

## PELATIHAN PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SEKTOR USAHA KECIL DI KELURAHAN GUNUNG LINGAI

Erni Setiawati<sup>1</sup>, Aura Nur Fadila<sup>2</sup>, Novita Dewi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam, Samarinda, Indonesia  
Email: <sup>1</sup>ernisetiawati043@gmail.com

### Abstract

*Businesspeople need effective marketing media with the aim of expanding their market share. Social media as a marketing tool is certainly related to marketing communications. In marketing communications, there is a marketing mix, one of which is promotion. The main reason someone does a promotion is so that the product being marketed is known to many people. After the product is known by many people, sales results also increase. The main thing in promotion is to make effective persuasive messages to attract consumers' attention. An effective message strategy is a message that can convey promotional objectives. The purpose of doing this community service is to provide knowledge about social media for business people and the importance of social media as a promotional medium. The benefits of doing this community service are that it helps business actors make better use of social media for promotions and assists them in developing their businesses.*

**Keywords:** Training, Social Media, and Marketing Communications.

### Abstrak

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi. Tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah memberi pengetahuan tentang Media Sosial bagi para pelaku usaha dan pentingnya Media social sebagai media promosi. Manfaat dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah membantu pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan media social sebagai promosi dan membantu pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

**Kata Kunci:** Pelatihan, Sosial Media, dan Komunikasi Pemasaran.

### A. PENDAHULUAN

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018) Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis. Country Director Facebook Indonesia, Sri Widowati mengatakan bahwa 80% user Instagram mengikuti setidaknya satu akun bisnis.

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi

adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Tujuan dari PKM ini, diharapkan sektor usaha kecil di kelurahan gunung lingai dapat memahami pentingnya Media Sosial didalam Bisnis dan dapat memaksimalkan pemanfaatan media social sebagai komunikasi pemasaran. Diharapkan sektor usaha kecil di kelurahan gunung lingai dapat memanfaatkan media social sebagai promosi dan membantu pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

## **B. PELAKSAAN DAN METODE**

Pelaksanaan kegiatan PKM ini melibatkan dosen, mahasiswa dan juga beberapa usaha kecil yang berada di keluraan gunung lingai. Metode kegiatan berupa sosialisasi dengan presentasi dan tanya jawab mengenai pentingnya Media Sosial didalam Bisnis untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha. Setelah presentasi dan tanya jawab kemudian kegiatan dilakukan dengan praktek langsung bagaimana menggunakan media sosial dengan menggunakan alat/perengkapan perag. kemudian dari hasil PKM akan dilakukan pemantauan berkala melalui kegiatan PKM berikutnya. Objek Penelitian adalah usaha kecil yang berada di keluraan gunung kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada hari Sabtu, 22 Juli 2023 di kelurahan Gunung Lingai. Sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini hanya beberapa pelaku UMKM saja yang melakukan kegiatan promosi melalui social media karena minimnya. pengetahuan media social sebagai komunikasi pemasaran. Sehingga pelaku usaha sulit dalam mengembangkan usahanya. Namun setelah dilakukannya penyuluhan ini para pelaku usaha tersebut mulai memahami cara mempromosikan produknya melalui media sosial. Dan para pelaku usaha akan mengaplikasikan promosi melalui media social agar usahanya dapat berkembang

## **D. PENUTUP**

Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi. Tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah memberi pengetahuan tentang Media Sosial bagi para pelaku usaha dan pentingnya Media social sebagai media promosi. Manfaat dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah membantu pelaku usaha untuk lebih memanfaatkan media social sebagai promosi dan membantu pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

## **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Puspitarini & Nuraeni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House), 2019
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.