

PENDAMPINGAN PENINGKATAN KOMPETENSI MANAJEMEN MEDIA SOSIAL UNTUK UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN PENGELOLAAN KEUANGAN

Alan Smith Purba

Program S1 Akuntansii & Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman
alansmith@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi manajemen media sosial bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) guna mendukung peningkatan penjualan dan pengelolaan keuangan yang lebih efektif. Melalui pendampingan intensif, UMKM diberikan pelatihan dan bimbingan dalam mengoptimalkan penggunaan platform media sosial untuk pemasaran digital, membangun branding, serta mengelola interaksi dengan pelanggan. Selain itu, pendampingan juga mencakup pelatihan dasar dalam pengelolaan keuangan sederhana untuk memastikan keberlanjutan usaha. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi pendampingan berupa *workshop* pada UMKM di Balikpapan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi manajemen media sosial berdampak signifikan terhadap pertumbuhan penjualan dan efisiensi pengelolaan keuangan UMKM. Dengan demikian, pendampingan ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat direplikasi untuk mendukung perkembangan UMKM lainnya dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata kunci: UMKM, Manajemen Media Sosial, Peningkatan Penjualan, Pengelolaan Keuangan

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi alat penting bagi UMKM dalam era digital yang semakin berkembang untuk meningkatkan visibilitas, penjualan, dan pengelolaan keuangan. Sebagai pilar utama ekonomi Indonesia, UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mendukung bisnis mereka. Kegagalan untuk meningkatkan keuangan dan penjualan seringkali disebabkan oleh kegagalan dalam manajemen media sosial.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sebanyak 64% dari total UMKM di Indonesia belum memanfaatkan platform digital dengan maksimal. Padahal, kemampuan untuk memanfaatkan media sosial secara efektif dapat meningkatkan visibilitas produk, menarik pelanggan baru, dan mendorong peningkatan penjualan secara signifikan. Tantangan lain yang dihadapi adalah pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara konvensional, sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara pendapatan dan pengeluaran, serta kesulitan dalam merencanakan strategi bisnis yang berkelanjutan. Tantangan ini juga dirasakan oleh para pelaku UMKM di Balikpapan yang tergabung dalam sebuah forum yang bernama UMKM Balikpapan. Para pelaku UMKM tersebut masih kesulitan dalam pemanfaatan media sosial dalam optimalisasi strategi pemasaran usaha. Selain itu, beberapa dari mereka belum

menyadari manfaat yang signifikan penggunaan media sosial bagi peningkatan penjualan mereka.

Media sosial, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok, memberi UMKM banyak kesempatan untuk membangun hubungan dengan pelanggan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kesadaran merek. Namun, penggunaan media sosial tidak akan memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan bisnis jika tidak direncanakan dengan baik. Selain itu, bagi usaha kecil dan menengah (UMKM), pengelolaan keuangan yang efektif menjadi tantangan tersendiri. Ini terutama berlaku untuk pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Sebuah studi menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam digital marketing dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang penggunaan media sosial untuk kegiatan komersial, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan penjualan produk mereka (Shonhadji, 2023; Carmidah, 2021; Widhiastuti, 2024).

Pelatihan tentang e-commerce juga telah menunjukkan hasil yang positif, di mana UMKM dapat memanfaatkan platform seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook* untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas (Azrianti, 2020). Dengan adanya pendampingan ini, UMKM tidak hanya belajar tentang pemasaran digital tetapi juga tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, yang merupakan aspek krusial dalam menjalankan usaha (Carmidah, 2021; Chusniyah & Fauza, 2022). Selain itu, pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif tidak dapat diabaikan. Pelatihan dalam pembuatan laporan keuangan sederhana membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) menghitung biaya dan menentukan harga jual produk. Selain itu, pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif tidak dapat diabaikan. Pelatihan dalam pembuatan laporan keuangan sederhana membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) menghitung biaya dan menentukan harga jual produk (Carmidah, 2021; Dj & Azizah, 2022). Oleh karena itu, keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh pendampingan yang mencakup elemen manajemen keuangan dan pemasaran digital (Amalia, 2023).

Pentingnya bagi UMKM untuk dilatih dalam keterampilan manajemen media sosial. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dalam mengelola media sosial, tetapi juga membantu mengintegrasikan strategi pemasaran digital dengan pengelolaan keuangan yang efektif. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menemukan kebutuhan UMKM untuk manajemen media sosial dan pengelolaan keuangan dan membuat program pendampingan yang sesuai. Diharapkan UMKM akan belajar lebih banyak tentang bagaimana memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan mengelola keuangan dengan lebih baik. Diharapkan bahwa pendampingan ini akan membantu bisnis UMKM lebih baik dalam hal penjualan dan pengelolaan keuangan. Pada akhirnya, ini akan membantu pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Pengabdian ini diharapkan akan memberikan kontribusi nyata untuk kemajuan UMKM di Indonesia, khususnya dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan pelaku bisnis lainnya, dalam merancang program pendampingan yang efektif bagi UMKM. Pendampingan dalam manajemen media sosial dan pengelolaan keuangan bagi UMKM sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar. Melalui pelatihan yang tepat dan dukungan berkelanjutan, UMKM dapat

memanfaatkan potensi digital marketing untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada ini dilaksanakan di Balikpapan di bantu dengan Lembaga Forum Berdaya Bareng. UMKM yang dituju adalah UMKM forum Balikpapan. Peserta kegiatan ini adalah UMKM Forum Balikpapan. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut.

a. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Melakukan survei atau penelitian awal untuk memahami masalah yang dihadapi serta kebutuhan UMKM Forum Balikpapan. Peneliti menggunakan metode seperti wawancara, diskusi, dan observasi. Tujuannya untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian benar-benar relevan dan dibutuhkan oleh UMKM Forum Balikpapan.

b. Perencanaan Program

Membuat rencana kerja yang mencakup tujuan program, metode yang akan digunakan, sasaran yang ingin dicapai, serta jadwal kegiatan. Tujuannya untuk menyusun program yang terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan UMKM Forum Balikpapan.

c. *Workshop*

Metode ini dilakukan dengan Pemaparan/Ceramah; metode ini bertujuan untuk menjelaskan tentang manajemen media sosial dalam meningkatkan penjualan dan pengelolaan keuangan.

d. Diskusi/Tanya jawab

Metode ini bertujuan untuk mengkaji tentang pemahaman mengenai materi yang telah dipaparkan.

e. Monitoring dan Pendampingan

Hasil sosialisasi yang telah dilaksanakan harus tetap terus di pantau, hal ini perlu dilakukan agar dapat mencapai tujuan dari PKM ini. Pendampingan ini juga bermaksud untuk terus membantu para pelaku UMKM dalam optimalisasi strategi pemasaran digital untuk peningkatan penjualan dan pengelolaan keuangan mereka. Pada PKM pendampingan yang digunakan adalah pendampingan jarak jauh dengan media Whatsapp.

f. Evaluasi

Meninjau keberhasilan program, baik dari segi proses maupun hasil. Gunakan metode wawancara dan observasi. Tujuannya untuk Menilai apakah tujuan program tercapai, apa dampaknya, dan bagaimana respons masyarakat.

g. Pelaporan dan Dokumentasi

Membuat laporan tertulis yang merangkum seluruh kegiatan, termasuk hasil evaluasi, kendala, dan rekomendasi untuk perbaikan. Tujuannya untuk memberikan bukti nyata atas kegiatan yang telah dilakukan serta sebagai referensi untuk kegiatan di masa mendatang.

3. HASIL

Pengabdian Masyarakat Ini dilakukan pada Kota Balikpapan pada UMKM seluruh kota Balikpapan. Setelah materi disampaikan, dengan metode ceramah dilanjutkan sesi diskusi dan tanya jawab dari pengamatan karyawan antusias menyampaikan berbagai pertanyaan. Mayoritas pertanyaan fokus kepada pembuatan dan pengelolaan konten pemasaran produk mereka. Selain itu, beberapa peserta berbagi pengalaman dalam tantangan yang dihadapi dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan mereka. Di akhir sesi, peserta diberikan kuesioner terkait pelaksanaan kegiatan dengan hasil sebagai berikut:

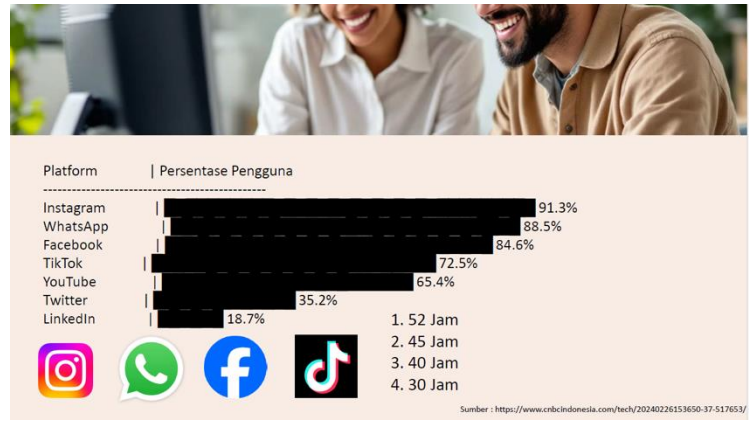
Peserta mengetahui dan memahami mengenai manfaat manajemen media sosial yang efektif, perencanaan strategi media sosial, perkembangan media sosial di Indonesia, cara mengembangkan strategi konten yang efektif, cara meningkatkan penjualan melalui media sosial, aplikasi yang digunakan untuk membuat konten pemasaran.



Meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran untuk peningkatan penjualan produk mereka.



Peserta mampu memilih platform media sosial yang tepat serta mampu menjadwalkan posting konten yang tepat.





4. PEMBAHASAN

Pendampingan UMKM yang telah dilakukan mempunyai dampak ekonomi dan social dengan penjelasan sebagai berikut

4.1 Dampak Ekonomi

Pendampingan peningkatan kompetensi manajemen media sosial tidak hanya memberi manfaat langsung kepada UMKM, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi nasional secara keseluruhan. Berikut dampak ekonomi dari kegiatan ini:

a. Peningkatan Pendapatan UMKM

Dengan strategi pemasaran media sosial yang lebih efektif, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, baik lokal maupun internasional, yang berujung pada peningkatan penjualan. Pendapatan yang lebih besar memungkinkan UMKM untuk memperluas bisnis, menambah lini produk, atau membuka cabang baru.

b. Efisiensi Biaya Pemasaran

Melalui pemahaman manajemen media sosial yang baik, UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran dengan biaya lebih rendah dibandingkan iklan tradisional. Ini membantu UMKM mengalokasikan anggaran lebih efisien dan meningkatkan margin keuntungan.

c. Pertumbuhan Lapangan Kerja

Dengan peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis, UMKM akan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja. Hal ini berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru di sektor usaha kecil dan menengah serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

d. Mendorong Digitalisasi Ekonomi Lokal

Peningkatan kompetensi digital UMKM membantu mempercepat adopsi teknologi di kalangan pelaku usaha. Hal ini berkontribusi pada terbentuknya ekosistem ekonomi digital yang lebih dinamis dan kompetitif di tingkat lokal maupun nasional.

e. Penguatan Arus Kas dan Pengelolaan Keuangan

Melalui pengelolaan keuangan yang lebih baik dan pemahaman tentang return on investment (ROI) dari kampanye media sosial, UMKM dapat meningkatkan stabilitas arus kas. Stabilitas keuangan ini membantu UMKM bertahan di masa sulit dan mempersiapkan pertumbuhan jangka panjang.

f. Mendorong Inovasi dan Daya Saing UMKM

Pendampingan ini mendorong UMKM untuk terus berinovasi dalam pemasaran digital dan strategi bisnis. Dengan inovasi yang berkelanjutan, UMKM akan lebih mampu bersaing di pasar lokal maupun global, yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

- g. Meningkatkan Kontribusi UMKM terhadap PDB
Dengan meningkatnya produktivitas dan pendapatan UMKM, kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) akan meningkat. Hal ini penting karena UMKM merupakan tulang punggung ekonomi banyak negara, termasuk Indonesia.
- h. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat
Ketika UMKM berkembang, dampaknya dirasakan oleh masyarakat sekitarnya. Peningkatan pendapatan UMKM dapat mendukung kesejahteraan komunitas lokal, meningkatkan daya beli, dan mengurangi angka kemiskinan.
- i. Penguatan Ekspor Produk Lokal
Dengan kemampuan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran global, UMKM berpeluang menembus pasar internasional. Hal ini meningkatkan ekspor produk lokal dan memperkuat posisi produk Indonesia di pasar dunia.
- j. Mengurangi Tingkat Kegagalan Bisnis
Pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran digital dan pengelolaan keuangan membantu UMKM menghindari kesalahan umum yang dapat menyebabkan kegagalan bisnis. Ini menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan dan stabil.

4.2 Dampak Sosial

Kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, penguatan komunitas, dan pembangunan ekosistem usaha yang inklusif dan berkelanjutan. Berikut dampak sosial dari kegiatan ini:

- a. Pemberdayaan Pelaku Usaha Kecil dan Menengah
Kegiatan ini membantu meningkatkan kapasitas dan keterampilan pelaku UMKM, terutama mereka yang berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah. Pemberdayaan ini memberi mereka peluang untuk meningkatkan taraf hidup dan kemandirian ekonomi.
- b. Meningkatkan Literasi Digital Masyarakat
Melalui peningkatan kompetensi dalam mengelola media sosial, peserta workshop menjadi lebih melek teknologi dan digital. Literasi digital yang meningkat di kalangan pelaku UMKM berdampak positif terhadap penyebaran pengetahuan digital di lingkungan mereka.
- c. Mendorong Kesetaraan Peluang Usaha
Kegiatan ini memberikan akses yang lebih merata bagi pelaku usaha dari berbagai latar belakang untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Hal ini mengurangi kesenjangan antara usaha besar dan usaha kecil, serta mendorong inklusi ekonomi.
- d. Meningkatkan Kepercayaan Diri Pelaku UMKM
Dengan memiliki keterampilan dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan, pelaku UMKM merasa lebih percaya diri dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Kepercayaan diri ini membantu mereka menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik.
- e. Penguatan Jaringan Sosial dan Komunitas
Workshop menjadi ajang bagi pelaku UMKM untuk berjejaring, berbagi pengalaman, dan membangun kolaborasi. Jaringan yang kuat antar-pelaku usaha membantu mereka saling mendukung dan menciptakan ekosistem bisnis yang solid.
- f. Peningkatan Partisipasi Perempuan dan Kelompok Rentan
Banyak UMKM dikelola oleh perempuan dan kelompok rentan. Dengan adanya workshop ini, mereka mendapatkan akses terhadap pelatihan yang meningkatkan kemampuan bisnis

dan keuangan, sehingga meningkatkan peran mereka dalam perekonomian dan masyarakat.

g. Mengurangi Pengangguran dan Mendorong Kemandirian Ekonomi

Peningkatan kompetensi pelaku UMKM mendorong pertumbuhan usaha yang dapat membuka lapangan kerja baru di komunitas mereka. Hal ini membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

h. Mendorong Pola Konsumsi yang Berbasis Produk Lokal

Dengan strategi pemasaran yang lebih baik, produk-produk lokal dari UMKM semakin dikenal masyarakat. Hal ini mendorong kebanggaan terhadap produk lokal dan meningkatkan kesadaran untuk mendukung usaha-usaha kecil di sekitar mereka.

i. Membangun Budaya Inovasi dan Pembelajaran Berkelanjutan

Kegiatan ini mendorong pelaku usaha untuk terus belajar, beradaptasi, dan berinovasi. Budaya belajar ini dapat menginspirasi generasi muda dan komunitas sekitar untuk mengembangkan potensi mereka melalui teknologi dan usaha mandiri.

5. SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk “Pendampingan Peningkatan Kompetensi Manajemen Media Sosial untuk UMKM dalam Meningkatkan Penjualan dan Pengelolaan Keuangan,” dapat disimpulkan bahwa pendampingan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM. Melalui kegiatan workshop dan pendampingan yang intensif, peserta mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan media sosial secara efektif sebagai sarana pemasaran. Peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam merancang strategi konten, memanfaatkan fitur media sosial, serta berinteraksi dengan pelanggan secara lebih profesional. Hal ini berdampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha, daya tarik produk, dan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang lebih baik membantu UMKM dalam mencatat arus kas, mengukur efektivitas biaya pemasaran, dan merencanakan pengembangan usaha secara lebih terstruktur. Pendampingan ini juga mendorong pemberdayaan ekonomi lokal, peningkatan literasi digital, dan penguatan jejaring antar-UMKM. Dengan kompetensi yang lebih baik, UMKM diharapkan mampu bersaing di era digital, meningkatkan pendapatan, serta menciptakan peluang lapangan kerja baru. Keseluruhan program ini berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha dan masyarakat secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini berhasil mencapai tujuannya untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan manajemen media sosial dan pengelolaan keuangan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan bisnis UMKM dan perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

a. Pengembangan Program Berkelanjutan

Disarankan agar kegiatan pendampingan ini dilakukan secara berkala dan berkelanjutan. Pendampingan jangka panjang memungkinkan peserta untuk menerapkan pengetahuan secara bertahap dan mendapatkan bimbingan lanjutan sesuai perkembangan usaha mereka.

b. Pendekatan Praktik dan Studi Kasus

Untuk memperdalam pemahaman peserta, kegiatan pendampingan di masa mendatang sebaiknya mencakup lebih banyak praktik langsung dan studi kasus yang relevan dengan bisnis peserta. Hal ini akan membantu peserta memahami cara mengatasi tantangan nyata dalam mengelola media social dan keuangan.

6. REFERENSI

- Azrianti, S. (2020). SOSIALISASI E-COMMERCE UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI RW 18 KELURAHAN TEMBESI KECAMATAN SAGULUNG. *MINDA BAHARU*, 4(2), 99. <https://doi.org/10.33373/jmb.v4i2.2598>
- Carmidah., Riasari, A., Nisa, T. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital Dan Pelaporan Keuangan Sederhana Bagi UMKM di Masa Pandemi Covid 19. *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. Vol. 1, No. 2 Juli 2021, Hal. 01-04
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DI MASA PADEMI BAGI MASYARAKAT. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2). <http://jatimtimes.online/pendidikan/mahasiswa-pnm-15-umm-bangkitkan-umkm-di-nganjuk->
- Putri, B., Amalia, N., & Mairiza, D. (2023). EKSISTENSI PRINSIP EKONOMI MIKRO ISLAM TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA MIKRO DI ERA DIGITALISASI.
- Shonhadji, N., Sistiyarini, E., Khalifaturfiah, S. O., Karyawan, M. A., Suminto, M. A., Yulianti, E., Sari, J. R., Dwika, S., & Haqni, M. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM “ESM Collection” di Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2), 372–380. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>
- Widhiastuti, R. N., Irmasari, S., Syihab, F., Manajemen, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Trilogi, U. (2024). PENYULUHAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PELAKU UMKM DI DESA CIAMPEA KECAMATAN CIAMPEA BOGOR.