



**SOSIALISASI PENTINGNYA MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA UNTUK PEMASARAN UMKM (STUDI KASUS: TRANSPUAN PELAKU UMKM SALON DI KOTA BANJARMASIN)**

**Erini Junita Sari<sup>1\*</sup>, Normalina<sup>2</sup>, Nirza Marzuki Husien<sup>3</sup>**  
<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin  
erini@stiei-kayutangi-bjm.ac.id\*

**Article History:**

Received: 15-12-2023

Revised: 20-12-2023

Accepted: 21-12-2023

**Keywords:** Sosial Media, Pemasaran, Transpuan, Salon

**Abstract:** Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Hotel 88, Kota Banjarmasin. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menanamkan pemahaman tentang pentingnya melakukan pemasaran melalui sosial media bagi transpuan pelaku UMKM berupa salon di Kota Banjarmasin. Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat mengurangi risiko menurunnya angka customer dan diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan hidup para transpuan pelaku UMKM di Kota Banjarmasin. Metode yang digunakan di pengabdian kepada masyarakat ini adalah sosialisasi terkait Pemasaran Melalui Sosial Media. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman peserta sosialisasi terhadap pemasaran usaha Salon melalui sosial media. Peserta berhasil memahami apa saja jenis-jenis strategi pemasaran melalui sosial media yang ada, cara pemanfaatannya, serta bagaimana mengintegrasikan ke usaha salon mereka masing-masing.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

**PENDAHULUAN**

Terdapat penelitian yang mengatakan bahwa menumbuhkan kewirausahaan memerlukan upaya dari banyak pihak, terutama pihak sendiri. Oleh karena itu, sangat tepat untuk mengenalkan remaja pada kewirausahaan sejak usia muda melalui kegiatan belajar atau dengan ikut bertransaksi dengan orang lain (pengusaha). Seiring berjalannya waktu, hal ini perlahan mengembangkan mentalitas bisnis yang mendorong masyarakat untuk menjadi pebisnis (Ismail et al., 2020). Kegiatan usaha pada hakikatnya adalah kemampuan untuk menjalankan aktivitas kehidupan manusia yang dilakukan dalam bentuk kegiatan komersial (Novaria, dkk., 2020). Dengan kata lain, ini adalah kegiatan menjual dan membeli barang dan jasa.

Seorang wirausahawan tentunya membutuhkan kemampuan dalam jual beli. Tentu saja keahlian ini tidak datang secara tiba-tiba dan alamiah. Pengetahuan dan pengalaman sebagai seorang wirausahawan sangat dibutuhkan. Semakin intensif kegiatan usaha yang dilakukan maka semakin banyak pula keterampilan komersial umum yang dikembangkan, seperti kemampuan pemasaran, kemampuan berkomunikasi secara ramah untuk menarik pelanggan, kemampuan menyajikan produk berkualitas sedemikian rupa sehingga diminati konsumen, dan kemampuan menggunakan peralatan dan kemampuan teknis untuk menjangkau konsumen dari berbagai lokasi. Salah satu kemampuan teknis tersebut adalah kemampuan untuk memanfaatkan sosial media sebagai media pemasaran.

Salah satu cara untuk meningkatkan kewirausahaan adalah dengan berpartisipasi dalam pelatihan kewirausahaan. Kegiatan ini juga diharapkan dapat membantu peserta untuk mengenal apa itu usaha, apa saja yang diperlukan untuk membangun usaha, biaya dan peralatan yang dibutuhkan, serta bagaimana sikap dan perilaku seorang wirausaha. Tentunya bagi para pemula, semua ini merupakan tahap awal untuk membangkitkan minat yaitu jiwa wirausaha. Namun, hal-hal tersebut tidak terbatas hanya bagi pemula, namun juga tetap harus diterapkan oleh mereka yang telah menjalankan usahanya. Tentunya dengan mengikuti kegiatan pelatihan, seseorang dapat memperoleh gambaran singkat tentang bisnis tersebut, terutama dengan memperoleh pengetahuan tentang pengalaman berwirausaha dari para pelatih (Rante & Ratang, 2020).

Untuk UMKM berupa salon sendiri merupakan jenis UMKM yang berpotensi jika dilakukan dengan perencanaan dan manajemen yang tepat. Salon-salon yang dijalankan oleh para transpuan di Kota Banjarmasin rata-rata berumur lebih dari 10 tahun. Salon-salon tersebut memiliki masa kejayaan beberapa tahun ke belakang, namun seiring berjalannya waktu berbagai saingan baru bermunculan dan mereka mulai tergerus oleh pendatang baru. Ketika ditelusuri, manajemen yang masih dijalankan secara tradisional merupakan salah satu hal menyebabkan salon mereka tidak bisa mengikuti perkembangan zaman. Salah satu yang menjadi kesulitan mereka adalah pemasaran kepada pelanggan, dikarenakan banyak dari mereka yang tidak memiliki keahlian dalam menggunakan teknologi dan sosial media. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk mendapatkan pelatihan terkait pemasaran melalui sosial media.

## **METODE PELAKSANAAN**

Sosialisasi ini dilakukan di Hotel 88 untuk para transpuan pelaku UMKM salon di Kota Banjarmasin. Adapun susunan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai berikut;

1. Sesi pertama, memberikan penjelasan tentang konsep kewirausahaan. Sesi ini dilaksanakan untuk memberikan gambaran kepada peserta mengenai bagaimana kewirausahaan itu sendiri dan tahapan dalam menjalankannya.
2. Sesi kedua, memberikan penjelasan tentang teknik pemasaran, jenis sosial media dan masing-masing *user target* dari sosial media tersebut.
3. Sesi ketiga, melaksanakan praktik pembuatan akun Facebook dan Instagram for Business untuk salon peserta.
4. Sesi keempat, menjelaskan metode-metode dalam membuat konten yang menarik.
5. Sesi kelima, melakukan tanya jawab dengan peserta sosialisasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, tim melakukan survey mengenai kompetensi berwirausaha para transpuan di Kota Banjarmasin. Tim juga mengadakan survey mengenai bentuk usaha yang mereka lakukan. Selama survey dilakukan, tim melakukan wawancara dan diskusi dengan para transpuan dan Lembaga yang menanungi mereka. Tim kemudian memutuskan materi apa saja yang dapat diberikan terkait Pemasaran Melalui Sosial Media, terutama yang sesuai dengan salon. Ketika melakukan sesi pertama, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan pengetahuan tentang Pemasaran Melalui Sosial Media di peserta yang merupakan transpuan di Kota Banjarmasin yang dinaungi oleh Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Kalimantan Selatan. Hal ini disebabkan oleh perbedaan latar belakang kehidupan, perbedaan pengalaman selama mereka menjalankan usaha salon mereka, serta perbedaan

latar belakang pendidikan. Tidak semua pernah mendapatkan pelatihan kewirausahaan terutama tentang manajemen pemasaran dan tidak semua bertumbuh dengan pendidikan formal yang baik. Oleh karena itu, di sesi pertama diberikan pengetahuan umum tentang kewirausahaan dan manajemen pemasaran.

Di sesi kedua, tim pengabdian kepada masyarakat memberikan berbagai macam materi seperti jenis-jenis sosial media dan bagaimana menggunakannya sebagai media pemasaran salon peserta. Kemudian materi dilanjutkan dengan memberikan contoh-contoh UMKM sukses mana saja yang berhasil mempromosikan produk dan jasanya melalui sosial media, jenis-jenis sosial media menurut karakteristik target pasar, dan cara membuat konten pemasaran yang menarik. Setelah contoh diberikan, tim pengabdian kepada masyarakat mengajarkan masing-masing transpuan bagaimana membuat akun bisnis di sosial media di sesi ketiga. Di sesi keempat, para peserta dibantu dalam membuat *cover photo* dan *profile picture* yang mencerminkan salonnya, bagaimana sebuah salon dapat membuat konten yang menarik dan sesuai, dan kemudian mereka juga dibantu dalam merencanakan waktu pengunggahan yang tepat sehingga menyentuh target pasar yang diinginkan. Di sesi kelima para peserta kemudian berbagi tentang pemikiran mereka mengenai pemasaran di sosial media target pasar yang tepat bagi salon mereka.



**Gambar 1.** Foto – Foto Kegiatan

## KESIMPULAN DAN SARAN

Para peserta Sosialisasi Pentingnya Menggunakan Sosial Media Untuk Pemasaran UMKM di Kota Banjarmasin memiliki antusiasme yang tinggi ketika mengikuti setiap sesi sosialisasi, meskipun terdapat keterbatasan tempat dan waktu. Ketika para peserta

diberikan pertanyaan dan studi kasus terkait topik sosialisasi, sebagian besar dari mereka belum menjawab dengan tepat dan tidak bisa memberi solusi dengan baik terkait manajemen pemasaran. Diharapkan agar kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berhubungan dengan Sosial Media Untuk Pemasaran UMKM di Kota Banjarmasin ini selanjutnya dapat dilakukan di lebih banyak komunitas di seluruh provinsi Kalimantan Selatan, agar jangkauan perubahan di bidang manajemen pemasaran bagi UMKM bisa menjadi lebih luas.

Seperti yang sudah disebutkan di atas, karena keterbatasan waktu dan kondisi peserta, kegiatan yang dapat dilaksanakan di pengabdian kepada masyarakat ini hanya sosialisasi sederhana. Terdapat banyak kegiatan lainnya yang dapat dilakukan untuk memperdalam pemahaman para peserta workshop ini terkait manajemen pemasaran khususnya melalui sosial media, seperti latihan penerapan sistem Bank Sampah, pelatihan pembuatan kerajinan tangan dengan bahan baku dari sampah plastik, serta materi tambahan tentang aktivitas Kampus Hijau lainnya. Diharapkan kegiatan-kegiatan di atas dapat dilakukan di kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya baik di objek pengabdian kepada masyarakat yang sama maupun di objek pengabdian kepada masyarakat lainnya, agar dapat memaksimalkan perubahan positif di bidang manajemen pemasaran bagi UMKM.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengucapkan terima kasih kepada Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Kalimantan Selatan atas dukungan berupa peserta (Transpuan), *venue*, dan finansial terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Ismail, I., Al-Bahri, F. P. F. P., Ahmad, L., & Salam, A. (2020). IbM Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan dan Menggali Ide Usaha Baru. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 1(1), 16-22.
- [2] Novaria, R., Mulyati, A., Pujiyanto, A., & Safitri, L. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kewirausahaan Di Kawasan Kampung Makam Rangkah Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(01).
- [3] Rante, Y., & Ratang, W. (2020). Analisis Faktor-Faktor Jiwa Kewirausahaan Pada Pemuda Remaja di Wilayah Kotaraja dan Abepura. *Jumabis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1).
- [4] Rizal, S. (2020). PKM: Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Enterpreneurship di Gampong Leuge Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur: Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Enterpreneurship di Gampong Leuge Kecamatan Peureulak Kabupaten Aceh Timur. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 3(1, Mei), 35-39.