

Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Sosial Media Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Sidayu Gresik

Social Media Creative Content Development Training For Micro Small Medium Business Sidayu Gresik

Akhmad Wasiur Rizqi¹, Moh Nurudddin²

¹²Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Korespondensi Penulis: akhmad_wasiur@umg.ac.id

Article History:

Received: 05 Juni 2023

Revised: 02 Juli 2023

Accepted: 09 Agustus 2023

Keywords: MSME; Creative Content, Social Media

Abstract: *training for creating creative content and social media with the object of service aimed at MSME business actors who are members of the Sidayu sub-district MSME association located in Mriyunan Village, Sidayu District, Gresik Regency. This community service is a form of campus participation, especially the Muhammadiyah Gresik Industrial Engineering department, in increasing the capabilities of local resources, namely MSME businesses. The purpose of Community Service itself is to increase insight and knowledge for MSME actors so that the products produced can be well documented and can be recognized by many people through interesting content and social media. So that it is hoped that in the future it can make a positive contribution through increasing selling prices and product competitiveness.*

Abstrak: Pelatihan pembuatan konten kreatif dan sosial media dengan objek pengabdian yang ditujukan untuk pelaku usaha UMKM yang tergabung dalam asosiasi UMKM kecamatan Sidayu yang berlokasi di Desa Mriyunan, Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan suatu wujud partisipasi kampus khususnya jurusan Teknik Industri Muhammadiyah Gresik dalam meningkatkan kemampuan sumberdaya lokal yakni usaha UMKM. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat sendiri adalah untuk meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para pelaku UMKM agar produk yang dihasilkan dapat terdokumentasi dengan baik dan dapat dikenal oleh banyak orang melalui konten yang menarik dan sosial media. Sehingga diharapkan kedepannya dapat memberikan kontribusi positif melalui peningkatan harga jual dan daya saing produk

Kata Kunci : UMKM; Konten Kreatif, Sosial Media

A. PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan UMKM memiliki kontribusi dan pengaruh yang cukup signifikan terhadap komposisi Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam kurun waktu lima tahun terakhir meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Keberadaan UMKM juga secara tidak langsung berpengaruh terhadap menurunnya angka pengangguran, hal tersebut dapat dilihat dari data penyerapan tenaga kerja tumbuh dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam kurun waktu lima tahun terakhir (Humardhiana, Wijayanti, Syaefudin, & Zikrillah, 2021). Keberadaan UMKM

secara langsung tentu berkontribusi dalam mengangkat perekonomian rakyat. Oleh sebab itu, pemberdayaan dan dukungan terhadap UMKM sangatlah diperlukan.

Media sosial memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap loyalitas konsumen (Intan, Revia, & Erwita, 2019). Mengapa hal ini bisa terjadi? Tentunya, akibat perkembangan teknologi informasi yang semakin mudah dan cepat, secara tidak langsung mendorong perubahan pola komunikasi pemasaran konvensional menuju komunikasi pemasaran modern. Dikutip dari dataindonesia.id, pengguna sosial media di Indonesia telah mencapai 191 juta pada Tahun 2022. Data tersebut menunjukkan bahwa prosentase pengguna aktif media sosial sangat banyak. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Disaat pandemi, penggunaan media sosial meningkat signifikan terutama di kalangan ibu rumah tangga untuk berbisnis secara online (Budy Satria, Tambunan, Radillah, & Ratna Sari, 2022)

Atas dasar inilah, media sosial menjadi pilihan utama sebagai media promosi bagi pelaku usaha, karena media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Lebih lanjut, para pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan budget besar untuk biaya promosi, namun informasi bisa secara langsung tersampaikan kepada calon pelanggan. Bahkan hari ini, media sosial tidak hanya sekedar menjadi media promosi namun juga digunakan sebagai alat pemasaran interaktif, pelayanan, membangun komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan, serta sebagai alat untuk menjual dan membeli produk secara online.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang menjelaskan manfaat penggunaan media sosial bagi UKM. Manfaat yang paling dirasakan oleh UKM adalah media sosial merupakan sarana komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan pangsa pasar serta membantu keputusan bisnis. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan volume penjualan hingga lebih dari 100% bila dilakukan update informasi setiap hari dan secara konsisten (Haisam Arrasyid, Rimanda, Puadah, & Aeni, 2022). Berbicara tentang media sosial, tidak akan terlepas dari konten yang ada di dalamnya. Semakin menarik konten yang dibuat, akan semakin banyak yang tertarik mengikuti lini masanya (Gusti et al., 2022). Dan ini bukan hanya berlaku bagi individu, tetapi juga berlaku untuk pelaku Usaha Kecil Menengah (IKM).

Permasalahan UKM khususnya yang ada di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik adalah pemasaran atau promosi produk bisnis yang kurang terhadap pengelolaan pemanfaatan sosial media dan pengembangan konten yang ada di dalamnya. Hal ini disebabkan karena belum semua UKM memiliki SDM yang mendukung untuk pengelolaan konten serta ketidakmampuan pengelola UKM dalam memanfaatkan penggunaan teknologi informasi. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur selaku dinas yang menaungi IKM dan UMKM Provinsi Jatim sangat tanggap dan sadar akan kebutuhan peningkatan kompetensi dalam membuat konten bagi pelaku industri. Inilah alasan yang mendasari digelarnya pelatihan membuat dan mengembangkan konten sosial media berbasis animasi bekerja sama dengan universitas Muhammadiyah Gresik. Pelatihan

ini dimaksudkan agar dapat membantu berkembangnya UKM serta dapat memberikan kemudahan bagi pengelola UKM dalam menjalankan usahanya untuk menawarkan produk-produk bisnisnya kepada konsumennya. Media promosi dan informasi berbasis animasi ini dapat mendukung kegiatan promosi dan pemasaran produk secara digital serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menyerap informasi dan promosi yang disajikan (Efendi, Rio, Syaifullah, & Imardi, 2020).

B. METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam membantu masyarakat dalam Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Sosial Media Bagi Usaha Kecil Menengah Sidayu Gresik adalah dengan metode ceramah dan diskusi dengan masyarakat mencoba untuk memaparkan segala permasalahan dan bersama-sama untuk mencari solusi penyelesaian.

C. HASIL DAN DISKUSI

Pada hasil dan pembahasan ini menjelaskan tentang kegiatan pengabdian masyarakat yakni pelatihan pembuatan konten kreatif sosial media bagi usaha mikro kecil menengah sidayu Gresik sebagai berikut :

Edukasi tentang Peranan Konten Kreatif di Sosial Media

Pada saat sesi pelatihan, pemater menjelaskan mengenai pentingnya peranan sosial media dan konten-konten kreatif terkait dokumentasi kegiatan maupun promosi produk untuk dapat menarik minat pelanggan. Sosial media saat ini menjadi alat sebagai media promosi yang mutakhir karena saat ini hampir semua orang dari anak-anak sampai orang tua semua punya sosial media sehingga hal tersebut menjadi lahan yang tepat untuk dijadikan tempat untuk memperkenalkan produk kepada orang banyak. Agar lebih menarik dilihat tentunya diperlukan seperangkat alat untuk proses editing agar foto atau video yang kita bagikan dapat menarik banyak orang untuk melihatnya atau bahkan tertarik untuk membeli produk atau jasa yang kita tawarkan



Gambar 1. Pemateri menyampaikan tahapan awal pembuatan konten kreatif

Dalam sesi ini pemateri yaitu Bapak Akhmad Wasiur Rizqi menjelaskan bahwa UMKM Sidayu memiliki potensi yang luar biasa untuk maju dan berkembang, mengingat sumberdaya alam dan juga lokasi yang saat ini menjadi banyar incaran banyak investor dan pendatang masuk ke kota Gresik hal ini menjadikan potensi pasar yang luar biasa untuk dapat dimanfaatkan. Dalam hal ini pemateri menuturkan UMKM sidayu harus siap dan bersaing dipasar digital sehingga perlu untuk mengikuti dan terus memperbaharui pengetahuan tentang membuat konten-konten menarik, sehingga produk yang dihasilkan dapat dipasarkan secara online dan diminti konsumen.



Gambar 2. Peserta Praktek menggunakan aplikasi Canva



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat tentang pelatihan pembuatan konten kreatif sosial media bagi usaha mikro kecil menengah sidayu Gresik memberikan informasi dan wawasan kepada peserta dan pelaku UMKM mengenai pentingnya keunggulan bersaing dan digital marketing dalam mendukung kelancaran proses bisnis. Dengan pelatihan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat, UMKM dalam peningkatan skill dan keunggulan bersaing.

E. DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Budy Satria, Tambunan, L., Radillah, T., & Ratna Sari, Y. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Video Kreatif Menggunakan Filmora 10 di STAI Hubbulwathan Duri. *J-PEMAS - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.33372/j-pemas.v3i1.822>
- Efendi, Y., Rio, U., Syaifullah, M., & Imardi, S. (2020). J-PEMAS STMIK Amik Riau Pelatihan Multimedia Learning Dalam Pembuatan Konten Media Kreatif. *Pelatihan Multimedia Learning Dalam Pembuatan Konten Media Kreatif Pada SMK N 1 Gunung Sahilan*, 1(1), 1–3.
- Gusti, I., Agung, A., Aristamy, M., Redy Winatha, K., Willdahlia, A. G., Nyoman, I., ... Direvisi, N. (2022). Sosial Media Bagi Industri Kecil Menengah. *Journal of Social Work and Empowerment*, 1(3). Retrieved from <https://ejournal.catuspata.com/index.php/joswae>
- Haisam Arrasyid, A., Rimanda, R., Puadah, U. S., & Aeni, A. N. (2022). Sharing Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Konten Islami. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 99–103. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.468>

- Humardhiana, A., Wijayanti, R. I., Syaefudin, M., & Zikrillah, A. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Yang Kreatif Dan Beradab Bagi Generasi Z. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 77. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i1.8605>
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2). <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i2.1982>