

MEMPERKUAT BISNIS LOKAL MELALUI KREATIVITAS DIGITAL: PELATIHAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PELAKU UMKM

Purnama Andri Mardapa, Sri Wahyuning, Luluk Priyanti, Yulianto Harinugroho*, Himawan Agung Nugroho

Program Studi Manajemen, Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

*Penulis Koresponden, e-mail: yulianto@amayogyakarta.ac.id, HP 081393412394

ABSTRAK

Peningkatan daya saing dan keberlanjutan bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi prioritas dalam era digital ini. Artikel ini mendokumentasikan sebuah pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memperkuat bisnis lokal di Padukuhan Benyo, Sendangsari, Bantul, DIY melalui penerapan kreativitas digital. Pelatihan teknik foto produk, pembuatan poster, dan pengelolaan media sosial diadakan sebagai upaya untuk memberdayakan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan potensi digital dalam pemasaran dan promosi. Pelatihan ini melibatkan 30 peserta dari berbagai usaha mikro kecil dan menengah di wilayah Padukuhan Benyo. Peserta diperkenalkan dengan konsep dasar fotografi produk, desain grafis untuk poster promosi, serta strategi pengelolaan media sosial, dengan fokus pada platform Instagram. Para peserta aktif erlibat dalam sesi praktis dan diskusi interaktif untuk mengasah keterampilan mereka dalam menciptakan konten visual yang menarik dan efektif. Setelah mendapatkan materi penguatan UMKM, peserta menyatakan lebih semangat untuk menggunakan teknologi digital guna memperkuat bisnis mereka.

Kata Kunci : Bisnis Lokal, Digital Marketing, Media Sosial.

ABSTRACT

Increasing the competitiveness and sustainability of micro, small and medium businesses (MSMEs) is a priority in this digital era. This article documents a community service that aims to strengthen local businesses in Padukuhan Benyo, Sendangsari, Bantul, DIY through the application of digital creativity. Training on product photography techniques, poster making and social media management was held as an effort to empower MSMEs to utilize digital potential in marketing and promotions. This training involved 30 participants from various micro, small and medium enterprises in the Padukuhan Benyo area. Participants are introduced to the basic concepts of product photography, graphic design for promotional posters, as well as social media management strategies, with a focus on the Instagram platform. Participants actively engage in practical sessions and interactive discussions to hone their skills in creating interesting and effective visual content. After receiving material on strengthening MSMEs, participants stated that they were more enthusiastic about using digital technology to strengthen their businesses.

Keywords: Local Bussiness, Digital Marketing, Social Media.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, kemampuan untuk memperkenalkan produk secara efektif melalui media sosial dan *platform* online telah menjadi kunci utama

bagi keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan informasi yang diterima di Kalurahan Sendangsari, Bantul memiliki beberapa sektor usaha, diantaranya: kerajinan, peternakan, perikanan, industri rumah tangga, jasa (bengkel, photo kopi, dll). Saat ini tidak jarang dalam peningkatan usaha ekonomi rakyat ditemukan permasalahan berbagai, namun permasalahan yang ada di Desa Sendangsari sudah mulai membaik. Banyak dukungan baik dari pemerintah maupun lembaga non-pemerintah lainnya yang turut membantu peningkatan perekonomian rakyat dengan menyelenggarakan program-program yang sesuai potensi di masyarakat.

Dalam rangka mendukung dan memperkuat UMKM lokal, kami meluncurkan inisiatif memberikan pengabdian masyarakat berupa program pelatihan terkait pemanfaatan digitalisasi dalam mengenalkan produk atau usaha yang dimiliki. Pengabdian masyarakat ini memberikan pelatihan praktis mengenai digital marketing yang meliputi teknik fotografi produk, pembuatan poster yang menarik, dan strategi efektif dalam mengelola media sosial.

Digital Marketing merupakan sebuah usaha atau metode untuk memasarkan sebuah produk atau merek dengan media pendukung dalam bentuk digital (Alimudin & Purwantoro, 2022). Dalam menarik konsumen, digital marketer atau perusahaan yang memiliki suatu produk berlomba-lomba membuat konten semenarik mungkin untuk menampilkan produk mereka dalam kegiatan pemasaran berbasis digital (Alimudin & Purwantoro, 2022).

Program ini dirancang khusus untuk memberdayakan para pelaku UMKM agar dapat bersaing secara lebih efektif dalam pasar digital yang kompetitif.

Melalui serangkaian pelatihan intensif, peserta akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan praktis yang diperlukan untuk:

1. Teknik Fotografi Produk: Memahami prinsip dasar fotografi produk, pengaturan lighting, komposisi gambar, dan teknik editing sederhana untuk menghasilkan gambar yang menarik dan profesional.
2. Pembuatan Poster: Mengenal konsep desain grafis, pemilihan warna yang tepat, tata letak yang efektif, dan penggunaan perangkat lunak desain untuk menciptakan poster yang memikat dan informatif.
3. Pengelolaan Media Sosial: Memahami strategi dasar dalam membangun merek secara online, mengelola konten yang relevan dan menarik, serta menerapkan teknik promosi yang efektif melalui berbagai platform media sosial.

Diharapkan, melalui partisipasi aktif dalam program ini, para peserta dapat meningkatkan kualitas gambar produk mereka, merancang poster yang menarik perhatian pelanggan potensial, serta mengelola kehadiran mereka di media sosial dengan lebih efektif. Dengan pelatihan ini kami yakin bahwa upaya bersama ini akan membawa dampak yang signifikan dalam memperkuat ekosistem UMKM lokal melalui pemanfaatan teknologi digital.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan Mei 2024, mulai pukul 08.00 hingga 12.30 WIB. Kegiatan ini berlangsung di Padukuhan Benyo, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Partisipan dalam kegiatan ini terdiri dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berdomisili di sekitar wilayah Padukuhan Benyo. Total peserta yang terlibat adalah 30 orang, yang masing-masing telah mendaftar dan disetujui keikutsertaannya oleh Kepala Padukuhan Benyo. Kegiatan ini diisi dan dipandu oleh tim dosen yang berjumlah 5 orang yang memiliki background manajemen, bahasa, pemasaran dan IT yang memiliki pengalaman dalam industri kreatif dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian masyarakat dirancang untuk mencakup empat sesi utama:

1. Sesi Penyampaian Teori Digital Marketing dan Penciptaan Produk (08.00-09.30)

Presentasi mengenai pengertian digital marketing, macam-macam digital marketing, tantangan dalam bisnis di era digital. Disampaikan oleh Luluk Priyanti, S.d., M.Hum dan Sri Wahyuning, S.Pd., M.M.

2. Sesi Teknik Fotografi (09.30-10.30)

Presentasi singkat tentang prinsip dasar fotografi produk. Demonstrasi praktis mengenai pengaturan lighting, komposisi gambar, dan teknik editing, dilanjutkan sesi tanya jawab dan diskusi interaktif. Disampaikan oleh Dr. Drs. H. Purnama Andri Murdapa, M.M. Untuk sesi pelatihan fotografi produk, digunakan peralatan fotografi yang dalam hal ini menggunakan kamera dari Handphone, tripod, dan laptop untuk demonstrasi editing.

3. Sesi Pembuatan Poster (10.30-11.30)

Penjelasan mengenai konsep desain grafis dan tata letak yang efektif. Demonstrasi praktis menggunakan perangkat lunak desain untuk membuat poster (Canva) dilanjutkan sesi praktik langsung bagi peserta untuk merancang poster sesuai dengan produk

mereka. Disampaikan oleh Yulianto Harinugroho, S.Kep., M.M. Untuk sesi pembuatan poster, digunakan perangkat lunak desain grafis seperti Adobe Photoshop atau Canva melalui Handphone.

4. Sesi Pengelolaan Media Sosial (11.30-12.30)

Diskusi tentang strategi dasar dalam membangun merek secara online dan mengelola konten media sosial. Penjelasan mengenai teknik promosi yang efektif melalui berbagai platform media sosial dilanjutkan sesi tanya jawab dan pembahasan studi kasus untuk memperkuat pemahaman. Disampaikan oleh Himawan Agung Nugroho, S.E., M.M. Untuk sesi pengelolaan media sosial, digunakan proyektor dan layar untuk presentasi, serta contoh-contoh aplikasi media sosial yang akan dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pengabdian masyarakat yang telah dilakukan mengenai kreativitas digital ini, peserta memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan untuk keperluan marketing, khususnya dalam penggunaan teknik fotografi produk, pembuatan poster dengan Canva, dan pengelolaan media sosial Instagram. Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer yang fokus pada berbagi foto dan video. Platform ini dapat digunakan oleh bisnis untuk mempromosikan produk atau layanan mereka (Mukhlis, dkk., 2023).

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini secara langsung berkaitan dengan beberapa hasil pengabdian sebelumnya yang telah dipublikasikan dalam literatur. Pengabdian terdahulu telah menyoroti pentingnya penguasaan keterampilan digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kurniawan dan Alhifni (2022), program yang dijalankan adalah pelaku UMKM menjadi lebih paham dan mengerti akan manfaat dari pemasaran, penggunaan media digital dan serta menjadi paham bagaimana cara-cara pelaksanaannya. Tingkat pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha menjadi lebih baik sehingga kedepannya usaha yang dijalankan akan berkembang dan menjadi usaha yang mandiri.

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan teknik fotografi produk, pembuatan poster dengan Canva, dan pengelolaan media sosial Instagram memberikan gambaran kepada pelaku UMKM lokal dalam memanfaatkan potensi digital untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Melalui pendekatan praktis dan kolaboratif, pelaku UMKM di Padukuhan Benyo, Kalurahan Sendangsari, Pajangan, Bantul tampak lebih semangat lagi untuk mengembangkan UMKM,

hingga mereka membuat jargon motivasi yang berbunyi “UMKM Benyo, Sehat, Bahagia, Sejahtera”. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dengan memberikan pelatihan yang praktis dan relevan bagi para pelaku UMKM. Selain lebih mengenal pemasaran digital, pelaku menjadi lebih memahami pentingnya inovasi untuk menarik pelanggan baru ataupun mempertahankan loyalitas pelanggan yang ada.



Gambar 1: Narasumber Menyampaikan Materi

Pada kegiatan pelatihan kali ini, peserta mendapatkan pengetahuan terkait teknik pengambilan gambar untuk membuat konten atas produknya. Peserta juga antusias untuk terlibat dalam sesi praktek yang dipandu oleh dosen pengabd.



Gambar 2: Peserta Ikut Terlibat Praktek Langsung



Gambar 3: Foto Bersama Peserta dan Dosen Pengabdi

Gambar tersebut merepresentasikan momen penting selama pelatihan berlangsung dan menunjukkan tingkat keterlibatan peserta dalam kegiatan. Dengan membantu UMKM lokal untuk memperkuat kehadiran mereka secara online, pelatihan ini dapat membuka peluang baru dalam meningkatkan penjualan dan daya saing bisnis lokal dalam skala yang lebih luas. *Digital marketing* menawarkan lebih banyak manfaat dari pemasaran konvensional, salah satunya adalah mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya rendah (Maelana, Wijayanti, Murdapa, Purwanta, & Wahyudiyono, 2023). Meskipun bisnis rintisan memiliki produk yang solutif dan inovatif tetapi bila dalam pemasaran atau penyajian foto produk kurang menarik maka akan kesulitan dalam menarik konsumen (Nurlaily, Asmoro, & Aini, 2021).

Pengabdian kepada masyarakat ini juga menyoroti pentingnya kreativitas digital dalam memperkuat bisnis lokal, terutama bagi UMKM di wilayah Padukuhan Benyo. Keterampilan dalam teknik fotografi produk, pembuatan poster, dan pengelolaan media sosial menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM di pasar digital. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2015) mengenai pengaruh *digital marketing* terhadap keunggulan UMKM menemukan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya (Ratnasari, Arnu, & Hannie, 2021). Dalam dunia online, media sosial mendefinisikan kembali cara orang berinteraksi satu sama lain, memungkinkan orang menjalin relasi tanpa rintangan geografis dan demografis (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2019). Platform media sosial dan teknologi kecerdasan buatan telah mengubah cara konsumen mencari informasi, berinteraksi dengan merek dan membuat keputusan pembelian (Raniya, Lubis, Kesuma, Tabrani, & Nizam, 2024).

Dengan menggabungkan hasil-hasil konkrit yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan relevansi teoritis yang telah dipublikasikan sebelumnya, bagian hasil dan pembahasan ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang dampak dan implikasi dari kegiatan pelatihan yang dilakukan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema "Memperkuat Bisnis Lokal Melalui Kreativitas Digital: Pelatihan Teknik Foto Produk, Pembuatan Poster, dan Pengelolaan Media Sosial bagi Pelaku UMKM di Padukuhan Benyo, Sendangsari, Bantul DIY" adalah bahwa pelatihan ini menyoroti pentingnya kreativitas digital dalam memperkuat bisnis lokal, terutama bagi pelaku UMKM di wilayah Padukuhan Benyo. Keterampilan dalam teknik fotografi produk, pembuatan poster, dan pengelolaan media sosial menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM di pasar digital.

Evaluasi terhadap pelatihan menunjukkan adanya dampak positif terhadap peserta, baik dalam hal peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis, serta meningkatnya kepercayaan diri dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi dan pemasaran. Pelatihan ini berpotensi untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Padukuhan Benyo. Dengan membantu UMKM lokal untuk memperkuat kehadiran mereka secara online, pelatihan ini dapat membuka peluang baru dalam meningkatkan penjualan dan daya saing bisnis lokal dalam skala yang lebih luas.

Meskipun pelatihan ini memberikan manfaat yang nyata, masih ada tantangan yang perlu diatasi dalam mengintegrasikan kreativitas digital ke dalam strategi bisnis UMKM secara menyeluruh. Diperlukan upaya berkelanjutan dalam memberikan dukungan teknis dan pendampingan untuk memastikan bahwa keterampilan yang dipelajari dapat diterapkan dengan efektif dalam konteks bisnis sehari-hari. Pelatihan ini menunjukkan potensi untuk kolaborasi lebih lanjut antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam mendukung pengembangan bisnis digital yang inklusif dan berkelanjutan di wilayah tersebut.

REKOMENDASI

Dari hasil pengabdian kepada masyarakat ini direkomendasikan bagi Pelaku UMKM di Padukuhan Benyo, Sendangsari, Bantul DIY untuk mengembangkan program pelatihan

berkelanjutan yang memungkinkan bagi pelaku UMKM untuk terus mengasah keterampilan mereka dalam kreativitas digital. Program ini dapat mencakup sesi-sesi lanjutan, workshop, atau bahkan platform online untuk pembelajaran mandiri. Selain itu perlu membangun komunitas online yang memungkinkan para peserta untuk terus berinteraksi, berbagi pengalaman, dan memberikan dukungan satu sama lain dalam penerapan keterampilan yang dipelajari. Komunitas ini dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi pelaku UMKM dalam memperkuat kehadiran mereka secara digital.

Di sisi yang lain, perlu mendorong untuk menyediakan akses yang lebih luas kepada teknologi dan sumber daya yang diperlukan bagi pelaku UMKM, termasuk peralatan fotografi, perangkat lunak desain grafis, atau koneksi internet yang stabil. Hal ini akan membantu dalam memperkuat kapasitas mereka dalam menerapkan kreativitas digital dalam bisnis mereka. Pelaku UMKM juga perlu untuk memperkuat jejaring dan kemitraan antara pelaku UMKM, lembaga pendidikan, pemerintah setempat, dan sektor swasta untuk mendukung pertukaran pengetahuan, sumber daya, dan peluang bisnis. Kemitraan semacam ini dapat membantu dalam mengatasi tantangan bersama dan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Penting untuk dilakukannya evaluasi terus-menerus terhadap program pelatihan ini dan melakukan penyesuaian sesuai dengan umpan balik dari para peserta dan perkembangan tren pasar digital. Dengan cara ini, program dapat terus relevan dan efektif dalam memenuhi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Warga Padukuhan Benyo, Sendangsari, Pajangan, Bantul DIY yang telah aktif dan antusias dalam mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2) Kepada lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat AMA Yogyakarta yang telah membantu memfasilitasi terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, 3) Kepada Manajemen Kampus AMA Yogyakarta yang telah memberikan support berupa dana dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A., & Purwantoro, G. (2022). *Digital Marketing untuk UMKM*. Surabaya: Narotama University Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Kurniawan, A., & Alhifni, A. (2022). Peningkatan Kemandirian UMKM Melalui Pengembangan Digital Marketing dan Pelatihan Keterampilan Usaha. *ALMUJTAMAE*, 201-207.
- Maelana, H. W., Wijayanti, I. D., Murdapa, P. A., Purwanta, & Wahyudiyono. (2023). Pelatihan Digital Marketing, Teknik Foto Produk dan Pengolahan Minyak Jelantah di Dukuh Srumbung, Kalurahan Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul, DIY. *HIKMAYO*, 70 - 88.
- Mukhlis, I. R., Ratnawita, Oktaviani, D., Solihin, D. A., Agustiani, I. N., Akrom, N. K., Riana, N. (2023). *Digital Marketing Strategy: Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan. *J-Abdi*, 347 -356.
- Raniya, R. F., Lubis, P. H., Kesuma, T. M., Tabrani, M., & Nizam, A. (2024). *Dampak Social Media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen*. aceh: Syiah Kuala University Press.
- Ratnasari, I., Arnun, A. P., & Hannie. (2021). *Digital Marketing Pada Start Up dan UMKM: Praktik Melakukan Pemasaran Berbasis Digital Menuju UMKM Tangguh, Kompetitif dan Unggul Di Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Absolute Media.