

## “EDUKASI PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA UNTUK UMKM DI DESA SAMBIPONDOK, KECAMATAN SIDAYU, KABUPATEN GRESIK”

<sup>1</sup>Hamnah Puspaningrum, <sup>2</sup>Zubaidah Zahroh Anggraini, <sup>3</sup>Maulana Ighsan Lucky,  
<sup>4</sup>Citra Suryanti Layli Oktavia.

<sup>1,2,3,4</sup>Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, <sup>5</sup>Dosen Program Studi  
Akutansi, Universitas Muhammadiyah Gresik Jl. Sumatera No.101, Gresik Kota  
Baru, Gresik, Jawa Timur 61121

Email: [hamnahpuspaningrum@gmail.com](mailto:hamnahpuspaningrum@gmail.com)<sup>1</sup>, [zubaidahzanggraini@gmail.com](mailto:zubaidahzanggraini@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[ighsanlucky@gmail.com](mailto:ighsanlucky@gmail.com)<sup>3</sup>, [citrasuryantilayli@gmail.com](mailto:citrasuryantilayli@gmail.com)<sup>4</sup>, [syaiful@umg.ac.id](mailto:syaiful@umg.ac.id)<sup>5</sup>

### ABSTRAK

Desa Sambipondok, Gresik, memiliki potensi ekonomi yang besar melalui UMKM. Namun, banyak pelaku UMKM di desa ini masih belum optimal dalam memanfaatkan sosial media untuk memasarkan dan menjual produk mereka. Hal ini menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar dan penjualan yang rendah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM di desa Sambipondok belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang strategi pemasaran digital dan penggunaan sosial media yang efektif. Mereka masih menggunakan cara tradisional dalam memasarkan produk, seperti dari mulut ke mulut atau melalui brosur. Oleh karena itu, diperlukan edukasi untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan sosial media. Edukasi ini dapat membantu mereka untuk memahami strategi pemasaran digital yang efektif, Mempelajari cara membuat konten yang menarik dan informatif di sosial media. Dengan edukasi yang tepat, diharapkan pelaku UMKM di desa Sambipondok dapat memanfaatkan sosial media secara optimal untuk meningkatkan kemampuan pemasaran dan penjualan produk mereka. Hal ini akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi desa.

**Kata Kunci:** Edukasi, UMKM, Desa, Sosial Media.

## ABSTRACT

Sambipondok Village, Gresik, has great economic potential through MSMEs. However, many MSME players in this village are still not optimal in utilizing social media to market and sell their products. Based on observations and interviews, it was found that the majority of MSME players in Sambipondok village do not have sufficient knowledge about digital marketing strategies and effective use of social media. Therefore, education is needed to improve the ability of MSME players to use social media. This education can help them to understand effective digital marketing strategies, learn how to create interesting and informative content on social media. With the right education, it is hoped that MSME players in Sambipondok village can optimally utilize social media to improve their marketing and product sales capabilities. This will have an impact on increasing income and economic growth in the village.

**Keywords: Education, UMKM, Village, Social Media.**

## PENDAHULUAN

Di era digital ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menjadi bagian integral dalam kehidupan manusia. Kehadirannya telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), era digital membuka peluang baru untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Perkembangan internet dan media sosial telah memberikan akses yang lebih mudah bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online. Platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan potensial di seluruh dunia, membangun interaksi dengan pelanggan, dan membangun brand awareness (Aditya et al., 2024).

Desa Sambipondok, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, Jawa Timur memiliki potensi ekonomi yang besar melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, banyak pelaku UMKM di Desa Sambipondok masih mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya sosial media, untuk memasarkan dan menjual produk mereka.

Hal ini menyebabkan berbagai permasalahan, seperti Jangkauan pasar yang terbatas: Produk UMKM Desa Sambipondok hanya dipasarkan di sekitar desa atau melalui pasar tradisional. Hal ini menyebabkan pangsa pasar yang kecil dan penjualan yang rendah. Kurangnya interaksi dengan pelanggan: Pelaku UMKM Desa Sambipondok tidak memiliki platform untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial dan mendapatkan masukan untuk meningkatkan kualitas produk mereka, Kesulitan dalam membangun brand awareness: Produk UMKM Desa Sambipondok kurang dikenal oleh masyarakat luas karena minimnya promosi dan branding, Persaingan yang ketat: UMKM Desa Sambipondok harus bersaing dengan produk-produk dari luar desa yang lebih gencar dalam melakukan promosi melalui sosial media. Di era digital ini, sosial media menjadi alat yang powerful untuk memasarkan dan menjual produk, Platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp dapat digunakan untuk menjangkau pelanggan potensial di seluruh dunia, membangun interaksi dengan

pelanggan, dan membangun brand awareness. Melihat permasalahan tersebut, diperlukan edukasi dan pendampingan bagi pelaku UMKM Desa Sambipondok dalam menggunakan sosial media untuk mengembangkan usahanya. Dengan edukasi dan pendampingan yang tepat, diharapkan UMKM di Desa Sambipondok dapat memanfaatkan sosial media secara optimal untuk meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun brand awareness. Hal ini akan berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM dan pertumbuhan ekonomi desa (Nissa et al., 2024).

Hal ini menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar dan penjualan yang rendah. Padahal, sosial media dapat menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pelanggan potensial, meningkatkan brand awareness, dan membangun reputasi online yang baik. Melihat kondisi tersebut, diperlukan edukasi dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Sambipondok untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan sosial media. Edukasi ini diharapkan dapat membantu UMKM di desa Sambipondok untuk memahami strategi pemasaran digital yang efektif, Meningkatkan interaksi dengan pelanggan potensial, Meningkatkan penjualan produk.

Kegiatan edukasi dan pendampingan ini diharapkan dapat membantu mengembangkan UMKM di Desa Sambipondok dan meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari kegiatan ini adalah yang pertama untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Sambipondok dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan dan menjual produk mereka, kedua meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk UMKM di Desa Sambipondok, ketiga membangun brand awareness dan reputasi online yang baik bagi UMKM di Desa Sambipondok, dan yang terakhir meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM di Desa Sambipondok.

Kegiatan edukasi dan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan sosial media, meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk, membangun brand awareness dan reputasi online yang baik, meningkatkan pendapatan. Kemudian manfaat untuk desa sendiri yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa dan pendapatan masyarakat desa, serta membuka lapangan pekerjaan.

Era digital membuka peluang baru bagi UMKM kerupuk di Desa Sambipondok untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, banyak UMKM kerupuk di desa ini masih belum memanfaatkannya secara optimal. Edukasi dan pendampingan bagi UMKM kerupuk di Desa Sambipondok sangat penting untuk dilakukan untuk membantu mereka memanfaatkan teknologi digital dan sosial media untuk meningkatkan bisnis mereka. Menyadari hal tersebut, kami mahasiswa program studi sistem informasi dalam KKN (Kuliah Kerja Nyata) reguler di Desa Sambipondok hadir dengan solusi “ Edukasi Pemanfaatan Penggunaan Sosial Media untuk UMKM Desa “. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada para pemilik UMKM dalam memahami dan menerapkan strategi penggunaan sosial media yang tepat.

Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi para pemilik UMKM, tetapi juga bagi mahasiswa yang terlibat dalam program KKN. Mahasiswa dapat mengasah kemampuan mereka dalam mengajar, berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan masyarakat. Edukasi Pemanfaatan Digital Marketing merupakan langkah awal yang mudah dilakukan untuk tahap awal dalam mendorong transformasi digital UMKM di

Desa Sambipondok. Dengan edukasi dan pendampingan yang tepat, diharapkan UMKM Desa Sambipondok dapat memanfaatkan peluang di era digital dan berkontribusi pada kemajuan ekonomi desa.

Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan bagi UMKM di desa sangat penting untuk dilakukan. Dengan edukasi dan pendampingan yang tepat, diharapkan UMKM di desa dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun brand awareness. Hal ini akan berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku UMKM dan pertumbuhan ekonomi desa. Kami sebagai mahasiswa membantu pengembangan UMKM tersebut dengan membantu pembuatan akun media sosial berupa Instagram selain itu kami juga membantu menawarkan dalam pembuatan logo untuk akun tersebut. Tujuan kami untuk memudahkan pemilik UMKM dalam penggunaan media sosial.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan mahasiswa KKN ( Kuliah Kerja Nyata ) yaitu melakukan edukasi penggunaan media sosial terhadap pemilik UMKM di Desa Sambipondok Kecamatan Sidayu, dimaksudkan untuk membantu masyarakat mengenal sosial media. Tahapan kegiatan sosialisasi digital marketing meliputi persiapan, edukasi, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi. Kegiatan tersebut dilakukan dengan target utama adalah warga setempat pemilik UMKM di sekitar Desa Sambipondok Kecamatan Sidayu. Oleh karena itu, untuk memecahkan permasalahan di atas, maka dilakukan hal-hal berikut: edukasi atau pemberitahuan mengenai kegiatan pengaplikasian sosial media kepada pemilik UMKM Desa Sambipondok Kecamatan Sidayu.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dalam rentang waktu kurang lebih 3 hari. Dilakukannya survei ke lokasi pada Minggu, 28 Januari 2024, lalu dilakukannya Sosialisasi pengaplikasian digital marketing berupa sosial media Instagram dilaksanakan pada hari Sabtu 3 Februari 2024, disana kami membantu pemilik UMKM untuk mengenalkan akun sosial media berupa Instagram. Kami juga membantu pemilik UMKM dalam pembuatan akun Instagram, kami juga menawarkan dalam pembuatan logo untuk UMKM tersebut. Adapun tempat pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut di Pabrik Kerupuk Desa Sambipondok Kecamatan Sidayu.

Materi kegiatan disusun dan disampaikan oleh Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi KKN Reguler Kelompok 10 Desa Sambipondok kecamatan Sidayu Materi kegiatan disusun dalam bentuk media powerpoint dan dipresentasikan kepada warga pelaku UMKM di Desa Sambipondok Kecamatan Sidayu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil yang di dapat adalah Para pemilik UMKM kini mampu membuat konten menarik, berinteraksi dengan pelanggan, dan memahami manfaat sosial media untuk bisnis. Selain itu Terciptanya logo dan akun Instagram, Logo dan akun Instagram "Kerupuk Sambipondok" (@jmgrou24\_) membantu membangun brand awareness dan menjangkau pelanggan lebih luas. Ada juga Peningkatan interaksi, Interaksi antara UMKM dan pelanggan meningkat signifikan. Pelaku UMKM mampu menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat.



**Gambar 1 : Presentasi**



**Gambar 2 : Membuat akun Instagram**

Kegiatan edukasi ini menunjukkan bahwa UMKM di desa memiliki potensi besar untuk berkembang dengan memanfaatkan sosial media. Pemilik UMKM dapat Membuat konten menarik, seperti foto produk yang berkualitas, video proses pembuatan kerupuk, dan cerita menarik tentang UMKM mereka. Berinteraksi dengan pelanggan dengan menjawab pertanyaan, komentar, dan pesan yang masuk. Memahami manfaat sosial media untuk bisnis, seperti meningkatkan brand awareness, menjangkau pelanggan dengan Interaksi antara UMKM dan pelanggan meningkat signifikan. Pelaku UMKM mampu menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat. Hal ini meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka untuk membeli produk kerupuk Desa Sambipondok, dan meningkatkan penjualan. Terciptanya logo dan akun Instagram Logo dan akun Instagram "Kerupuk Sambipondok" (@jmgrou24\_)

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

---

### **Kesimpulan**

Kegiatan edukasi penggunaan sosial media untuk UMKM kerupuk di Desa Sambipondok terbukti bermanfaat dan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan produk.

### **Saran**

Kegiatan edukasi serupa perlu diadakan secara berkelanjutan untuk membantu UMKM di Desa Sambipondok mengembangkan usahanya. Pemerintah desa dapat memberikan bantuan kepada UMKM kerupuk dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan modal usaha. UMKM kerupuk perlu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, akademisi, dan pengusaha, untuk mengembangkan usahanya. Dengan upaya bersama, diharapkan UMKM kerupuk di Desa Sambipondok dapat berkembang dan menjadi salah satu penopang ekonomi desa.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- DPPM UMG, 2023-2024. Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Muhammadiyah Gresik: DPPM UMG.
- Wulandari, Oryz Agnu Dian, Ujjani, & Nita Riskiana Putri. (2020). Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan bagi Penjualan Produk UMKM di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol 6 no 2, November 2020.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H., 2019, Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital, *Jurnal Ikraith Ekonomika*, no 2, vol 2.
- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.
- Nissa, I., Nengseh, S. W., Cahyaningrum, K., C.P, V. P., Utami, D. R., Rahi, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). Peduli Sehat Sukodono Dengan Medical Check Up Dan Konseling (Tekanan Darah, Gula Darah Dan Asam Urat). *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 96–104.