

## Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Lokal

Andika Fajar Dwi Saputo<sup>1</sup>, Avian Hermawan<sup>2</sup>, Alwi Al Agiv<sup>3</sup>, Dion Natanael H.<sup>4</sup>,  
Danang Arifianto<sup>5</sup>, Egia Eka Putra<sup>6</sup>, Rangga Aldriansyah<sup>7</sup>, Raffi Salman Hakim<sup>8</sup>,  
Wahyu Ariyanto<sup>9</sup>, Zhidan Ikbal Hermansyah<sup>10</sup>, Joko Suwarno<sup>11\*</sup>

<sup>1-11</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek  
No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia  
Email: <sup>1\*</sup>[dosen02522@unpam.ac.id](mailto:dosen02522@unpam.ac.id)  
(\* : coresponding author)

**Abstrak**—Tujuan dari Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk lokal adalah untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil untuk mempromosikan produk mereka secara menguntungkan di platform digital. Perilaku ini dicapai dengan memberikan inspirasi untuk strategi pemasaran digital, mengoptimalkan definisi yang cerdas dan menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi penyampaian materi, dan diskusi interaktif sebagai solusi atas masalah yang dihadapi peserta. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa para peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang pentingnya media sosial sebagai alat promosi, serta kemampuan mereka dalam membuat konten yang menarik untuk memperluas jangkauan pasar. Dampak positif terlihat dalam bentuk peningkatan interaksi dan penjualan produk para peserta.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Pemasaran Digital, Produk Lokal, Pelatihan, UMKM

*Abstract*—The objective of the social media utilization training for local product marketing The goal is to enhance the ability of small businesses to market their products profitably on digital platforms. This behavior is achieved by providing inspiration for digital marketing strategies, optimizing smart definitions and using platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok. The methods used in this training include material delivery, and interactive discussions as solutions to problems faced by participants. The results of this training showed that the participants demonstrated an increased understanding of the importance of social media as a promotional tool, as well as their ability to create engaging content to expand market reach. The positive impact was seen in the form of increased interaction and sales of the participants' products.

**Keywords:** Social Media, Digital Marketing, Local Products, Training, MSMEs

### 1. PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berubah ini, jejaring sosial telah menjadi salah satu instrumen pemasaran (promosi) paling efektif serta efisien untuk mempromosikan produk dan layanan yang kita punya. Jejaring sosial menawarkan kesempatan kepada para pengusaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengakses pasar yang besar dengan biaya yang cukup terjangkau. Produk lokal, yang mewakili sebagian besar kekayaan ekonomi daerah, memiliki potensi yang cukup besar untuk dieksploitasi melalui strategi pemasaran digital yang tepat. Namun, sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah menghadapi kesulitan dalam menggunakan jejaring sosial untuk mempromosikan produk mereka. Hambatan utama yang harus diatasi adalah kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan keterampilan teknis dalam pembuatan konten.

Sebagian besar usaha kecil dan menengah menghadapi kesulitan dalam menggunakan jejaring sosial untuk mempromosikan produk mereka. Hambatan utama yang harus diatasi adalah kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan keterampilan teknis dalam pembuatan konten. Meningkatkan literasi digital usaha kecil dan menengah sangat penting jika mereka ingin bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penting untuk melakukan tindakan sistematis untuk menawarkan pelatihan serta dukungan (*support*) kepada para pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan potensi jejaring sosial sebagai alat pemasaran *online*.

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memungkinkan para peserta untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran digital, mengembangkan keterampilan dalam membuat konten kreatif dan memberikan mereka kemampuan untuk mengelola media sosial secara mandiri dan efektif. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan

visibilitas produk lokal mereka, memperluas pasar dan memperkuat daya saing mereka saat ini. Kegiatan ini memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal, dengan menggunakan pendekatan teknologi dan kreatif.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **2.1 Persiapan**

Pada minggu pertama bulan Oktober 2024, persiapan mulai dilakukan untuk mengadakan pelatihan penggunaan media sosial untuk menjual produk lokal di SMA IT Yapira di Cisauk, dengan latar belakang Pondok Pesantren Raudhatut Tauhid. Awalnya, berkas-berkas administrasi harus dikelola untuk mendapatkan izin untuk melaksanakan kegiatan di lokasi. Tim pelaksana melakukan pendekatan kepada pihak sekolah untuk mempresentasikan maksud dan tujuan program pengabdian kepada masyarakat (PKM) dan menguraikan kegiatan-kegiatan yang melibatkan siswa-siswi SMA IT Yapira sebagai peserta utama.

Setelah pihak sekolah memberikan persetujuannya, tim melakukan komunikasi yang lebih mendalam untuk menentukan jadwal, persyaratan teknis, dan jumlah peserta. Dalam konteks sekolah, survei awal juga dilakukan untuk mengetahui kondisi para peserta, yaitu para siswa SMA IT Yapira yang sebagian besar tinggal di asrama. Tujuan dari survei ini adalah untuk mengumpulkan informasi tentang pengetahuan siswa sebelumnya tentang media sosial dan pemasaran digital (*digital marketing*), serta kesulitan yang mereka hadapi dalam mengoptimalkan platform digital. Temuan ini digunakan sebagai dasar untuk membuat materi yang sesuai dengan kebutuhan para peserta.

Tanggal 31 Oktober 2024 dipilih sebagai tanggal pelaksanaan kegiatan, puluhan siswa SMA IT Yapira antusias mengikuti pelatihan tersebut. Menjelang hari pelaksanaan tersebut, persiapan teknis dilakukan secara intensif seperti penyusunan modul pelatihan, perolehan alat presentasi, dan koordinasi akhir dengan pihak sekolah. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal bagi para siswa untuk memahami strategi pemasaran digital untuk mempromosikan produk lokal, baik di lingkungan rumah maupun pondok pesantren.

### **2.2 Pelaksanaan**

Sesi pembukaan diawali dengan pembacaan doa yang dipandu oleh moderator atau MC yang mengawali acara dengan mengucapkan rasa syukur dan berharap semoga pelatihan ini membuahkan hasil dan membawa manfaat. Selanjutnya ketua kelompok PKM memberikan sambutan di depan sekolah, mengucapkan terima kasih atas kesempatan terlaksananya kegiatan ini. Bersamaan dengan itu, Kepala Sekolah SMA IT Yapira juga menyambut hangat tim PKM dan mengucapkan terima kasih atas kedatangan peserta pelatihan yang merupakan puluhan siswa SMA IT Yapira. Kolaborasi antara sekolah dan tim pengabdian masyarakat diperkuat dengan sambutan ini yang mendorong peserta untuk menginvestasikan diri mereka dalam pelatihan dengan penuh semangat.

Pada sesi utama, para pembicara mulai memaparkan konten pemanfaatan jejaring sosial untuk mempromosikan produk lokal. Pembicara mengeksplorasi berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk lokal, dan menawarkan contoh nyata serta strategi yang efektif. Materi disajikan secara menarik dan mudah dipahami sehingga peserta dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Setelah materi disampaikan, sesi dilanjutkan dengan diskusi interaktif yang dipimpin oleh moderator. Peserta sangat termotivasi untuk mengajukan pertanyaan mengenai promosi produk lokal di jejaring sosial, serta menyampaikan masukan mereka mengenai penggunaan platform digital. Percakapan ini memungkinkan peserta untuk menemukan jawaban atas pertanyaan mereka, sekaligus memperdalam pemahaman mereka tentang pemasaran digital.

Acara selanjutnya diakhiri dengan penyerahan plakat sebagai tanda terima kasih kepada pihak sekolah atas dukungannya dalam terlaksananya kegiatan ini. Ketua kelompok PKM menyerahkan plakat tersebut sebagai tanda terima kasih dan apresiasi atas keberhasilan kerjasama tim PKM dengan SMA Yapira. Akhir kegiatan disertai dengan foto bersama yang menjadi kenang-kenangan atas keberhasilan pelatihan dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

### 3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Pengenalan dan Konsep Pemasaran Digital untuk Produk Lokal



**Gambar 1.** Pengenalan dan Konsep Pemasaran Digital untuk Produk Lokal

Pengenalan konsep pemasaran digital yang sangat mementingkan jejaring sosial sebagai sarana promosi produk daerah. Pembicara merinci bagaimana usaha kecil dan menengah (UMKM) dan pelaku perekonomian memiliki kemungkinan menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan *Online Shop* untuk menjangkau khalayak yang lebih besar. Konsep dasar pemasaran digital, seperti metode menghasilkan konten yang menarik dan mengidentifikasi target audiens, diuraikan dengan jelas namun rinci.

Siswa SMA IT Yapira dihimbau untuk menggunakan materi ini dengan cara yang mudah dipahami, ilmu yang diperoleh dapat diterapkan dalam kehidupan sehari – hari baik untuk promosi produk sendiri, maupun untuk membantu masyarakat dalam penjualan produk lokal. Dengan demikian, peserta sudah dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya jaringan sosial dalam mempromosikan produk lokal di pasar yang semakin kompetitif di era digital.

#### 3.2 Sesi Diskusi Interaktif atau Quiz



**Gambar 2.** Sesi Diskusi Interaktif atau Quiz

Setelah materi disampaikan, sesi dilanjutkan dengan diskusi interaktif dan kuis untuk meningkatkan pemahaman peserta. Melalui sesi ini, peserta dapat memperdalam pengetahuannya mengenai pemanfaatan media sosial dalam bidang pemasaran. Peserta dapat bertanya, berbagi pengalaman dan mendiskusikan kesulitan yang mereka hadapi dalam menjual produk secara online. Diskusi ini mendorong suasana yang lebih terbuka, sehingga peserta merasa lebih aktif dan terlibat dalam pelatihan. Selain itu, kuis yang diadakan setelah sesi diskusi memungkinkan Evaluasi pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Menurut peserta, respon positif menunjukkan bahwa sesi ini membantu meningkatkan keterampilan mereka dalam strategi pemasaran digital.

### 3.3 Sesi Seremoni Penyerahan Plakat



**Gambar 3.** Sesi Seremoni Penyerahan Plakat

Sebagai apresiasi atas kerjasama tim PKM dengan pihak sekolah, pada akhir acara dilakukan penyerahan plakat kepada pihak sekolah. Plakat tersebut merupakan tanda pengakuan kepada Pondok Pesantren Raudhatut Tauhid yang telah mendukung penuh inisiatif ini. Kepala sekolah menerima plakat tersebut dengan penuh apresiasi, sehingga proses penyerahan plakat menjadi sangat menyenangkan. Hal ini tidak hanya mempererat tali silaturahmi tim PKM dengan pihak sekolah, namun juga menunjukkan keberhasilan kegiatan dan dampak positifnya bagi sekolah dan peserta.

### 3.4 Evaluasi

Setelah kegiatan selesai dilakukan evaluasi untuk mengukur sejauh mana pelatihan ini memberikan dampak positif bagi peserta. Pengukurannya dilakukan dengan berbagai teknik, seperti wawancara singkat kepada peserta dan guru sekolah yang membahas aspek materi, pengajaran, dan fasilitas yang ditawarkan selama pelatihan. Hasil survei menunjukkan sebagian besar peserta merasa senang dengan materi yang dipamerkan dan merasa lebih nyaman menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk lokal. Mayoritas peserta juga mengaku telah mengembangkan keterampilan baru dalam membuat konten menarik dan berinteraksi dengan audiens secara lebih efektif.

Antusiasme peserta selama kegiatan juga dapat dinilai, yang diwujudkan dengan partisipasi aktif mereka dalam diskusi dan kuis. Berdasarkan masukan yang diterima, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu memperkuat pemahaman peserta mengenai pemasaran digital dan membekali mereka dengan keterampilan yang dapat digunakan dalam menjual produk lokal. Dalam waktu dekat, pelatihan semacam ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan pengembangan materi yang lebih mendalam dan penerapan langsung dalam praktik pemasaran digital.



#### 4. KESIMPULAN

Pada tanggal 31 Oktober 2024, pada saat kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi produk lokal di Pondok Pesantren Raudhatut Tauhid dan SMA IT Yapira, tujuan utama kegiatan ini ialah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan siswa ataupun santri dalam pemanfaatan jejaring sosial media maupun *online shop* sebagai sarana pemasaran. Melalui pemaparan materi secara komprehensif, sesi diskusi interaktif dan kegiatan kuis, peserta dapat lebih memahami pentingnya pemasaran digital dalam mempromosikan produk lokal di era digital..

Pelatihan ini tidak hanya membekali peserta dengan pengetahuan dasar tentang strategi pemasaran media sosial, namun juga memungkinkan mereka mengembangkan keterampilan dalam membuat konten yang menarik dan efektif. Selain itu, evaluasi tersebut menimbulkan antusiasme yang besar dari para peserta yang tercermin dari keterlibatan aktif mereka sepanjang pelatihan.

Secara keseluruhan, acara ini memberikan efek menguntungkan dalam memperkuat keterampilan digital siswa dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran. Keterampilan yang dikembangkan siswa SMA IT Yapira akan mampu mengamalkan ilmunya untuk membantu mempromosikan produk lokal dan memperluas pasar, baik di lingkungan sekolah maupun masyarakat luas. Tujuan dari kegiatan ini juga untuk menyoroti pentingnya pemasaran digital bagi pengembangan ekonomi lokal dengan mengadopsi pendekatan inovatif dan teknologi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dengan setulus-tulusnya kami sampaikan kepada Pondok Pesantren Raudhatut Tauhid dan Sekolah Menengah Atas Yapira, Khususnya kepada pimpinan dan seluruh staff kepegawaian yang telah turut andil dalam terselenggaranya pelatihan ini dengan baik. Tidak lupa pula, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya juga kepada seluruh peserta, siswa dan santri SMA Yapira yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam proyek ini. Terima kasih tak terhingga kami sampaikan kepada tim PKM yang telah bekerja keras merancang, mempersiapkan dan melaksanakan pelatihan ini. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan mempromosikan produk lokal.

#### REFERENCES

- Aditya, R., & R Yuniardi Rusdianto. 2023. Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. . 25 03. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2022. “*Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (8th ed.)*. Pearson.”
- Fitriany Fitriany, & Sri Endarti Halim. 2023. OSIALISASI DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM). *Arunika Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.53654/ar.v2i1.369>.
- Mustopa, R., Mujiyanto, H., & Ikhsan, A. F. 2024. Sosialisasi Pemasaran Digital pada UMKM Desa Selaawi Talegong Kabupaten Garut. *DEDIKASI PKM*. 02 5. <https://doi.org/10.32493/dkp.v5i2.39086/>.
- Nurfitriya, M., Fauziyah, A., Koeswandi, T. A. L., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. 2022. Peningkatan Literasi Digital Marketing UMKM Kota Tasikmalaya. *Acitya Bhakti*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.32493/acb.v2i1.14618>.
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. 2021. “Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. Dedikasi PKM.” *DEDIKASI PKM* 307-311.
- Wijaya, Mahardika, I. M. N. O., Aryawati, N. P. A., Negara, I. S. K., & Yanti, N. N. S. A. 2022. “Pengembangan Usaha Kerajinan Ingke Melalui Pelatihan Pemasaran Modern (E-Marketing) dan Pembentukan Kelompok Usaha.” *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 125-130.
- Wulandari, E. C., Prawesti, Y., & Phoa, V. 2024. “Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Digital Pada Kios UMKM Desa Kembangkuning, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali.” *DEDIKASI PKM*, 456-463.