

---

**Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Desain sebagai Media Promosi  
untuk Meningkatkan Branding Produk dan Pendapatan Pada  
UMKM Koperasi Wanita ATSIRI**

**Ika Kurniawati<sup>\*)</sup>, Heriyanto, Fachri Amsury, dan Muhammad Rizki Fahdia**

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri

<sup>\*)</sup> Corresponding author: [ika.iki@nusamandiri.ac.id](mailto:ika.iki@nusamandiri.ac.id)

(Received: 06 June 2022 • Revised: 29 June 2022 • Accepted: 30 June 2022)

**Abstract**

*Not a few Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) still have difficulties in utilizing social media platforms to optimally promote their businesses. Not only that, they also lack the skills to create attractive marketing content, how to start from scratch, how to create attractive poster designs or content, find and promote the advantages of their products, to compete with competitors. Seeing the difficulties faced by the UMKM partners of the Atsiri Women's Cooperative in Bogor, the author initiated a training program on the use of social media platforms and designs as promotional media. In this training, the author teaches, including the introduction of social media platforms (Instagram, facebook, tiktok), introduction to the platform for making designs: Canva, how to create attractive marketing content, and how to create simple designs with Canva. This training is expected to improve the ability to use social media and design as well as provide education/learning to raise their product branding to a higher level and be known through social media so that it will increase product sales. The results of the questionnaire data showed that the participants were satisfied and hoped that this training would be carried out continuously.*

**Abstrak**

Tidak sedikit para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih banyak kesulitan dalam memanfaatkan platform sosial media untuk mempromosikan usaha mereka dengan optimal. Tidak hanya itu mereka juga kurang memiliki skill untuk membuat konten marketing yang menarik, bagaimana memulainya dari awal, cara membuat desain atau konten poster yang menarik, menemukan dan mempromosikan keunggulan produk mereka, untuk bersaing dengan kompetitor. Melihat kesulitan yang dihadapi mitra UMKM Koperasi Wanita Atsiri Bogor, membuat penulis menginisiasi program pelatihan pemanfaatan platform sosial media dan desain sebagai media promosi. Pada pelatihan ini penulis mengajarkan disampaikan diantaranya pengenalan platform sosial media (Instagram, facebook, tiktok), pengenalan platform untuk membuat desain : canva, cara membuat konten marketing yang menarik, dan cara membuat desain yang simple dengan Canva. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penggunaan sosial media dan desain serta memberi edukasi/pembelajaran untuk menaikkan branding produk mereka menjadi lebih tinggi dan dikenal melalui media sosial sehingga akan meningkatkan penjualan produk. Hasil data kuesioner diketahui bahwa peserta merasa puas dan mengharapkan pelatihan ini dilaksanakan secara berkesinambungan.

**Keywords:** *content marketing, design, digital marketing, social media, UMKM*

## PENDAHULUAN

Data pengguna media sosial aktif tahun 2020 sebanyak 160 juta, untuk *platform* terbanyak yaitu *Youtube* 88%, *Whatsapp* 84%, *Facebook* 82%, dan *Instagram* 79% dari total populasi di Indonesia [1]. Pelaku usaha dapat memanfaatkan *platform* media sosial mana yang terbaik untuk menjalankan bisnisnya. Melalui *platform* media sosial banyak manfaat yang dapat diperoleh oleh pelaku usaha, seperti memberikan informasi mengenai produk yang dijual, melakukan promosi dengan cepat dan menarik, menentukan calon konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat, dan membangun relasi baik dengan konsumen. Selain bermanfaat bagi pelaku usaha media sosial bermanfaat bagi konsumen untuk mengenal lebih jauh produk yang dijual, memperoleh pelayanan yang cepat, melihat informasi mengenai produk yang sedang promo, dan sebagainya. Kehadiran internet dan *platform* media sosial sangat penting untuk melakukan pemasaran barang atau jasa secara luas terutama bagi pelaku usaha mikro atau pebisnis yang baru merintis untuk mengembangkan bisnisnya [2].

Pemasaran digital diartikan dengan pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada transmisi digital. Namun sejauh ini, internet merupakan media digital paling signifikan. Banyak sekali tokoh yang mengemukakan bahwa terjadi perubahan dalam pemasaran yang disebabkan karena perkembangan teknologi, terutama internet. Keuntungan dari digital marketing menggunakan *internet* adalah lebih mudah, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi [3]. Dengan kondisi seperti saat ini pemanfaatan media digital marketing merupakan salah satu pilihan yang cukup tepat yang bisa dijadikan pilihan sebagai media promosi dan publikasi. Pertanyaannya seberapa besar kita memanfaatkan media social untuk media promosi, sudah tepatkah pilihan wilayah, pilihan umur, gender untuk sasaran kita promosi dan publikasi.

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyatakan bahwa dari 56 juta UMKM baru 3.75 juta saja atau sekitar 8% yang sudah memanfaatkan digital marketing dalam menunjang kegiatan bisnisnya sedangkan fakta menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk dan jasa terbukti mampu meningkatkan penghasilan UMKM hingga sampai 26% [4]. Penelitian yang dilakukan oleh [5] mengemukakan bahwa tidak semua UMKM di Indonesia mampu mengubah pola pemasaran mereka kepada pemasaran digital. Penggunaan internet ini memungkinkan informasi mengalir bebas antara pembeli dan penjual, menghilangkan biaya dari proses bisnis dan meningkatkan pilihan pelanggan [6]. Adopsi teknologi untuk pemasaran sangat penting untuk kelangsungan usaha kecil [7]. Masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya secara *offline* tanpa bantuan teknologi. Dengan demikian, upaya yang dilakukan adalah dengan pendidikan kewirausahaan dalam berbisnis online dan pelatihan penggunaan teknologi dalam pemasaran produk [8].

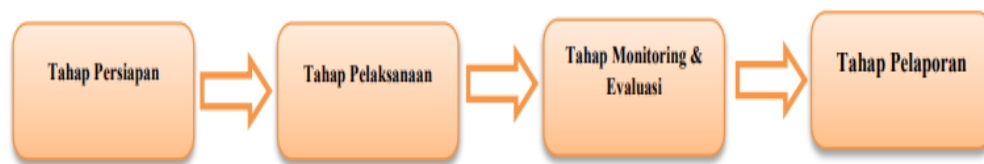
Kondisi dan permasalahan tersebut juga dihadapi oleh UMKM Koperasi Wanita Atsiri. Dikemukakan bahwa kurangnya keterampilan dalam menggunakan *platform* media social untuk promosi dan aplikasi desain foto yang menarik menjadi permasalahan yang paling banyak dihadapi oleh anggota koperasi tersebut. Hal ini mempengaruhi nilai jual produk dan pendapatan usaha Koperasi Wanita Atsiri. *Digital marketing* tidak hanya dapat membantu pemilik bisnis dalam menghasilkan klien, dapat pula menghemat anggaran iklan. Pelanggan atau *customer* merupakan salah satu hal penting dalam suksesnya sebuah bisnis. Oleh sebab itu, membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan tentunya sangat penting, manfaat *digital marketing* yang berikutnya adalah dapat menjadi sarana penghubung yang baik dengan konsumen. [9]. Faktor latar belakang pendidikan yang rendah dan kurangnya pengetahuan tentang internet, pengembangan, dan teknologi adalah alasan belum optimalnya penggunaan pemasaran digital pada UMKM. Dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap pengembangan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM [10].

Koperasi Wanita Atsiri Citayam berdiri sejak 11 Desember 2011 yang berlokasi di Jl. Sedap Malam Raya No 45 RT 01/12 Perumahan Atsiri Permai, Desa Ragajaya, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor. Setahun setelah berdiri, pada tanggal 18 April 2012 Koperasi Wanita Atsiri telah memiliki NIK 3201220040001 dengan Nomor Badan Hukum: 518/277/BH/KPTS/DISKOPERINDAG/VI/2012. Jika dilihat dari jenis usahanya, koperasi ini termasuk dalam jenis koperasi konsumen yang melayani simpan pinjam dan penjualan sembako.. Adanya pertemuan rutin digunakan sebagai salah satu ajang menjaga silaturahmi dan saling bertukar informasi terutama bagi pengusaha UMKM. Jumlah anggota dari koperasi tersebut ini sebanyak 24 pelaku UMKM yang memiliki usaha di bidang kuliner, souvenir dan catering.

Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pentingnya menerapkan sosial media untuk pemasaran digital untuk meningkatkan omset penjualan. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan penggunaan sosial media dan desain serta memberi edukasi/pembelajaran kepada UMKM Koperasi Wanita Atsiri untuk menaikkan branding produk mereka menjadi lebih tinggi dan dikenal melalui media social sehingga akan meningkatkan penjualan produk.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode pemberian pelatihan secara *hybrid learning* dengan presentasi materi yang atraktif. Pada kegiatan pengabdian masyarakat dibagi menjadi 4 (empat) tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan evaluasi dan pelaporan yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

### Persiapan

Pada tahap persiapan, panitia pengabdian masyarakat melakukan persiapan diantaranya :

- Melakukan survei dan tinjauan lapangan yaitu UMKM Koperasi Wanita Atsiri, Bogor.
- Merumuskan permasalahan prioritas dan solusi yang akan ditawarkan dengan memperhatikan kepakaran yang dimiliki tim pengusul bersama mitra.
- Menyusun proposal kegiatan dengan penanggung jawab ketua tim pengusul.
- Melakukan koordinasi persiapan pelaksanaan kegiatan dengan penanggungjawab UMKM Koperasi Wanita Atsiri, Bogor.
- Melakukan sosialisasi program kepada mitra.
- Menentukan waktu pelaksanaan setiap kegiatan, dengan penanggung jawab ketua tim pengusul.
- Melaksanakan serangkaian kegiatan, dengan penanggung jawab seluruh *stakeholders*.
- Mengevaluasi hasil kegiatan secara keseluruhan, dengan penanggung jawab ketua tim pengusul dan ketua tim dari mitra.

Berdasarkan survey dan wawancara yang dilakukan oleh panitia dan penanggungjawab UMKM Koperasi Wanita Atsiri, Bogor. Beberapa permasalahan yang telah ditemukan dan solusi

permasalahan yang ditawarkan dari masalah yang dihadapi oleh mitra tersebut disajikan dalam bentuk tabel solusi sebagai berikut.

Tabel 1. Solusi Permasalahan

No	Permasalahan	Solusi	Target Luaran
1	Pemasaran masih bersifat konvensional	Memanfaat teknologi dalam pemasaran	Adanya peningkatan penjualan dengan memanfaatkan teknologi.
2	Kurangnya pemahaman dalam menggunakan social media dalam menerapkan <i>digital marketing</i>	Memberikan pemahaman konsep <i>digital marketing</i>	Adanya Peningkatan dan pemahaman dalam menerapkan <i>Digital Marketing</i> .
3	Kurangnya skill dalam mendesain foto/poster iklan yang menarik sebagai media promosi berbasis digital yang dapat membantu menaikkan pendapatan	Memberikan pelatihan desain foto/poster iklan menggunakan <i>platform</i> Canva	Adanya peningkatan skill dalam membuat desain foto/poster sehingga meningkatkan branding produk dan pendapatan.

### Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dari pihak penanggung jawab Koperasi Wanita Atsiri, dengan memberikan pelatihan sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Teknik yang digunakan dalam menyampaikan materi pelatihan adalah metode *hybrid learning* yakni pembelajaran yang menggabungkan atau mengkombinasikan antara pembelajaran daring dan tatap muka sehingga peserta yang berhalangan datang ke lokasi bisa tetap mengikuti pelatihan. Pelatihan daring menggunakan aplikasi Zoom meeting dan tatap muka dilakukan di Koperasi Wanita Atsiri, Bogor.

### Evaluasi

Setelah kegiatan selesai, para peserta diberikan kuesioner terkait dengan kegiatan yang telah dilakukan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar manfaat dari pelatihan yang telah dilaksanakan.

### Laporan

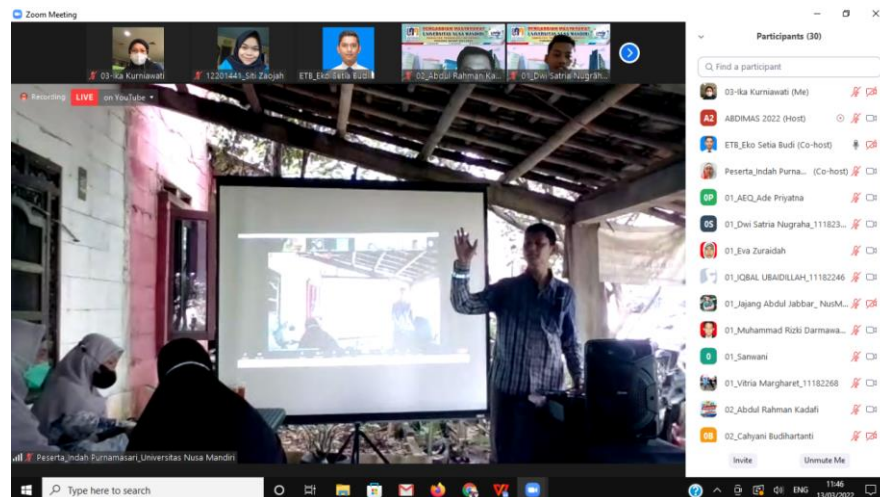
Pada tahapan ini hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah berupa Laporan, *Press Release* yang dipublish pada media elektronik serta dipublikasikan ke Jurnal kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

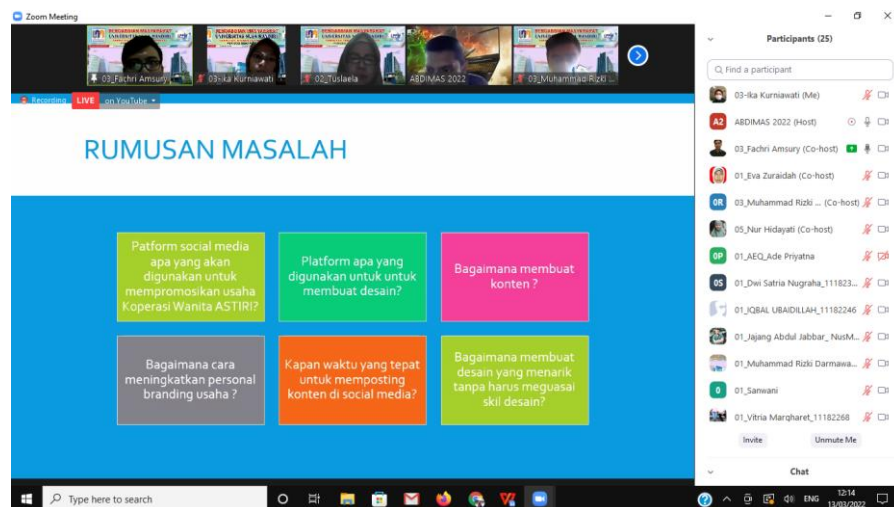
Pada kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan tema pelatihan pemanfaatan social media dan desain sebagai media promosi untuk meningkatkan branding produk dan meningkatkan penjualan di UMKM Koperasi Wanita Atsiri, Bogor, pelaksanaan program pelatihan dengan metode ceramah serta latihan studi kasus dengan media *hybrid learning* yakni menggabungkan atau mengkombinasikan pembelajaran daring dan tatap muka sehingga peserta yang berhalangan datang ke lokasi bisa tetap mengikuti pelatihan, dimana pelatihan daring memanfaatkan aplikasi Zoom Meeting. Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada hari Sabtu, tanggal

23 April 2022 jam 09.00 – 13.30 WIB dengan jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 24 orang dan selama kegiatan berlangsung para peserta mengikuti pelatihan dengan penuh antusias.

Pada pelatihan pemanfaatan sosial media dan desain sebagai media promosi ini, materi yang disampaikan diantaranya pengenalan *platform* sosial media (*Instagram, facebook, tiktok*), pengenalan *platform* untuk membuat desain : *canva*, cara membuat konten marketing yang menarik, dan cara membuat desain yang simple dengan *canva*. Aplikasi social media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana pelatihan kali ini adalah Instagram. Instagram dipilih karena menjadi salah satu *platform* yang banyak digunakan di Indonesia sehingga cocok digunakan sebagai media promosi suatu produk. Setelah selesai penjelasan umum, dimulai pelatihan cara menggunakan aplikasi Instagram, bagaimana cara mengunggah foto atau video untuk memasarkan suatu produk, waktu yang tepat untuk memposting konten promosi di social media. Selain itu penulis juga memberikan pengenalan *platform* desain dengan *canva*. Peserta diberi penjelasan dan praktek menggunakan Canva untuk membuat poster/mendesain foto produk yang akan diposting di social media. Aplikasi Canva dipilih karena memiliki beberapa kelebihan seperti dapat diakses melalui *smartphone*, interface yang sederhana, tersedia banyak template yang bisa langsung digunakan. Berikut ini dokumentasi kegiatan pelatihan digital marketing yang dilaksanakan menggunakan virtual meeting zoom.

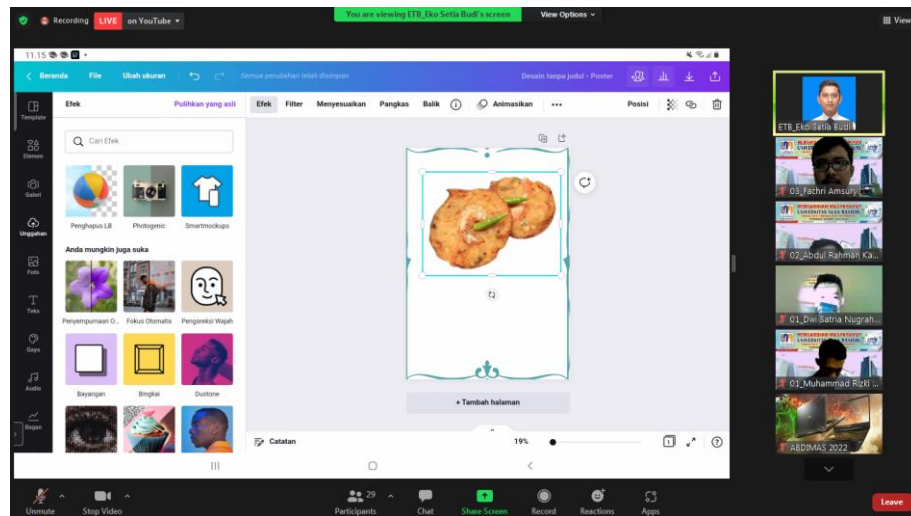


Gambar 2. Tutor memberikan penjelasan pengenalan social media dan desain





Gambar 3. Tutor Memberikan penjelasan Materi Sosial Media Sebagai Media Promosi



Gambar 4. Praktek Mebuat Desain Foto dengan Canva

Para peserta dibekali dengan bahan materi berupa modul yang sudah disiapkan oleh tim, setelah materi diberikan dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab agar tim memahami secara langsung permasalahan apa yang sering ditemui oleh peserta dalam menggunakan internet agar materi praktek yang diberikan lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Setelah selesai pemaparan materi dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab antara peserta dengan tim tutor.

Di akhir acara pelatihan para panitia kegiatan memberikan soal kuis dan tugas yang berguna untuk mengevaluasi apakah materi pelatihan telah dapat dipahami oleh peserta. Selain itu agar lebih memberikan antusias kepada para peserta, panitia juga memberikan *doorprize* kepada peserta yang mendapat nilai tertinggi sehingga diharapkan dapat memotivasi peserta pelatihan. Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat selesai, para peserta diberikan kuesioner terkait dengan kegiatan yang telah dilakukan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar manfaat dari pelatihan ini. Para peserta pelatihan diberikan kuesioner menggunakan *google form* : <https://bit.ly/kuesionerPelatihanAtsiri> yang kemudian data kuesioner ini dipergunakan untuk evaluasi kegiatan pelatihan ini.

Berdasarkan dari hasil kuesioner yang telah disebar dan diolah, didapatkan bahwa para peserta merasa puas dengan adanya kegiatan pelatihan ini, materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan mereka, dan para peserta juga mengharapkan kegiatan pelatihan ini dapat terus dilaksanakan secara berkesinambungan. Hasil luaran kegiatan pelatihan ini selain publikasi ke Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat juga dalam bentuk *press release* yang dipublikasikan pada media masa dengan link sebagai berikut <https://news.nusamandiri.ac.id/2022/04/25/dosen-unm-beri-pelatihan-pemanfaatan-platform-media-sosial-dan-desain-untuk-media-promosi/>.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam program pelatihan pemanfaatan *platform* media sosial dan desain sebagai media promosi dan meningkatkan *branding* produk, disampaikan dengan metode pengajaran yang sederhana, atraktif dan mudah dimengerti oleh peserta UMKM Koperasi Wanita Atsiri. Setelah mengikuti pelatihan ini peserta dapat menerapkan dalam

menggunakan sosial media sebagai sarana atau media promosi dan meningkatkan *skill* dalam mendesain foto atau poster produk untuk iklan yang lebih menarik menggunakan media digital sehingga dapat menaikkan *branding* produk mereka menjadi lebih tinggi dan dikenal melalui media sosial sehingga target untuk meningkatkan penjualan produk dapat tercapai. Hasil data kuesioner diperoleh bahwa peserta merasa puas dan mengharapkan pelatihan ini dilaksanakan secara berkesinambungan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada penanggungjawab dan seluruh anggota UMKM Koperasi Wanita Atsiri Bogor, yang telah mengikuti dan mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Terima kasih juga kepada seluruh panitia penyelenggara dan mahasiswa yang terlibat pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Putri and P. M. Agnes, Tren Media Sosial dalam Kemajuan Dunia Bisnis di Era Digitalisasi. m.kumparan.com, 2021.
- [2] Y. Christy, N. L. Dewi, and T. K. En, "Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Memasarkan Produk Unggulan Bumdes Kertajaya Cianjur Jawa Barat". *Jurnal Dinamika Pengabdian (JDP)*, 7(1), 175-182, 2021.
- [3] M. T. Febriyantoro and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- [4] D. Syarizka, Diambil kembali dari : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180228/12/744047/ekonomi.bisnis.com>, 2018.
- [5] A. Kurniawan and M. Asharudin, "Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing", *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* Volume 1, Number 2, Dec 2018
- [6] W. Rowan, *Digital Marketing : Using New Technologies to Get Closer to Your Customers*. London : Kogan Page, 2002
- [7] P. Alford and S. J. Page, "Marketing technology for adoption by small business. The Service Industries Journal", Vol. 35, Nos. 11–12, 655–669, 2015.
- [8] Susanti and Elisa, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor", *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, Volume 1, Nomor 2, 36-50, Agustus 2020.
- [9] Pranoto, Jasmani, and I. N. Marayasa, "Pelatihan *Digital Marketing* Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang". *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri*. Vol. 1, No. 2. 250-258, 2019.
- [10] I. Setiawati and P. Widyartati, "Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM". Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017, 2017.