

**PENERAPAN SOSIAL MEDIA MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (KERUPUK ARLOVA)**

**(APPLICATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING AS A MARKETING
STRATEGY FOR MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (ARLOVA
CRACKERS))**

Mirra Sri Wahyuni¹, Diah Khairiyah², Mardhiyah Dwi Ilhami³

¹²³ Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Kota Bengkulu, Indonesia
mirra@umb.ac.id

Abstrak: Social Media Marketing yaitu suatu kegiatan pemanfaatan platform sosial media dalam melakukan aktivitas promosi suatu usaha. Mitra pada kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam rangka kuliah kerja nyata ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang usaha jual beli kerupuk olahan rumah tangga dengan nama kerupuk Arlova, yang berlokasi di kelurahan bentiring permai kota Bengkulu. Usaha ini sudah berdiri kurang lebih selama 2 tahun, akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih menggunakan cara-cara konvensional. Oleh karena itu UMKM kerupuk Arlova ini perlu diberikan pelatihan dalam pemanfaatan sosial media marketing sebagai strategi pemasaran, guna meningkatkan sistem pemasaran UMKM dan memperluas cakupan target pemasaran usaha. Selain itu, nantinya UMKM akan diberikan pendampingan dalam membuat akun sosial media yaitu Instagram dan Facebook serta cara pembuatan konten promosi menggunakan platform Canva. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dengan memberikan materi berupa pemanfaatan media sosial, serta pendampingan dan pelatihan pembuatan dan pengelolaan akun media sosial sebagai strategi pemasaran.

Kata Kunci : Sosial Media, Usaha Mikro Kecil Menengah, Marketing.

Abstract: *Social Media Marketing is an activity that uses social media platforms to carry out promotional activities for a business. Partners in community service activities in the context of this real work lecture are Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which are engaged in the business of buying and selling processed household crackers under the name Arlova crackers, which are located in the Bentiring Permai sub-district, Bengkulu City. This business has been established for approximately 2 years, but its marketing activities still use conventional methods. Therefore, Arlova cracker MSMEs need to be given training in using social media marketing as a marketing strategy, in order to improve the MSME marketing system and expand the scope of business marketing targets. Apart from that, later MSMEs will be given assistance in creating social media accounts, namely Instagram and Facebook, as well as how to create promotional content using the Canva platform. The method used is socialization by providing material in the form of using social media, as well as assistance and training in creating and managing social media accounts as a marketing strategy.*

Keywords: *Social Media, Micro, Small and Medium Enterprises, Marketing.*

Received	Revised	Published
23 November 2023	10 Januari 2024	15 Januari 2024

Pendahuluan

Seiring berkembangnya teknologi informasi, gaya hidup masyarakat mulai berubah, perubahan ini telah mempengaruhi lingkup pemasaran usaha saat ini. sebelumnya metode pemasaran hanya bersifat tradisional dan konvensional akan tetapi terkait perubahan gaya hidup masyarakat dikarenakan perkembangan teknologi telah merubah metode pemasaran menjadi terintegrasi dengan dunia digital. Mengutip dari artikel (Jannatin et al., n.d.) *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital,

digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen.

Pada masa sekarang ini penggiat Usaha Mikro Kecil Mengengah (UMKM) hendaknya bisa memanfaatkan media digital khususnya sosial media sebagai salah satu strategi pemasaran produknya sehingga cakupan pemasaran dapat lebih luas lagi dan mampu meningkatkan penjualan produk usaha. Dengan adanya sosial media marketing dapat menguntungkan para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, seperti lebih mudah dalam promosi produk, tempat lokasi usaha tidak lagi menjadi salah satu tolak ukur dalam kesuksesan usaha, hingga pembayaran dapat dilakukan melalui teknologi digital.

Pemanfaatan sosial media sebagai salah satu media pemasaran produk akan sangat membantu pelaku usaha, beberapa sosial media yang cukup banyak dimanfaatkan pelaku usaha adalah Instagram dan facebook, dimana merupakan media yang banyak dikenal dan digunakan oleh masyarakat baik itu kalangan menengah kebawah maupun atas, dan dari berbagai usia. Selain dikenal oleh masyarakat luas penggunaan kedua media ini terbilang cukup mudah dan sederhana yang menjadikannya sebagai sosial media yang paling banyak digemari oleh masyarakat.

Facebook sendiri adalah salah satu platform sosial media dan layanan jejaring sosial online yang bisa menghubungkan sesama pengguna walaupun terhalang jarak yang sangat jauh, facebook dapat diakses melalui perangkat dengan konektivitas internet baik itu computer, laptop maupun smartphone, pengguna hanya perlu mendaftar akun facebook dan setelahnya pengguna dapat mengakses semua fungsi yang disediakan oleh facebook seperti mengupload foto, video maupun bercakap-cakap dengan sesama pengguna dari lokasi yang sangat jauh. Adapun Instagram adalah sosial media yang berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi dan video secara online. Pada aplikasi Instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit sedemikian rupa dengan berbagai filter yang disediakan dan dapat diatur dengan tag dan informasi lainnya, unggahan dapat dibagikan secara public ataupun hanya pada pengikut yang sudah disetujui oleh pengguna. Pada aplikasi ini pengguna dapat mencari konten yang sedang dalam trending yang ada berdasarkan tag dan lokasi,.

Penggunaan kedua sosial media ini tidak luput dari pembuatan konten yang menarik sehingga dapat menarik minat pengguna lainya untuk melihat konten yang telah diupload pada aplikasi dan memungkinkan pengguna dikenal diantara pengguna lainnya. Salah satu tempat untuk pembuatan konten yang menarik dan mudah digunakan adalah dengan menggunakan Canva. Canva adalah sebuah platform yang digunakan sebagai alat bantu desain dan publikasi online dengan tujuan untuk memberdayakan semua orang diseluruh dunia agar dapat membuat desain apa pun dan mempublikasikannya dimana pun.

Dalam pemanfaatan sosial media menjadi strategi pemasaran tidak bisa dipungkiri produsen harus mampu membuat desain konten yang bagus dan menarik sehingga dapat menarik minat pengguna lain untuk membeli produk yang produsen tawarkan. Dengan ini kemampuan untuk menggunakan sosial media dan pembuatan konten yang menarik akan menjadi modal yang sangat penting bagi pemilik suatu usaha dalam penerapan sosial media marketing sebagai strategi pemasaran mereka.

Pada pengabdian kepada masyarakat dalam rangka kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan mahasiswa ini, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan ilmu yang mereka dapatkan dalam proses pendidikannya pada kehidupan masyarakat yang sebenarnya dalam hal ini dengan melihat kondisi umum yang ada dimasyarakat mahasiswa menemukan bahwa pada daerah mahasiswa melakukan kegiatan masih terdapat usaha kecil yang belum mampu mengaplikasikan perkembangan teknologi dalam pengoprasian usaha mereka. Pada kegiatan kali mahasiswa bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan bagi pelaku UMKM tepatnya pada UMKM Kerupuk Arlova.

Usaha Kerupuk Arlova ini berlokasi di kelurahan bentiring permai tepatnya di RT 09 RW 03. Usaha ini sudah berdiri kurang lebih selama 2 tahun akan tetapi belum memanfaatkan sosial media sebagai sarana dalam memasarkan produknya. Pelaku usaha ini masih bergantung dari pengenalan dari mulut kemulut untuk memperkenalkan usahanya kepada calon konsumen. Sehingga cakupan penjualannya tidak terlalu besar dan hanya berfokus kepada konsumen yang sudah menjadi langganan. Sehingga perkembangan usaha terbilang cukup lambat. Sekarang ini Semakin banyak pelaku usaha yang aktif menggunakan sosial media sebagai media dalam memasarkan produknya, oleh karena itu diperlukan pelatihan dalam menerapkan sosial media marketing khususnya melalui Instagram dan facebook kepada pelaku usaha Usaha Mikro Kecil Menengah yang menjadi target pada pengabdian ini guna dapat bersaing dan dapat meningkatkan penjualan produknya.

Analisis Situasi

Analisis situasi dilakukan pada UMKM Kerupuk Arlova ini dengan tujuan mendapatkan gambaran umum situasi usaha sehingga penulis dapat mengetahui pokok permasalahan dari usaha UMKM ini, maka dari itu penulis dan target dapat menentukan solusi yang tepat dalam mengatasi masalah yang timbul. Adapun gambaran umum dari usaha UMKM Kerupuk Arlova didapatkan bahwa, usaha sudah berdiri selama kurang lebih 2 tahun, dan didirikan oleh ibu Lasmiana sebagai pemilik serta terdapat 2 orang pekerja. Pekerja didapatkan dari anggota keluarga dari ibu lasmiana sendiri. Dalam 1 kali produksi usaha UMKM Kerupuk Arlova dapat membuat 16 kg. dalam 1 kali produksi dibutuhkan 2-3 hari pengerjaan. Proses pembuatan 1 hari dan pengeringan 1-2 hari tergantung cuaca.

Dalam 16 kg produksi didapatkan kurang lebih 100 bungkus kerupuk dengan harga jual Rp 5.000/ bungkus, proses pemasaran dilakukan dengan menitipkan kerupuk ke beberapa toko kelontong yang dimiliki masyarakat disekitar tempat produksi usaha. Pada awal usaha ibu lasmiana sempat mencoba mempromosikan produknya melalui media sosial yaitu facebook. Akan tetapi karena kurangnya pemahaman akan pemasaran digital beliau mengaku kurangnya respon calon konsumen pada postingan beliau, maka dari itu ibu lasmiana memutuskan untuk hanya memasarkan produknya menggunakan cara menitipkan produk pada toko roko kelontong disekitar area produksi usaha.

Setelah melakukan riset awal didapatkan beberapa permasalahan pokok yang ada di UMKM Kerupuk Arlova, yaitu sebagai berikut :

1. Pada UMKM Kerupuk Arlova selama 2 tahun berdirinya usaha, pemilik dan pekerja masih belum memanfaatkan teknologi informasi dengan baik dalam menjalankan usaha mereka, sehingga perkembangan dari usahanya terbilang cukup lambat.
2. Pemahaman akan teknologi yang kurang dari pemilik dan pekerja UMKM Kerupuk Arlova mengenai sosial media marketing menjadikan kurangnya promosi dari usaha sehingga cakupan usaha hanya berkisar didaerah produksi saja.
3. Kurangnya pemahaman akan teknologi menjadikan pembelajaran dari pemilik dan pekerja UMKM Kerupuk arlova mengenai pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha dapat menjadi salah satu penyebab usaha sulit berkembang.
4. Kurangnya kemampuan dalam pembuatan konten dalam media sosial menjadikan potensi pemasaran dari usaha tidak terlalu menarik sehingga masyarakat kurang tahu dan kurang tertarik akan produk.

Dari permasalahan yang timbul penulis dan tim serta target dalam pengabdian ini sepakat untuk melakukan kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk. Kegiatan ini dilakukan di lokasi usaha UMKM Kerupuk Arlova dengan cara memberikan materi mengenai pemanfaatan sosial media dalam proses pemasaran produk, memberikan pendampingan kepada target dalam pembuatan akun sosial media usaha yaitu akun facebook dan Instagram, serta akan diberikan juga pelatihan penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan desain konten pemasaran produk yang nantinya akan dipublikasikan pada dua platform media sosial yaitu facebook dan Instagram.

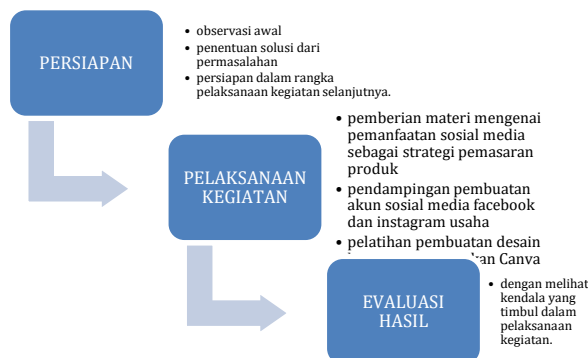
Metode

Sesuai dengan hasil observasi awal yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum kegiatan usaha dan pemasaran produk usaha Kerupuk Arlova didapatkan bahwa usaha Kerupuk Arlova ini sudah beroperasi kurang lebih selama 2 tahun dengan skala usaha rumahan, yang didirikan oleh ibu Lasmiana dengan lokasi awal berada di kelurahan jitra dan sekarang berpindah lokasi di kelurahan bentiring permai tepatnya pada RT 09 RW 03 . Usaha ini memiliki 2 pekerja dimana adalah bagian dari keluarga pemilik usaha. Kegiatan pemasaran masih terbilang tradisional yaitu dengan cara menitipkan produk ke beberapa tempat seperti toko-toko kecil atau yang biasa dikenal dengan warung. Metode promosi yang dilakukan juga masih terbilang tradisional yaitu hanya mengandalkan promosi *word of mout* (WOM) atau yang lebih biasa diketahui sebagai promosi dari mulut kemulut.

Oleh karena itu penulis dan tim dari kelompok kuliah kerja nyata universitas Muhammadiyah Bengkulu memberikan sosialisasi dan pelatihan serta pendampingan dalam penggunaan sosial media khususnya Instagram dan facebook serta pelatihan dalam pembuatan desain konten menggunakan media Canva, dalam pemasaran produk kepada pelaku usaha Kerupuk Arlova dengan tujuan setelah terlaksananya kegiatan ini pelaku usaha Kerupuk Arlova ini akan mampu mengaplikasikan yang sudah disampaikan pada saat kegiatan dalam menjalankan usaha kedepannya, sehingga pelaku usaha dapat lebih memperluas jangkauan dari usahanya.

Adapun Tahapan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

Tahap I



Gambar 1. bagan tahapan proses kegiatan

Pada tahap ini dilakukan observasi/ pengamatan secara langsung pada usaha Kerupuk Arlova dengan cara melihat langsung kondisi UMKM Kerupuk Arlova guna mencari tahu gambaran umum usaha dan mengetahui permasalahan inti yang terdapat pada usaha UMKM Kerupuk Arlova. serta menentukan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang timbul. Selain itu pada tahap ini dilakukan persiapan pelaksanaan kegiatan seperti menyiapkan instrument yang diperlukan seperti penyiapan materi yang akan disampaikan kepada pelaku usaha UMKM Terkait dengan pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk.

Tahap II (Pelaksanaan Kegiatan) Pada tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan pemaparan materi “penerapan sosial media marketing” kepada pelaku usaha UMKM, yang dilanjutkan dengan pendampingan dalam pembuatan akun sosial media dan penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran supaya lebih optimal. Selanjutnya dilakukan pelatihan penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan Desain Konten yang akan dipublikasikan dalam rangka memasarkan produk. Pada tahap ini diharapkan pelaku usaha dapat mengerti dan menerapkan materi dan pelatihan yang sudah disampaikan dalam pemasaran produknya.

Peserta pelatihan adalah pelaku usaha Kerupuk Arlova yaitu beberapa pekerja pada usaha UMKM. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam pemasaran produk dengan memanfaatkan sosial media.

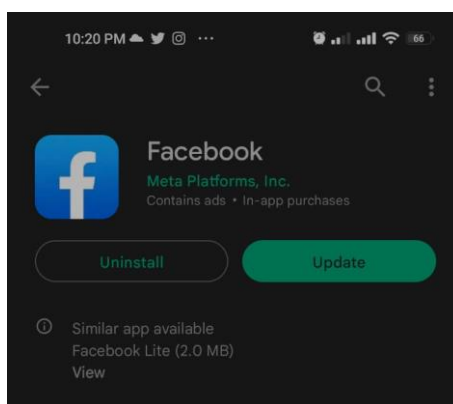
Tahap III (Evaluasi Hasil)

Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan dengan melihat perkembangan penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran pada usaha UMKM Kerupuk Arlova. Dan mendengarkan kendala dan kesulitan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam proses menerapkan sosial media marketing sebagai strategi pemasaran.

Hasil dan Pembahasan

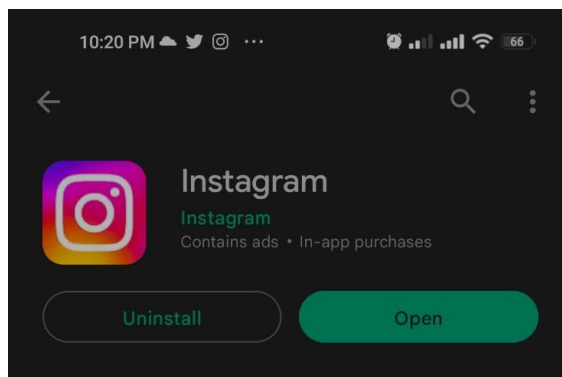
Menjalankan usaha secara online atau yang biasa dikenal dengan e-commerce akan sangat meningkatkan jangkauan pemasaran produk, Penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran produk dapat lebih menguntungkan para pelaku bisnis, contohnya dalam mempromosikan produk hingga menjual produk akan lebih mudah jika dilakukan secara online melalui platform yang ada seperti Instagram dan facebook. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyastuti, n.d.).

Facebook sendiri adalah salah satu platform sosial media dan layanan jejaring sosial online yang bisa menghubungkan sesama pengguna walaupun terhalang jarak yang sangat jauh, facebook dapat diakses melalui perangkat dengan konektivitas internet baik itu computer, laptop maupun smartphone, pengguna hanya perlu mendaftar akun facebook dan setelahnya pengguna dapat mengakses semua fungsi yang disediakan oleh facebook seperti mengupload foto, video maupun bercakap-cakap dengan sesama pengguna dari lokasi yang sangat jauh.



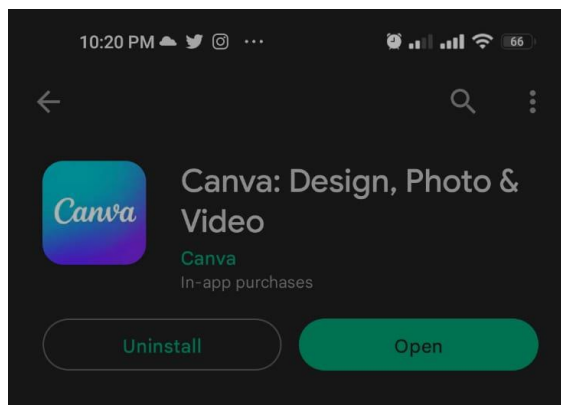
Gambar 2. screenshot aplikasi facebook yang digunakan dalam strategi pemasaran digital

Sedangkan Instagram adalah sosial media yang berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi dan video secara online. Pada aplikasi Instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit sedemikian rupa dengan berbagai filter yang disediakan dan dapat diatur dengan tag dan informasi lainnya, unggahan dapat dibagikan secara public ataupun hanya pada pengikut yang sudah disetujui oleh pengguna. Pada aplikasi ini pengguna dapat mencari konten yang sedang dalam trending.



Gambar 3. screenshot aplikasi instagram yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi

Adapun Canva yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah salah satu aplikasi yang digunakan sebagai alat bantu desain dan publikasi online dengan tujuan untuk memberdayakan semua orang diseluruh dunia agar dapat membuat desain apa pun dan mempublikasikannya dimana pun. Pada kegiatan pengabdian ini dilakukan pelatihan kepada pekerja Usaha UMKM Kerupuk Arlova mengenai penggunaan aplikasi Canva ini dengan tujuan memberikan tambahan kemampuan pekerja dalam mendesain promosi produk yang akan dipasarkan.



Gambar 4. screenshot aplikasi Canva yang digunakan dalam pelatihan pembuatan desain content instagram dan facebook

Selama kegiatan pengabdian diketahui bahwa usaha kerupuk arlova ini sudah berdiri dari 2 tahun yang lalu dengan lokasi pertama berada di kelurahan jitra kecamatan teluk segara kota Bengkulu. Hingga kurang lebih 1 tahun lalu berpindah lokasi di jalan WR. Supratmat Rt 09 Kelurahan Bentiring Permai kota Bengkulu. Pada awal berdiri usaha ini memproduksi kurang lebih 16 Kg kerupuk dalam 1 kali produksi, dalam 1 minggu bisa 3 sampai 4 kali produksi. Dengan 16 kg produksi dapat menghasilkan hingga 100 bungkus kerupuk siap konsumsi.

Berdasarkan pengakuan pemilik usaha seiring berjalannya waktu produksi kerupuk meningkat hingga dalam 1 bulan profit yang dihasilkan dapat mencapai 5 juta rupiah. Akan tetapi karena terjadinya pandemi covid 19 usaha kerupuk arlova ini sempat terhenti. Hingga setelah pindah lokasi usaha di kelurahan bentiring permai barulah usaha ini beroperasi Kembali. Akan tetapi produksi tidak sebanyak sebelumnya dikarenakan kurangnya permintaan akan produk. Hal ini dikarenakan masih banyak konsumen yang belum mengetahui produk ini.

Pemilik sempat menggunakan sosial media berupa facebook sebagai sarana memasarkan produknya, beliau menggunakan akun facebook pribadinya sebagai media pemasaran produknya, akan tetapi konsumen yang membeli produknya hanya orang-orang yang kenal dengan pemilik usaha, tidak ada konsumen baru. Selain mencoba memasarkan produknya

melalui akun facebook pribadinya pemilik usaha juga memasarkan produknya dengan cara menitipkan produk ke toko-toko tertentu. Dikarenakan perpindahan lokasi pemilik usaha mengaku bahwa sulit untuk mendapatkan calon konsumen baru untuk membeli produknya. Sehingga beliau mengakui bahwa pengembangan usahanya terhambat.

Dengan kegiatan pengabdian ini penulis dan tim melakukan sosialisasi pengenalan sosial media marketing kepada pemilik usaha sebagai strategi pemasaran produk guna memperluas cakupan pemasaran usaha. Penyampaian materi dilakukan secara langsung kepada pekerja Usaha UMKM Kerupuk Arlova dengan cara diskusi langsung, dilakukan dengan cara ini karena penulis dan tim sepakat bahwa jika materi diberikan contoh langsung maka target akan lebih mudah memahami materi yang disampaikan.



Gambar 5. proses pertemuan dan penentuan kegiatan yang akan dilaksanakan di UMKM Kerupuk Arlova

Pemberian materi diberikan sebanyak satu kali dengan peserta yang mengikuti sosialisasi adalah pekerja dari usaha UMKM Kerupuk Arlova. Pemberian materi dilakukan di rumah target yang sekaligus adalah lokasi usaha kerupuk Arlova. Materi diberikan secara tatap muka dengan bantuan laptop sebagai media untuk menampilkan materi dan contoh pengaplikasian sosial media marketing sebagai strategi pemasaran produk.



Gambar 6. proses pemberian materi dan pendampingan dalam pembuatan akun sosial media

Kegiatan selanjutnya dilakukan pendampingan dan pelatihan dalam pembuatan akun media sosial serta cara menggunakan sosial media sebagai media pemasaran, pada kegiatan ini dilakukan 2 tahap Pertama dilakukan pelatihan dalam pembuatan akun sosial media berupa Instagram dan facebook, kegiatan dilakukan di rumah pemilik usaha dengan memberikan

pelatihan dan pendampingan pembuatan akun sosial media mulai dari pembuatan email hingga pembuatan akun Instagram dan facebook. Kegiatan dilakukan dengan memberikan contoh langsung dan memberikan target pengabdian kesempatan langsung untuk mencoba pembuatan akun sosial media dan pengisian profil sosial media usaha.



Gambar 7. pelatihan dalam mendesain konten Instagram dan facebook menggunakan Canva

Tahap selanjutnya dilakukan pendampingan dalam pembuatan konten pada akun sosial media guna memasarkan produk. Kegiatan ini berisi pelatihan pembuatan konten menggunakan media canva sebagai bahan untuk diposting pada akun Instagram dan facebook nantinya. Penggunaan canva dipilih dikarenakan pengaplikasian yang mudah dipahami dan mudah diakses, hanya dengan menggunakan android saja sudah bisa diakses, selain itu karena tampilan yang mudah dipahami sehingga memudahkan pemula dalam menggunakannya.



Gambar 8. foto bersama pekerja UMKM Kerupuk Arlova

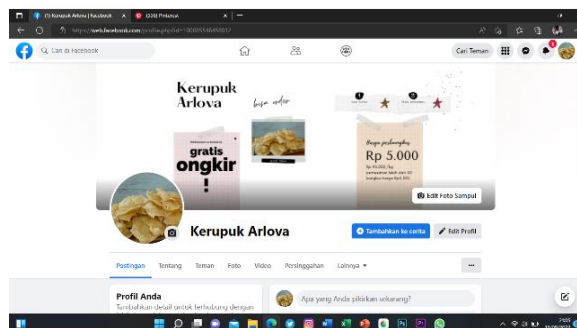
Setelah dilaksanakannya kegiatan dilakukan observasi hasil kegiatan, dalam tahapan ini penulis dan tim beberapa kali berkunjung kelokasi usaha guna melihat perkembangan dalam pengaplikasian materi yang disampaikan dan mencari tahu apakah target pada kegiatan

pengabdian ini merasa kesulitan dalam proses pengaplikasian sosial media marketing sebagai strategi pemasaran produk usaha.



Gambar 9. screenshot akun instagram UMKM Kerupuk Arlova setelah kegiatan dilakukan

Hasil yang diperoleh dalam Penerapan Sosial Media Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (Kerupuk Arlova) adalah pelaku usaha dapat menggunakan media sosial sebagai sarana dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan guna memperluas jangkauan usaha dan meningkatkan permintaan dan penjualan produk sehingga dapat menaikkan pendapatan usaha. Selain itu pelaku usaha juga lebih memahami strategi pemasaran digital sehingga mereka mampu bersaing dengan usaha-usaha lain yang sudah lebih dahulu menggunakan sosial media sebagai sarana pemasaran mereka.

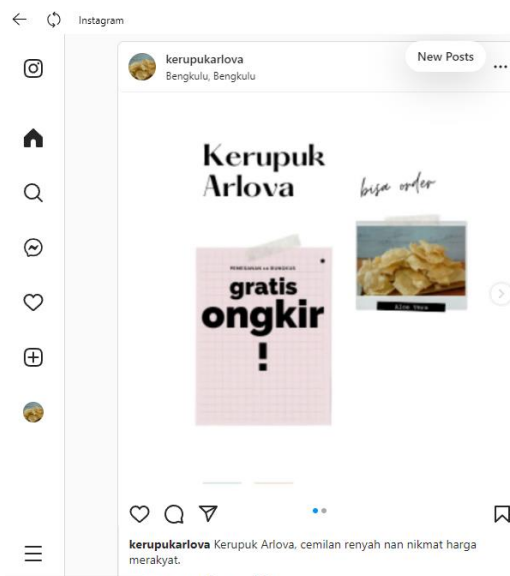


Gambar 10. screenshot akun facebook UMKM Kerupuk Arlova setelah kegiatan dilakukan

Secara khusus hasil dari kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Dengan penyampaian materi yang dilakukan secara langsung dan diberikan pelatihan serta pendampingan langsung pelaku usaha lebih mudah dalam memahami dan mengaplikasikan materi yang disampaikan dalam penerapan sosial media sebagai strategi pemasaran.
2. Dengan adanya kegiatan ini pelaku usaha kerupuk arlova mengaku lebih mudah mengerti dan dapat memahami penggunaan sosial media dan pembuatan konten pemasaran produk.
3. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan ini dianggap memberikan dampak yang positif terhadap usaha, karena itu pelaku usaha kerupuk

arlova berharap kedepannya akan dilaksanakan lagi kegiatan serupa, sehingga dapat memajukan usaha kecil, dan meningkatkan pendapatan usaha rumahan.



Gambar 11. screenshot postingan instagram UMKM Kerupuk Arlova

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian dalam rangka Kuliah Kerja Nyata ini telah memberikan pengalaman baru bagi mahasiswa yang terlibat khususnya, dengan adanya kegiatan ini penulis dan teman-teman kelompok dapat membagikan ilmu yang kami miliki kepada masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatan ada beberapa hal yang tidak terduga terjadi akan tetapi hal inilah yang menumbuhkan semangat kebersamaan dan juga menambah pengetahuan dan kedewasaan bagi masing-masing mahasiswa. Dari semua program dan kegiatan yang direncanakan dapat dirumuskan bahwa program telah dapat direalisasikan dengan baik oleh mahasiswa baik dalam penyampaian materi, memberikan pendampingan dan pelatihan kegiatan berjalan dengan lancar dengan beberapa hal tak terduga yang muncul dalam proses.

Kegiatan ini disambut baik oleh target dalam kegiatan pengabdian dalam hal ini adalah pemilik dan pekerja UMKM Kerupuk Arlova. tahap penentu keberhasilan suatu kegiatan terletak pada tahap pelaksanaan dan dalam pelaksanaannya kegiatan ini terbilang cukup sukses baik dari tahap awal hingga akhir acara, peserta dalam kegiatan yaitu para pekerja UMKM Kerupuk Arlova sangat antusias dalam melakukan kegiatan mulai dari awal pemberian materi hingga pelatihan semua dilaksanakan dengan lancar.

Program pengabdian seperti ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha kecil, dan dapat membantu proses pengembangan masyarakat. Oleh karena itu penulis dan tim sebagai mahasiswa yang melaksanakan kegiatan berharap kedepannya dari pihak universitas dapat mengadakan kegiatan kegiatan serupa dengan memberikan bimbingan kepada masyarakat dalam proses pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan mahasiswa didalamnya sehingga mahasiswa dapat menambah pengetahuan berbarengan dengan memberikan bantuan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih yang terdalam penulis dan tim ucapkan kepada semua pihak yang telah terlibat dalam kegiatan sosialisasi social media marketing ini sehingga penulis dan tim dapat menyelesaikan kegiatan dari awal hingga selesai, diantaranya:

1. Ibu Lasmiana Selaku Pemilik dari Usaha UMKM Kerupuk Arlova dan para pekerjanya yang telah mengijinkan kami serta sudah mengikuti kegiatan dengan penuh antusias dari awal kegiatan sampai dengan selesai.
2. Keluarga dan teman-teman yang mendukung proses pelaksanaan pengabdian ini.

Referensi

Jannatin, R., Wardhana², M. W., Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (n.d.). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM*.

Widyastuti, D. A. (n.d.). *LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA MIKRO Oleh*.