



PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL ADSENSE UNTUK MENGOPTIMALKAN IKLAN PRODUK TEPAT SASARAN PADA UMKM KABUPATEN JENEPONTO

Ardimansyah¹, Cucut Susanto², Heriadi³

^{1,2,3}Universitas Dipa Makassar

Email: ardiman@undipa.ac.id¹, cucut@undipa.ac.id², heriadi@undipa.ac.id³

Abstract

This Community Service Research, which was funded by the Makassar Dipa University Foundation, is intended as a form of approach offered to overcome the problems that exist in the UMKM assisted group of Vena Energi. The problem that is often faced by MSMEs is in the process of introducing and marketing their products. MSME actors have taken several ways to introduce their products to the public, namely by posting their products to social media such as Facebook, Instagram or via WhatsApp status. However, this did not have an impact on increasing sales of their MSME products, this was because the posts of MSME actors on social media had not yet targeted social media user criteria such as age criteria, location, hobbies, and many other criteria. This can only be done when MSME actors post it in the form of advertisements known as Facebook ads and Instagram ads. For this reason, we, from the team implementing the community service program activities at Dipa Makassar University, have held community service in the form of training for MSME actors in the Vena Energi Jeneponto fostered group, so that they have the skills and ability to advertise and target potential buyers based on criteria that match their MSME products in facebook ads and also Instagram Ads. The result is the creation of MSME actors who are able to utilize Adsense social media to optimize MSME product advertisements so that they are more targeted and able to increase the number of MSME product sales for the Vena Energi Jeneponto fostered group.

Keywords: *UMKM, social media, Facebook Ads, Instagram Ads, Vena Energi Jeneponto*

Abstrak

Penelitian Pengabdian Masyarakat ini yang didanai oleh Yayasan Universitas Dipa Makassar, dimaksudkan sebagai bentuk pendekatan yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada pada UMKM kelompok binaan Vena Energi. Adapun masalah yang sering dihadapi oleh UMKM yaitu dalam proses memperkenalkan dan memasarkan produknya. Para pelaku UMKM telah melakukan beberapa cara untuk memperkenalkan produknya kemasyarakat yaitu dengan memposting produk mereka ke media sosial seperti facebook, Instagram ataupun melalui status whatsapp. Tetapi hal tersebut tidak berdampak pada peningkatan penjualan produk UMKM mereka, hal ini disebabkan karena postingan pelaku UMKM dimedia sosial belum menargetkan ke kriteria pengguna media sosial seperti kriteria usia, lokasi, hobby, dan masih banyak kriteria lainnya. Hal tersebut hanya dapat dilakukan ketika pelaku UMKM mempostingnya dalam bentuk iklan yang dikenal sebagai facebook ads dan Instagram ads. Untuk itu kami dari tim pelaksana kegiatan program pengabdian masyarakat Universitas Dipa Makassar, telah mengadakan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan untuk para pelaku UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto, agar memiliki keterampilan dan kemampuan untuk mengiklankan serta menargetkan calon pembeli berdasarkan kriteria yang sesuai dengan produk UMKM mereka pada facebook ads dan juga Instagram Ads. Hasilnya adalah terciptanya pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan media sosial adsense untuk mengoptimalkan iklan produk UMKM agar lebih tepat sasaran serta mampu meningkatkan jumlah penjualan produk UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto.

Kata Kunci: *UMKM, Media Sosial, Facebook Ads, Instagram Ads, Vena Energi Jeneponto*

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Media sosial merupakan media pertemanan elektronik yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk membagikan cerita seputar kehidupan mereka. Dan media sosial saat ini sudah merambah ke media promosi produk, tak jarang kita jumpai pada beranda media sosial kita lewat sebuah iklan produk, atau video influencer yang sedang mempromosikan produk tertentu. Hal ini disebabkan karena media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dunia untuk saling

bersosialisasi di dunia maya dan hal itu pun dimanfaatkan oleh media sosial seperti facebook ads dan Instagram ads sebagai sarana untuk memberikan ruang kepada pelaku bisnis untuk mempromosikan produk mereka keseluruh pengguna media sosial dan juga berdasarkan kriteria target pasar suatu produk agar dapat memangkas biaya iklan dan mengoptimalkan iklan agar lebih tepat sasaran. UMKM kelompok binaan Vena Energi memiliki berbagai macam jenis produk yang dihasilkan mulai dari produk kerajinan tangan, pengolahan limbah plastik, produk makanan ringan, makanan berat dan juga berbagai macam produk minuman yang sudah sangat layak untuk dipasarkan kemasyarakat. Kurangnya pengetahuan dalam proses memasarkan produk dimedia sosial seperti facebook dan juga Instagram menyebabkan pelaku UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto belum dapat mamaksimalkan media sosial dalam melakukan promosi produk. Dimana media sosial seperti facebook dan Instagram merupakan sarana yang sangat *powerfull* dalam hal memperkenalkan produk UMKM kepada masyarakat. Pelaku UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto membutuhkan keterampilan dalam hal mengiklankan produk mereka ke media sosial seperti keterampilan dalam membuat akun bisnis, melakukan deposit ke akun bisnis, membuat draft iklan, teknik penulisan iklan, dan menargetkan calon pembeli berdasarkan kriteria tertentu. Semua hal tersebut dapat mempengaruhi hasil akhir dalam sebuah iklan yang ditempatkan dimedia sosial, sehingga dengan melihat hasil yang didapatkan maka strategi selanjutnya yaitu dengan mengevaluasi kembali iklan tersebut. Untuk itu kami dari tim pelaksana kegiatan program pengabdian, akan mengadakan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan akun bisnis dimedia sosial, pelatihan deposit biaya iklan ke akun bisnis media sosial, pelatihan membuat draft iklan, pelatihan teknik penulisan iklan dan juga pelatihan dalam menargetkan calon pembeli berdasarkan kriteria target produk para pelaku UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Kemampuan untuk memasarkan produk dimedia sosial saat ini masih sangat kurang khususnya pelaku UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto, dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam mengelola akun media sosial. Pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk mengiklankan produk merupakan suatu kegiatan untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM. Dengan percepatan perkembangan teknologi saat ini maka jika masih melakukan teknik promosi yang lama maka pelaku UMKM tidak dapat bersaing dengan para competitor lainnya yang sudah beralih kedia media sosial dalam mengiklankan produknya. Tanpa adanya suatu kegiatan pelatihan yang sifatnya membangun baik untuk kepentingan pribadi dan juga kelompok pelaku UMKM maka akan mengakibatkan ketertinggalan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Dalam program Pendidikan berorientasi keterampilan hidup (*life skill*) melalui pendekatan *Broad Based Education (BBE)* ini dilaksanakan pemberian paket program pelatihan mengiklankan produk di media sosial facebook ads dan intagram ads. Dari program ini diharapkan agar para pelaku UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto dapat memahami dan terampil dalam membuat akun bisnis media sosial, mampu melakukan deposit ke akun bisnis media sosial, mampu membuat draft iklan di media sosial, mampu menguasai teknik pembuatan iklan, dan mampu menargetkan calon pembeli berdasarkan kriteria produk agar iklan lebih tepat sasaran. Untuk mencapai tujuan dan target keluaran program ini, sebagaimana yang diuraikan diatas, maka lingkup kegiatan program yang akan dilaksanakan meliputi sebagai berikut:

Seluruh rangkaian kegiatan dalam program ini dilaksanakan dengan mengikuti prosedur dan tahapan-tahapan yang diperlihatkan pada skema berikut:

1. Pemilihan Peserta

Kegiatan ini dimaksudkan untuk memilih peserta dari masing-masing UMKM sebanyak 16 orang, yang terdiri atas 1 orang dari Pembina UMKM Kelompok Binaan Vena Energi Jeneponto dan 15 orang pelaku UMKM. Sebagai peserta dalam program ini harus memenuhi beberapa syarat, antara lain:

- a. Peserta adalah seluruh UMKN Kelompok binaan Vena Energi Jeneponto.
- b. Peserta telah memiliki akun media sosial pribadi pada Facebook dan Instagram
- c. Peserta memiliki minat untuk mengembangkan kemampuan untuk mempromosikan produk di media sosial.

2. Pelaksanaan Kegiatan Pembekalan

Dalam kegiatan ini dilaksanakan dengan memberikan pengetahuan dengan perbandingan persentase 30% teori dan 70 % praktek. Kegiatan teori membahas mengenai:

- a. Pengenalan Akun Bisnis Media Sosial
- b. Pengenalan Facebook Ads dan Instagram Ads

Sedangkan untuk kegiatan praktikumnya:

- a. Membuat akun bisnis di Facebook Ads dan Instagram Ads
- b. Melakukan deposti ke dalam akun bisnis
- c. Membuat draft iklan
- d. Menentukan target pembeli berdasarkan kriteria produk UMKM



Gambar 1. Suasana Pembukaan Pelatihan SOSMED oleh Direktur PT. Energi Bayu Jeneponto dan Kepala Dinas UMKM

Gambar 1 menunjukkan suasana pembukaan pelatihan yang dibawakan oleh Kepala Dinas UMKM Jenepontoh Ibu Dr. Hj. Mernawati, S.sos., MSi. dan *Asset Manager* PT. Energi Bayu Jeneponto bapak Wahyudin Beta.



Gambar 2. Suasana Pelatihan Pengenalan Akun Bisnis Media Sosial

Gambar 2 menunjukkan dengan antusiasnya peserta dari UKM-UKM Jeneponto binaan dari EBJ dan Dinas UMKM Jeneponto untuk mengikuti pelatihan ini dengan baik.



Gambar 3. Suasana Tim UKM Undipa Makassar diterima oleh Kepala Dinas UMKM dengan beserta anggotanya.

3. Pemantauan Peserta

Kegiatan ini dilaksanakan untuk lebih memahami masalah potensial yang dihadapi oleh para peserta dalam mengaplikasikan pengetahuan dan skill yang telah diterima setelah mengikuti kegiatan program ini.

4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Kegiatan ini merupakan rangkaian kegiatan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan sebelumnya, yakni memonitoring dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan para peserta dalam mengaplikasikan pengetahuan dan skill yang mereka peroleh setelah mengikuti pembelajaran. Sehingga secara langsung dapat diketahui kendala-kendala serta alternatif solusi yang timbul.

5. Pembuatan Laporan Kegiatan Program

Rangkaian terakhir yang dilaksanakan dalam program ini adalah membuat laporan, naik laporan tentang pelaksanaan kegiatan ini maupun laporan mengenai hasil dari seluruh rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam program Pengabdian Masyarakat ini.

Jenis Luaran

Melalui program Pengabdian bagi masyarakat ini, tim pelaksana program akan mendidik sebanyak 16 orang peserta, yang terdiri dari 1 orang Pembina UMKM kelompok binaan Vena Energi Jeneponto dan 15 orang pelaku UMKN kelompok binaan Vena Energi Jeneponto. Para Peserta ini diharapkan dapat menjadi tenaga terampil dalam mengelola iklan dimedia sosial facebook ads dan Instagram ads agar iklan yang dibuat dapat tepat sasaran ke calon pembeli.

KESIMPULAN

Dari Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Adsense Untuk Mengoptimalkan Iklan Produk Tepat Sasaran Pada Umkm Kabupaten Jeneponto ini dapat diambil kesimpulan :

- a. Pengenalan Akun Bisnis Media Sosial
- b. Pengenalan Facebook Ads dan Instagram Ads

Sedangkan untuk kegiatan praktikumnya:

- a. Membuat akun bisnis di Facebook Ads dan Instagram Ads
- b. Melakukan deposi ke dalam akun bisnis
- c. Membuat draft iklan dan menentukan target pembeli berdasarkan kriteria produk UMKM

Semua kegiatan yang dilatihkan telah berjalan dengan baik dan sangat membantu melakukan promosi produk-produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- E. Kurniawaty, A. Santoso dan S.Y. Widowati, 2019, Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha bersama (KUB) SRIKANDI, JIPEMAS, Vol. 2, No. 2, pp. 132-138.
- Eriyanto, 2021, Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial. (n.p.): Prenada Media.
- Nurmaya, I, Kurnianingsih, Rosini and N. E. Diana, 2017, IBM Pelatihan Decoupage and E-Commerce untuk Meningkatkan Ekonomi Ibu Rumah tangga, In Prosiding Seminar hasil Pengabdian kepada Masyarakat (SNP2M), Makassar.
- R. Shidiq, 2018, Teknik Berjualan dengan Digital Marketing: Optimalkan Sosial Media untuk Meningkatkan Omzet Penjualanmu, UDACODIN.
- S.D, Putri and D.S. Fitrah, 2017, Pengaruh Online Marketing Campaign #Samyang Challenge terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia, Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan masyarakat, Vol. 1, No. 2, pp. 131-141.
- Shufyani Azzahro', Siti Nur Qomariyah, S.E., M.Si., 2021, Pemasaran Online pada Instagram ADS dan Facebook ADS Batik: Studi Kasus pada Batik Sekar Jati Star Desa Jatipekem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. (n.p.): Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.