, Jimpitan, Memantau Kegiatan Lansia dan Latihan Rutin Hadrah.

Pokja III dengan penyuluhan pemanfaatan lahan pekarangan khususnya penerapan AKU HATINYA PKK dan Penanganan pasca panen, penyuluhan dan praktik olahan pangan berbahan dasar pangan lokal, penyuluhan dan sosialisasi etika berbusana dan fashion berkelanjutan, penyuluhan dan sosialisasi pelatihan pemilihan sampah dari sumber sampah dan pemanfaatannya.

Pokja IV telah melakukan beberapa program kerja mempunyai beberapa program kerja yaitu Pelatihan Pembuatan Sabun Cuci Piring. Sedangkan beberapa perlombaan yang telah dilakukan oleh TP PKK Desa Mertan adalah Lomba Yel-Yel Tingkat Kecamatan yang diikuti oleh Pokja II. Sedangkan Pokja III mengikuti Lomba Kreasi Makanan dan Sayuran. Pelatihan yang pernah diikuti oleh TP PKK Desa Mertan adalah Pelatihan Eco Print tingkat Kecamatan. Lokasi Pengabdian Masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1.



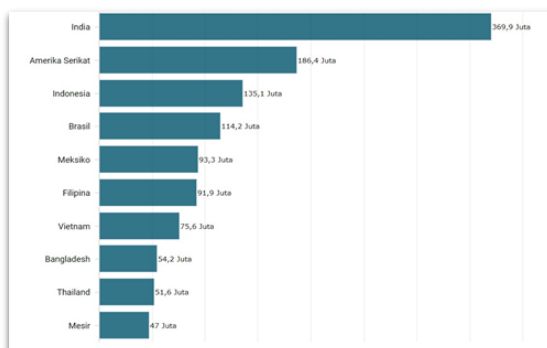
Gambar 1. Gambar google map lokasi desa merten

Salah satu metode yang dapat digunakan guna memperkenalkan produk unggulan dari TP PKK Desa Merten yaitu promosi online. Promosi online dapat dilakukan melalui beberapa metode antara lain media sosial, website, email marketing, dan iklan online.

Media sosial yang terbanyak digunakan di Indonesia adalah facebook dan instagram.

Facebook

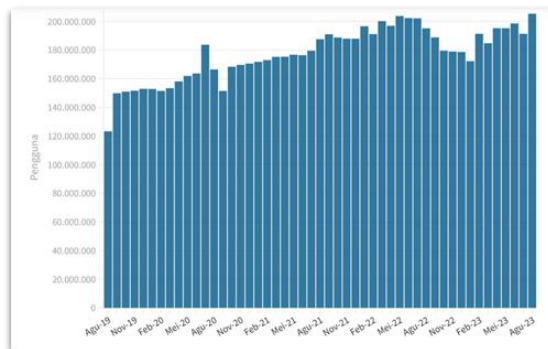
Facebook merupakan layanan media sosial yang diluncurkan pada bulan kedua yaitu bulan Februari tahun 2004. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg sebagai pendiri dan rekan-rekan mahasiswa lain di Universitas Harvard diantaranya, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Sepuluh negara pengguna facebook di dunia adalah India, Amerika Serikat, Indonesia, Brasil, Meksiko, Filipina, Vietnam, Bangladesh, Thailand, dan Mesir.



Gambar 2. Sepuluh negara pengguna facebook di dunia

Berdasarkan Gambar 2 pengguna facebook terbanyak adalah India sebanyak 366,9 juta dan Indonesia menempati peringkat ketiga sebanyak 135,1 juta. Fitur yang disediakan oleh facebook adalah obrolan dialog, membuat konten foto atau video, menandai foto, membagikan postigan, membuat blog, fitur game, dan story

sebagai update kegiatan maupun status yang dinilai lebih update dibandingkan media sosial lainnya [3].



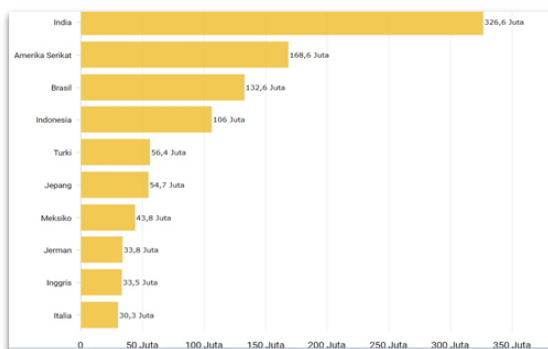
Gambar 3. Grafik data pengguna facebook tahun 2019-2023 di Indonesia
<https://dataindonesia.id/internet/>

Berdasarkan Gambar 3 grafik data pengguna facebook di Indonesia pada bulan Agustus 2019 sebanyak 120 juta dan mengalami peningkatan menjadi 200 juta pada tahun 2023. Pengguna facebook lebih didominasi oleh laki-laki dengan persentase 51,7 persen, sedangkan perempuan sebesar 48,3 persen. Sedangkan berdasarkan pengelompokan usia pengguna facebook yaitu usia 13 hingga 17 tahun sebesar 12,2%, usia 18 hingga 24 tahun sebesar 39,1%, usia 25 hingga 34 tahun sebesar 28,7%, usia 35 hingga 44 tahun sebesar 12,3%, usia 45 hingga 54 tahun sebesar 4,9%, dan sisanya adalah diatas umur 54 tahun.

Instagram

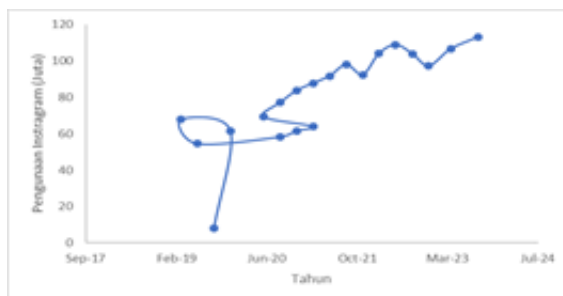
Instagram merupakan media sosial yang terdiri dari dua kata yaitu "insta" atau "instan" yang memiliki arti cara untuk berfoto dan membagikan foto kepada daftar teman-teman maupun seluruh pengguna secara mudah dan instan. Sedangkan kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang memiliki makna seperti telegram yang mempunyai arti sangat cepat didalam mengirimkan update kegiatan atau informasi kepada orang lain. Instagram ditemukan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom pada bulan Januari 2010.

Di dunia ada 10 negara pengguna instagram terbanyak yaitu India, Amerika Serikat, Brasil, Indonesia, Turki, Jepang, Meksiko, Jerman, Inggris dan Italia. India adalah negara yang menempati urutan pertama dengan pengguna instagram sebesar 326, 6 juta orang sedangkan Indonesia menempati urutan keempat sebanyak 106 juta orang. Pengguna instagram di 10 negara dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Sepuluh negara pengguna instagram di dunia

Berdasarkan Gambar 5 pengguna instagram di Indonesia pada bulan Juni 2017 sebesar 7,9 juta orang dan mengalami peningkatan sebanyak 14 kali lipat pada bulan September 2023 sebanyak 113,24 juta orang.



Gambar 5. Pengguna instagram di indonesia

Beberapa fitur yang disediakan oleh instagram adalah fitur profil dan bio, fitur unggah foto dan video serta tulisan, fitur stories atau upload kegiatan, fitur caption, fitur komentar di postingan, fitur hastags, fitur like, fitur activity, fitur Direct Message (DM) atau mengirim pesan, fitur geotagging (tag lokasi), dan fitur story archive [4]. Instagram mempunyai fitur menarik salah satu fitur yang digunakan adalah instagram stories. Fitur ini mempunyai keunggulan dapat menampilkan foto dan video dengan durasi singkat beberapa detik hingga satu menit dan hanya bertahan 24 jam yang dapat dilihat dan direspon oleh pengguna lainnya [5]. Akun instagram yang digunakan dalam pengabdian masyarakat adalah akun <https://www.instagram.com/sabun.heilig/>.

Pengabdian masyarakat tentang pemanfaatan media sosial telah dilakukan di UMKM di Kecamatan Tembalang, Semarang [6], UMKM Binaan PKK Kabupaten Blora [7], UMKM Desa Boja, Kabupaten Kendal [8], Pantai Sayang Heualang Kab. Garut, UMKM Kedungkandang, Malang [9], Twinkle Daycare & Courses, Yogyakarta [10], Industri Kecil Menengah [11].

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk melaksanakan Pengabdian Masyarakat tentang Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Digital Marketing Produk Unggulan TP PKK Desa Mertan Bendosari Sukoharjo.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat dilaksanakan dalam 3 metode seperti tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi keefektifan kegiatan.

Tahap Persiapan

Pengabdian masyarakat dilakukan dengan beberapa persiapan yang terdiri dari survey lokasi pengabdian, pembuatan materi untuk pengabdian masyarakat, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, dan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat.

Tahap Pelaksanaan

Pengabdian Masyarakat ini merupakan rangkaian Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Pertemuan III dan Pertemuan IV dari total pertemuan sebanyak 6x pertemuan. Materi yang diberikan pada pengabdian masyarakat terdiri dari 3 materi yaitu pengelolaan keuangan bagi UMKM untuk menjaga keberlangsungan bisnis, promosi online, dan praktik promosi online.

Tahap Evaluasi Keefektifan Kegiatan

Evaluasi keefektifan kegiatan akan dilaksanakan setelah semua rangkaian Pengabdian Masyarakat selesai yaitu pada Pertemuan V dan Pertemuan VI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2023 pukul 09.00 hingga 11.00 WIB di Balai Desa Mertan, Bendosari, Sukoharjo. Pengabdian Masyarakat ini diikuti oleh ibu TP PKK Desa Mertan sebanyak 10 orang. Pembicara dalam Pengabdian Masyarakat adalah Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si. (Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta), Aflit Nuryulia Praswati, S.Sos., SE., MM., CMA (Dosen Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta), dan dibantu oleh 4 mahasiswa Program Studi Teknik Kimia, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dokumentasi Pengabdian Masyarakat dapat dilihat pada Gambar 6.



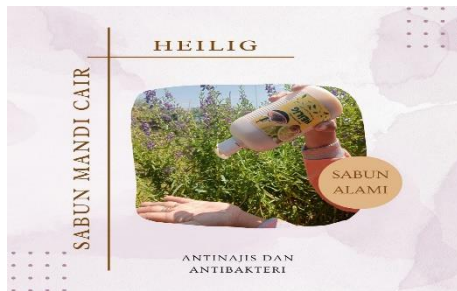
Gambar 1. Dokumentasi pengabdian masyarakat

Pengabdian Masyarakat dimulai dengan penyampaian materi I diisi oleh Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si. Materi yang disampaikan merupakan materi tentang Pengelolaan Keuangan bagi UMKM untuk menjaga keberlangsungan bisnis. Muzakar Isa menyampaikan bahwa prinsip keuangan yang perlu diperhatikan dalam bisnis adalah memisahkan uang pribadi dan uang usaha, menganggarkan keuangan dengan bijak, mengontrol arus kas, memiliki dana darurat, melindungi pendapatan dan tempat usaha dan menverifikasi serta mengekspansi usaha. Materi II diisi oleh Aflit Nuryulia Praswati, S.Sos., SE., MM., CMA dengan materi yang disampaikan berupa promosi online. Materi promosi online berisi tentang website profesional, media sosial, konten berkualitas, email marketing, dan iklan online.

Menurut Aflit menekankan bahwa dalam membuat website difokuskan pada design, fungsional, dan strategi konten agar bisa memikat pengunjung sehingga pengunjung akan berubah menjadi pelanggan. Agar website bisnis kita mudah ditemukan oleh pelanggan serta mendapat traffic yang tinggi dapat menggunakan Search Engine Optimization (SEO). Selain itu dapat menggunakan Search Engine Marketing (SEM). SEM ini berbayar karena biasanya SEM menggunakan media Google Ads Indonesia dimana pemasang iklan harus membayar setiap kali klik oleh pengunjung atau biasa disebut "Pay-Per-Click". Metode pemasaran online dapat dilakukan melalui Social Media Marketing (SMM). SMM digunakan untuk menarik pembeli, meningkatkan brand awareness, dan membangun hubungan dengan pelanggan.

Metode pertama dalam SMM adalah promosi dengan menggunakan media sosial. Metode kedua dalam promosi online dapat dilakukan dengan email marketing. Email marketing adalah salah satu metode yang dapat dilakukan dan digunakan untuk mempromosikan konten promosi, potongan harga, dan sebuah acara serta digunakan untuk mengarahkan calon pelanggan untuk mengunjungi website bisnis kita.

Materi ketiga adalah praktik promosi online dibantu oleh fasilitator yaitu mahasiswa Program Studi Teknik Kimia. Fasilitator membantu dalam mempraktekkan materi promosi online. Dalam materi praktik dibagi dalam 2 kelompok setiap kelompok dibantu oleh 1 fasilitator. Materi praktek promosi online dilakukan dengan beberapa cara yaitu mengambil gambar produk pengabdian masyarakat berupa sabun mandi cair bentonit, membuat design dengan menggunakan Canva, dan mengupload di instagram dengan link <https://www.instagram.com/sabun.heilig/>. Hasil design canva dari ibu-ibu TP PKK Desa Mertan dapat dilihat pada Gambar 7.



(a) Design I



(b) Design II



(c) Design III



(d) Design IV



(e) Design V



(f) Design VI



(g) Design 7

Gambar 7. Hasil Design Ibu TP PKK Desa Mertan

KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat telah memberikan peningkatan pengetahuan kepada Ibu TP PKK Desa Mertan, Bendosari, Sukoharjo. Materi yang diberikan saat pengabdian terdiri dari 3 materi yaitu Pengelolaan Keuangan bagi UMKM untuk menjaga keberlangsungan bisnis, pemasaran online, dan praktik pemasaran online telah menghasilkan hasil pengabdian masyarakat dalam sub materi pemasaran online berupa design dengan menggunakan Canva. Peningkatan pengetahuan ibu TP PKK Desa Mertan dalam pembuatan design dengan menggunakan Canva sebesar 70% dari total peserta dan telah berhasil diunggah di instagram <https://www.instagram.com/sabun.heilig/>.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang membiayai Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dengan No Kontrak 070/E5/PG.02.00/PM/2023 tanggal 19 Juni 2023.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Lilik Aslichati. (2011). Organisasi pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga sebagai sarana pemberdayaan perempuan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 7, 1–7.
- [2] Fitriani, Apriadi, & Hidayat, O. (2021). Peran Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam Mensosialisasikan Program Kesehatan di Desa Sepukur Kecamatan Lantung. *Kaganga Komunika Journal of Communication Science*, 3(1), 94–102.
- [3] Kartini, K., Ningrum, I. M., Sari, J. E., & Khoirunnisa, K. (2022). Penelitian tentang Facebook. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 146–153.
- [4] Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182. doi: 10.22487/ejk.v9i2.327
- [5] Muchamad Nabil, Sugandi, G. (2021). Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id). *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 26–32.
- [6] Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. doi: 10.33633/ja.v3i3.129
- [7] Irawan, C., Rachmawanto, E. H., Susanto, A., & Sari, C. A. (2021). Optimasi Promosi Produk Menggunakan Media Sosial pada UMKM Binaan PKKP Kabupaten Blora. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 216. doi: 10.33633/ja.v4i3.186

- [8] Amalia Yunia Rahmawati, & Sugiharti, Z. R. F. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DESA BOJA, 03/01(July), 102–108.
- [9] Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 442–448. doi: 10.46576/rjpkkm.v3i2.1866
- [10] Mahatmi, M. W., Iswanti, S., & Hanafi, M. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Di Twinkle Daycare & Courses. Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia., 1(2), 57. doi: 10.26798/jpm.v1i2.596
- [11] Dwi Astuti Zebua, W. (2020). Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Pendampingan IKM dalam Promosi Usaha Melalui Media Sosial, 1–6. Retrieved from <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
<https://sidesa.jatengprov.go.id/pemkab/kependudukandes/33.11.06.2011>
diakses pada tanggal 18 November 2023 jam 21.19
<https://sidesa.jatengprov.go.id/pemkab/kabupaten/33.11> diakses pada tanggal 18 November 2023 jam 21.32
<https://dataindonesia.id/internet/> diakses pada tanggal 18 November 2023 jam 21.34