

KARAKTERISTIK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI BENTUK PENINGKATAN PROMOSI UMKM

Al Muhtadi Bella¹, Harmuji Putra², Andi Rachmad Satrya³, Ferdhi Yudhistira⁴, Rangga Jayanuarto⁵

¹Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi

²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen

³Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi

⁴Fakultas Agama Islam, Program Studi Pendidikan Agama Islam

⁵Fakultas Hukum, Prodi Hukum

Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Email : almuhtadi27@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [23 Okt 2021]

Revised [17 Des 2021]

Accepted [31 Des 2021]

ABSTRAK

RT 15 Perumahan Pepabri terletak di Kelurahan Lingkar Barat Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu permasalahan yang dijumpai di RT.15 Perumahan Pepabri adalah : (1) warganya yang kurang memahami manfaat penggunaan media sosial dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui Promosi di media sosial. (2) pemuda pemuda yang belum menggunakan media sosial dengan bijak dan (3) pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) belum bias mengelola modal usaha dengan bijak. Kegiatan pelaksanaan dilakukan di RT.15 Perumahan pepabri kelurahan Lingkar Barat Kota Bengkulu dengan metode terjun langsung ke warga sekitar setelah melakukan pengamatan yang dilakukan di lokasi pelaksanaan kegiatan, pemecahan masalah pun dilakukan dengan mengadakan (1) Sosialisasi tentang Karakteristik Penggunaan Media Sosial Sebagai Bentuk Peningkatan Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). (2) Mengadakan Sosialisasi pada pemuda - pemuda tentang bagaimana menggunakan media social dengan bijak. (3) Melakukan penyuluhan pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dari permasalahan dan kegiatan yang telah Akibat pandemic ini juga mengharuskan orang-orang melakukan aktivitas dirumah menjadikan bertambahnya produksi sampah. Sampah-sampah yang banyak ini dapat menyebabkan di laklsanakan hasilnya adalah kegiatan-kegiatan tersebut berhasil berjalan dengan baik dan warga - warga yang terlibat telah memperoleh ilmu dan pengetahuan untuk memecahkan permasalahan yang terdapat di RT.15 Perumahan Pepabri. Kesimpulannya adalah semua permasalahan yang terjadi di RT.15 Perumahan Pepabri dapat diselesaikan dengan cara melakukan pendekatan dan interaksi serta penguasaan materi yang telah dipelajari untuk dapat menangani permasalahan yang terjadi.

Kata kunci : Media Sosial, Usaha Micro Kecil Menengah

I. PENDAHULUAN

RT.15 Perumahan Pepabri berlokasi di Jl.Bakti Husada Kelurahan Lingkar Barat, warga - warganya berasal dari suku, ras, agama dan kebudayaan yang beragam tetapi warga memiliki rasa persaudaraan dan sikap saling menghormati satu sama lain, profesi dari setiap warga beragam mulai dari Pegawai Negri, Berkebun, Pedagang, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) serta membuka Bengkel sebagai profesi atau mata pencariannya. Perkembangan dunia yang sangat drastis dan terus menunjukkan kemajuan yang begitu pesat dalam segala aspek bidang kehidupan seperti sekarang telah banyak menyebabkan perubahan sosial yang terjadi dikalangan masyarakat. Pengaruh teknologi sangat berpengaruh bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Mempromosikan produk dengan menggunakan sosial media (sosmed) guna untuk menarik para pembeli dengan memberikan informasi - informasi tentang produk yang ditawarkan kepada masyarakat luas.

Menggunakan sosial media (sosmed) dengan maksud memasarkan produk atau jasanya, memberikan informasi kepada para konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkan sehingga menimbulkan peningkatan penjualan. Masalah yang dihadapi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). kurangnya pemahaman tentang manfaat penggunaan media sosial dalam meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui Promosi di media sosial.

Maka dari latar belakang tersebut penelitian ini meneliti tentang karakteristik penggunaan sosial media sebagai bentuk peningkatan promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan permasalahan yang terjadi di RT.15. Analisis Situasi :

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk dan jasa.
2. Para pemuda-pemuda yang belum menggunakan media sosial dengan bijak.
3. Pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) belum bisa mengelola modal usaha.

II. METODE KEGIATAN

Bentuk pengabdian Masyarakat dan solusi dalam permasalahan - permasalahannya kegiatan ini dilaksanakan di RT.15 Perumahan Pepabri yang termasuk dalam kelurahan Lingkar Barat dengan mengadakan kegiatan :

1. Penyuluhan Karakteristik dalam penggunaan media sosial sebagai bentuk peningkatan promosi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).
2. Sosialisasi pada pemuda- pemuda bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak.
3. Penyuluhan cara pengelolaan modal pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat dalam bentuk kegiatan berupa sosialisasi dan penyuluhan telah dilaksanakan dalam kurun waktu 30 hari. Dimulai dari pertengahan 26 Agustus sampai 26 September 2021. Pelaksanaan pengabdian warga di tujuan untuk menambah pengetahuan warga serta untuk memberikan saran kepada warga yang berada di lingkungan RT.15 perumahan pepabri kelurahan lingkar barat Kecamatan gading cempaka kota Bengkulu. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang lebih dikenal dengan UMKM adalah usaha produktif perorangan maupun badan usaha yang telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. Usaha Mikro

Kecil Menengah merupakan usaha yang rumahan yang tepat untuk dilakukan karena tidak harus memiliki tempat yang luas dan besar untuk menjalankannya usaha jenis ini bisa ditemukan di mana saja, contoh dari kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah ini seperti pedagang asongan, warung, toko kelentong, depot isi ulang air minum, pedagang kue pasar dan masih banyak lagi usaha ini bisa juga menjadi usaha sampingan sebagai penambah penghasilan. Di Indonesia sekarang sedang terjadinya wabah virus yang menyebar, yaitu bernama Virus Corona yang biasa disebut Covid 19. pandemi Virus Corona atau biasa disebut Covid 19 ini banyak masyarakat yang memilih untuk membuka usaha demi menambah penghasilan namun itu tidaklah mudah, dikarenakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) yang dilakukan oleh Pemerintah membuat para pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sulit untuk menjual produk - produknya para pelaku usaha ini pun berada disituasi yang sulit dimana modal dan penghasilan yang tidak sebanding. Dan permasalahan ini bisa diatasi dengan memanfaatkan media sosial, seperti yang telah diketahui bahwa media sosial adalah media online yang sudah tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia keberadaan media sosial saat ini sangatlah membantu semua kegiatan dan pekerjaan manusia media sosial juga dapat dijadikan solusi untuk permasalahan - permasalahan yang dihadapi oleh para pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam meningkatkan penghasilan dengan cara mempromosikan usahanya di media sosial.

Permasalahan yang dapat diambil dari pelaku bisnis UMKM adalah strategi pemasaran yang kurang memanfaatkan media sosial. Kurangnya aspek pemasaran dapat menyebabkan turunnya keberlangsungan dari pelaku bisnis

UMKM. Keberlangsungan bisnis UMKM memiliki banyaknya transaksi penjualan maupun pembelian yang ada. Setiap hari mereka mempunyai target sasaran dalam penjualannya untuk dapat meningkatkan perekonomiannya. Penjualan secara kebiasaan berupa penjualan dengan lapak atau berkeliling yang belum cukup untuk menambah perekonomian bisnis UMKM. Peran teknologi informasi melalui media sosial sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan bisnis UMKM.

Usaha depot isi ulang air minum Amimmah adalah Usaha Mikro Kecil Menengah yang terdapat di RT.15 Jl Bakti Husada perumahan pababri di kelurahan Lingkar Barat yang memiliki masalah berupa kesulitan untuk mempromosikan dan mengenalkan usahanya dengan masyarakat luas, dengan melakukan penyuluhan tentang bagaimana menggunakan media sosial sebagai bentuk peningkatan promosi pemilik usaha dapat memanfaatkan media sosial berupa Instagram, Facebook dan whatsapp sebagai media sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan promosi usaha serta mendapatkan keuntungan karakteristik dalam penggunaan media sosial sebagai media peningkatan promosi adalah dengan cara membuat video promosi usaha yang menarik untuk memikat para pembeli dan bisa juga dalam bentuk foto namun untuk membuat video.

Dan foto promosi yang menarik haruslah memiliki dengan karakteristik pengguna media sosialpun perlu di perhatikan seperti media sosial Instagram yang para penggunanya memiliki karakteristik cenderung sering melihat video promosi singkat dan diisi oleh penjelasan produk atau usaha serta memasukan lagu – lagu dalam video promosi tersebut agar terlihat menarik, di media sosial WhatsApp para penggunanya memiliki karakteristik membaca pesan cara promosi yang tepat pada media sosial ini adalah dengan

membuat foto dan diisi dengan pesan singkat berupa promosi yang akan di sebarakan melauai grup - grup whatsApp masyarakat sebagai target promosi dan dimedia sosial berupa Facebook para penggunanya memiliki karakteristik sering membuka forum atau grup jual beli yang membuat para pemilik usaha dapat menawarkan usaha dan jasanya denganlingkup yang luas.

Media sosial khususnya Whatsapp, facebook, dan instagram mempunyai berbagai keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti untuk dapat menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat. Melalui media sosial, informasi yang ingin kita sebarakan tidak harus berupa tulisan, foto bahkan video pun dapat kita sebarakan kepada konsumen dengan mudah dan praktis.

Dengan mngetehui karakteristik penggunaan media sosial tersebut hasilnya pemilik usaha Depot Air MinumAmimmah yang terletak di RT.15 perumahan Pepabri kelurahan Lingkar Barat dapat mulai mencoba untuk melakukan promosi menggunakan media sosial dengan mempertimbangkan karakteristik penggunaan media sosial yang sesuai dengan pemilik usaha.



Gambar : Penyuluhan lewat media sosial di depot isi ulang air.

Media Sosial adalah media online yang menggunakan akseas jaringan internet dalam penggunaannya dan di dalamnya memungkinkan orang - orang di dunia untuk medapatkan informasi dan

berita. di era modern dan canggih seperti ini kehidupan manusia sangat bergantung pada penggunaan media sosial pengaruh yang membuat manusia sangat bergantung pada media sosial adalahuntuk dapat memperoleh kemudahan dalam melakukan aktivitas dan kegiatan sehari – hari penggunaan media social sendiri tidak hanya di gunakan oleh para pemuda saja saat ini media sosial sudah digunakan oleh semua kalangan dan usia, mulai dari anak - anak, para pemuda, orang dewasa sampai orang tua semua itu terjadi karena penggunaan media social sangatlah penting dan sudah tidak bisa di pisahkan dalam kehidupan.

Namun dalam penggunaan media sosial juga memberikan efek samping dan dampak buruk apabila penggunaannya tidak diperhatikan dengan benar apalagi media sosial saat ini bisa digunakan dan di akses oleh semua manusia dampak buruk pada penggunaannya seperti ketergantungan menggunakan mediasosial setiap waktu untuk membantu kegiatan sehari - hari dan memnyebabkanmanusia menjadi malas dalam melakukansesuatu karena sudah di permudah oleh media sosial di kalangan anak - anak penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menumbuhkan rasa malas karenaterlalu sering menggunakan media sosial dan membentuk karakter anak yang cendrung tertutup dan sulit berinteraksi dengan orang lain karena setiap hari menggunakan media sosial.

Di kalangan remaja dan orang dewasa permasalahan penggunaan media sosial sangat beragam mulai dari penipuan, tindakan bullying serta penyebaran berita - berita bohong atau HOAX permasalahan ini sering terjadi karena para pengguna media social tersebut tidak bisa menggunakannya dengan bijak dan tidak menjaga etika dalam menggunakan media social sehingga dapat memberikan kerugian pada orang lain dalam penggunaan media sosial hendaknya saling menghargai satu sama lain, dapat mengendalikan emosi, tidak saling menyinggung satu sama lain.

Dalam penggunaan media sosial banyak

hal - hal yang harus diperhatikan agar tidak menimbulkan permasalahan - permasalahan yang akan terjadi sebagai sesama penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat bagi semua orang yang menggunakannya sama seperti tujuan utama dalam pembuatan media sosial yaitu untuk membantu kegiatan sehari - hari manusia.

Sosialisasi ini dilakukan dengan mengumpulkan para pemuda di RT.15 Perumahan Pepabri Kelurahan Lingkar Barat dan memberikan pengetahuan pemahaman tentang bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak, dalam penggunaan media sosial dengan bijak pertama - tama dapat dilakukan dengan menjaga privasi atau tidak mengumbar data diri dan informasi tentang diri sendiri dengan detail di media sosial di karenakan hal tersebut dapat di salahgunakan oleh orang lain untuk melakukan tindak kejahatan berupa penipuan, pesan - pesan terror yang dapat mengganggu pengguna media sosial yang kedua adalah etika dalam bermedia sosial yang perlu di perhatikan dalam menggunakan media sosial adalah menggunakan etika yang baik seperti sopan santun dalam berkomentar terhadap suatu unggahan dalam media sosial seperti berkomentar pada postingan foto atau video di media sosial berupa Instagram dan Facebook.

Tindakan lainnya adalah seperti tidak melakukan tindakan bullying atau menyudutkan orang lain serta tidak menyinggung perasaan orang lain di media sosial yang ketiga adalah tidak menyebarkan suatu berita yang belum diketahui atau dipastikan kebenarannya karena berita - berita HOAX yang dikenal dengan berita bohong hanya akan menyesatkan serta membuat bingung orang lain, cara yang dapat digunakan untuk memastikan berita benar dengan bohong adalah dengan melihat sumber yang tertera dan mengecek keabsahan sumber tersebut dan bisa dilihat juga nama - nama penulis berita karena dengan adanya nama penulis berita tersebut dapat dipertanggung jawabkan.

Dan yang ke empat adalah menggunakan media sosial sebagai media

mempromosikan usaha, penggunaan media sosial dalam mempromosikan usaha sangatlah bagus untuk perintis usaha dikalangan anak muda dengan cara membuat akun sosial media khusus untuk menampilkan dan memperkenalkan produk - produk pada orang banyak, cara untuk melakukan promosi produk bisa dengan cara membuat foto atau video yang menarik agar dapat membuat orang-orang tertarik untuk melihat dan membeli produk yang dipromosikan, cara lain bisa dengan meminta artis atau orang - orang terkenal untuk membuat video dan fotonya saat sedang menggunakan produk yang kita promosikan, lalu video serta foto tersebut bisa kita masukan ke media sosial yang dibuat khusus untuk produk - produk yang dipromosikan.

Melalui kegiatan ini hasilnya para pemuda mulai sadar akan pentingnya manfaat-manfaat yang didapatkan apabila dapat menggunakan media sosial dengan bijak.



Gambar : Sosialisasi pengguna media sosial secara bijak.

UMKM adalah singkatan dari. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi - potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) terbagi menjadi tiga kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut :

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam Undang-Undang (UU).
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang diatur dalam Undang-Undang (UU).
- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (UU).

Hasil penyuluhan menunjukkan bahwa peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja sangatlah besar, karena dapat dilihat dari perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang terus menerus mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal tersebut juga akan mempengaruhi tingkat penyerapan tenaga kerja.

Penyuluhan kewirausahaan bagi usaha-usaha kecil bertujuan untuk dapat mengelola modal dengan bijak perkembangan usaha dapat diketahui dari laba yang diperoleh selama usaha berjalan, adapun manfaat dari memberikan pelatihan kewirausahaan yaitu :

- Meningkatkan produktifitas para

pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) Melalui Penyuluhan ini diharapkan mampu meningkatkan produktifitas dengan meningkatkan keterampilan dalam proses produksi maupun dalam proses produksi maupun peningkatan manajerial.

- Melalui penyuluhan bisnis, diajarkan bagi pemilik usaha mikro kecil menengah untuk sadar akan pentingnya keselamatan kerja. Kecelakaan kerja yang terjadi tentunya menambah penggunaan dana atau biaya yang bisa saja berasal dari modal usaha. Modal usaha kecil menengah sangat terbatas sehingga perlu adanya efektifitas penggunaan dana oleh pemilik usaha.
- Melalui penyuluhan bisnis dapat diajarkan untuk membuat pembukuan yang terstruktur, cashflow dan konsep keuangan yang rapi sehingga dengan data statistic yang di hasilkan memudahkan bagi pemilik UMKM untuk melihat perkembangan usahanya, progress piutang dan utang serta keseluruhan profitnya dapat di hitung dengan baik. Jika perhitungan laba rugi dan pembukuan tidak jelas maka lambat laun tanpa di sadari oleh pemilik UMKM, usahanya akan mengalami penurunan.
- Melalui pelatihan bisnis tidak hanya diajarkan tentang operasional dan teknis namun juga pemilik UMKM diberikan pengertian tentang teknologi terbaru yang dapat digunakan untuk efisiensi kinerja.

Tidak hanya dari segi peralatan namun juga dari segi pemasaran seperti contohnya membawa UMKM ke dunia digital yang sedang marak di masyarakat saat ini sehingga usaha lebih dikenal oleh masyarakat.

Hasilnya dari penyuluhan usaha micro kecil menengah (UMKM) yang di lakukan di lingkungan RT 15 Perumahan Pepabri Kususnya diwarung ibu tobing yaitu, dapat membentuk pelaku usaha menjadi

berkompeten dalam menangani atau mengelola modal dengan lebih bijak lagi sehingga pelaku usaha kecil dapat mengetahui laba rugi yang di dapatkan sehingga kemungkinan terjadinya kerugian dapat diminimalisir.



Gambar : Penyuluhan terhadap pelaku UMKM.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini di Kelurahan Lingkar Barat, Kecamatan Gading Cempaka, Jl Bakti Husada Perumahan Pepabri di Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu pada tanggal 26 Agustus 2021 sampai tanggal 26 September 2021 melalui survei pendekatan analisis dan observasi lapangan dapat di simpulkan bahwa kegiatan tersebut berjalan dengan baik dan lancar. Mahasiswa mampu melaksanakan kegiatan proker perbidangnya dalam menghadapi warga masyarakat RT 15 secara terjun langsung ke lapangan, untuk hal ini kedepannya mampu menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari - hari dengan segala ilmu dan pengalaman yang dimiliki di lapangan maupun di kelas.

Dalam hal ini mahasiswa mampu memberikan semangat motivasi sumbangan berupa pengetahuan, pengalaman, pembimbingan serta pelatihan dalam bersosialisasi dan penyuluhan, dan berbagi sebuah pengalaman ilmu yang di peroleh di bangku kuliah kepada masyarakat sekitar dan peningkatan kualitas kemajuan masyarakat khususnya pada masa

pandemi kali ini. Masyarakat perumahan pepabri RT 15 sangat ramah dan baik, menerima dengan senyuman dengan sapa menegur, kemudian mendukung penuh dalam pelaksanaan kegiatan program KKN Universitas Muhammadiyah Bengkulu khususnya demi kemajuan sosial di Jl Bakti Husada Perumahan Pepabri RT 15.

Dari pihak warga masyarakat tentunya sangat inisiatif dalam membantu dan pelaksanaan kegiatan perbidang proker dari mahasiswa, dengan harapan adanya Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini di lingkungan perumahan pepabri RT 15 di harapkan warga dapat mendapatkan timbal balik dalam pelaksanaan mahasiswa dalam bidang prokeranya untuk warga Jl Bakti Husada perumahan pepabri RT 15.

Hasil yang diperoleh dari penelitian UMKM di RT 15 Depot Isi Ulang Air Amimah ini yaitu penggunaan media sosial sebagai media promosi dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, menerima timbal balik dari para konsumen, beserta untuk menyampaikan sebuah pesan dalam berbagai bentuk jenis konten yang dapat membuat promosi menjadi semakin menarik untuk dilihat oleh para konsumen. Karakteristik responden dengan penggunaan media sosial sebagai media promosi tidak memiliki hubungan yang signifikan.

Bisa disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, whatsapp dan facebook, promosi menjadi semakin luas karena adanya fitur followers atau pengikut yang memang membutuhkan produk menjadi lebih mudah menemukan berbagai informasi mengenai produk, misalnya jenis produk, karakteristik produk, ketersediaan produk, kandungan dan manfaat produk, dan kemana bisa menghubungi penjual.

Menggunakan media sosial cenderung tidak memperhatikan umur,

tingkat pendidikan, serta tingkat pendapatan atau dapat dikatakan bahwa menggunakan media sosial bersifat bebas tidak memiliki karakteristik khusus untuk menggunakannya. Perilaku pengguna media sosial memiliki hubungan nyata serta signifikan terhadap penggunaan media sosial sebagai media promosi. Penggunaan media sosial sebagai media promosi memiliki hubungan nyata serta signifikan terhadap perkembangan usaha. Penggunaan media sosial sebagai media promosi memiliki hubungan yang kuat terhadap perkembangan usaha.

SARAN

Pengusaha Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) perlu memanfaatkan media sosial secara optimal dan secara konsisten melakukan update informasi setiap hari untuk mengembangkan iklan promosi pasar dan meningkatkan penjualan produk. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk melakukan pengukuran peningkatan penjualan secara akurat sehingga analisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan penjualan bisa dilakukan lebih akurat.

Bersabarnya dalam penjualan promosi lewat media sosial, karena tidak selalu harus sesuai target yang diinginkan, melainkan pasti ada juga permasalahan yang ada, tetapi penjualan dalam bermedia sosial lebih cepat dan gampang dalam menunjukan ke luar kota maupun dalam kota dengan berbeda jarak dan alamat.

Masih kurangnya pelaku umkm mengerti tentang kewirausahaan umkm, untuk itu haruslah mengerti dan bisa di pelajari lewat internet maupun dari buku, dan tergantung lagi inisiatif diri sendiri yang sudah di ingatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu

dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini diantaranya :

- 1) Bapak Mikmarzada, selaku Kepala Kelurahan Lingkar Barat beserta staf yang telah mendukung semua program yang dijalankan.
- 2) Bapak Ibri Karyawan, selaku RT 15 yang telah menerima dan mendukung dalam pelaksanaan KKN di Tempat Perumahan Pepabri
- 3) Bapak Desviandri, sebagai pemilik usaha depot Amimah isi ulang air minum yang bersedia menerima penyuluhan
- 4) Serta pihak-pihak yang telah membantu dari pelaksanaan KKN hingga tersusunnya laporan ini.

DAFTAR PUSTAKA

http://eprints.uad.ac.id/12076/1/ARTIKE%20KKN_DIVISI%20III.C.2.pdf
(Diakses pada tanggal 21 september tahun 2021).

<https://ejournal.upp.ac.id/index.php/Cano/article/view/1239>

https://scholar.google.co.id/scholar?q=jurnal+umkm+di+masa+pandemi&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar
(Diakses pada tanggal 6 bulan 10 tahun 2021).

<https://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934> (Diakses pada tanggal 6 bulan 10 tahun 2021).

<https://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/atribis/article/view/512> (Diakses pada tanggal 6 bulan 10 tahun 2021).

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mniTmsDqPEAJ:https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/1649/810+&cd=15&hl=id&ct=clnk&gl=id>

(Diakses pada tanggal 7 bulan 10 tahun 2021).

https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3_AwjR9LBAcJ:hhttps://media.neliti.com/media/publications/292594-pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-18569ae5.pdf+&cd=11&hl=id&ct=clnk&gl=id (Diakses pada tanggal 7 bulan 10 tahun 2021).