ETAM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Vol. 6, No. 1, Februari 2026, pp. 86 – 90

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

THE UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA AS A MARKETING TOOL FOR MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES

Amir Hidayatulloh*, Asma Dedy Saputra, dan Saula Kahyu Ningtis
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

E-mail correspondence: amir.hidayatulloh@act.uad.ac.id

Article History:
Received: 20.10.2025
Revised: 22.11.2025
Accepted: 15.02.2026

Abstrak: Pengabdian dilaksanakan di Padukuhan Ngelo I, Kalurahan Balong, Kapanewon Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengabdian dilaksanakan pada tanggal 24 sampai dengan 30 Agustus 2025. Pengabdian ini diikuti oleh 30 peserta. Pengabdian ini dilakukan dengan dua metode yaitu sosialisasi dan pelatihan terkait dengan penggunaan media sosial untuk pemasaran. Adanya pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM terkait dengan penggunaan media sosial dalam pemasaran produknya. Akhirnya, penggunaan media sosial tersebut dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Media Sosial, Kinerja, Ngelo I, Girisubo, Gunungkidul

Abstract: *The community service program was held in Ngelo I Hamlet, Balong Village, Girisubo Subdistrict, Gunungkidul Regency, Yogyakarta Special Region Province. The program was held from August 24 to 30, 2025. Thirty participants participated. The program involved two methods: outreach and training on the use of social media for marketing. The program is expected to improve the knowledge and skills of MSMEs in using social media to market their products. Ultimately, the use of social media can increase sales.*

Keywords**:** *Social Media, Sales, Ngelo I, Girisubo, Gunungkidul*

PENDAHULUAN

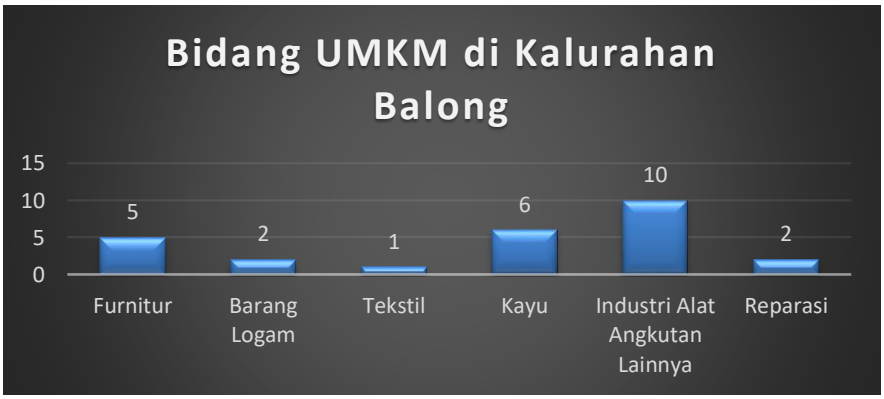
Girisubo adalah salah satu kapanewon yang ada di Kabupaten Gunungkidul Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu program prioritas kapanewon Girisubo adalah program kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Laman Girisubo, 2023). Berdasarkan data pemberdayaan masyarakat kapanewon Girisubo, jumlah UMKM yang ada di kapanewon Girisubo berjumlah 185 yang terdapat pada kalurahan Jerukwudel (68 UMKM), kalurahan Balong (26 UMKM), kalurahan Karangawen (16 UMKM), kalurahan Pucung (23 UMKM), kalurahan Nglindur (14 UMKM), kalurahan Jepitu (15 UMKM), kalurahan Tileng (15 UMKM), dan kalurahan Songbanyu (8 UMKM) (Warta Girisubo, 2025).

Dari 185 UMKM bidang UMKM yang berada di Kapanewon Girisubo terdiri dari 42 UMKM bidang furnitur, 3 UMKM bidang barang Logam, 1 UMKM bidang tekstil, 4 UMKM bidang pakaian jadi, 4 UMKM bidang barang galian bukan logam, 47 UMKM bidang kayu, 47

UMKM bidang makanan, 3 UMKM bidang minuman, 1 UMKM bidang pengelolaan tembakau, 1 UMKM bidang percetakan dan reproduksi media rekamanan, 11 UMKM bidang industri alat angkutan lainnya, 21 UMKM bidang reparasi.

Kalurahan Balong adalah satu kalurahan yang memiliki jumlah UMKM terbanyak di kapanewon Girisubo yaitu 26 UMKM. Bidang UMKM yang ada di kalurahan Balong terdiri dari bidang furnitur, barang logan, tekstil, kayu, industri alat angkutan lainnya, dan reparasi. Data lebih rinci disajikan pada tabel 1.

Tabel 1 Detail Bidang UMKM di Kalurahan Balong



Sumber: (Warta Girisubo, 2025)

Padukuhan Ngelo 1 merupakan salah satu padukuhan yang ada di Kalurahan Balong. Padukuhan Ngelo I memiliki 444 penduduk. Padukuhan Ngelo I memiliki beberapa UMKM, misalnya UMKM yang bergerak di bidang bengkel, tukang cukur, tukang pijit, toko kelontong, lotek, pembuatan tempe, galundeng, dan peyek (Padukuhan Ngelo I, 2025). Salah satu yang diharapkan atau menjadi target pelaku UMKM adalah pendapatan atau laba yang diperoleh besar. Namun menurut hasil wawancara, UMKM di padukuhan Ngelo I belum memanfaatkan teknologi secara maksimal dalam pemasarannya yang akhirnya berdampak pada pemerolehan laba yang belum maksimal.

Dari hasil wawancara tersebut, maka pengabdi merasa perlu dilakukan pengabdian terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran atau dikenal dengan *social commerce*. Menurut (Gunarto & Susanto Pranoto, 2023; Saputri & Hidayatulloh, 2023), yang menyatakan bahwa penggunaan *social commerce* dapat meningkatkan kinerja penjualan UMKM. Jenis media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM dalam pemasaran meliputi *facebook, instagram, tiktok*, dan lain-lain. Dengan demikian, adanya pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan laba/penjualan para UMKM di padukuhan Ngelo I, kalurahan Balong, kapanewon Girisubo, kabupaten Gunungkidul. Kegiatan ini

dilakukan pada hari Minggu, tanggal 24-30 Agustus 2025 yang dikuti oleh 30 peserta. Dengan demikian, tujuan pengabdian ini adalah pemanfaatan media sosial khususnya tiktok dalam pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Pengabdian terkait dengan pemasaran pernah dilakukan oleh (Hidayatulloh et al., 2022).

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di padukuhan Ngelo I, kalurahan Balong, kapanewon Girisubo, kabupaten Gunungkidul. Pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi dan metode pelatihan. Sosialisasi dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2025, sedangkan metode pelatihan dilakukan pada tanggal 25-30 agustus 2025. Kegiatan sosialisasi meliputi pemberian materi terkait dengan pentingannya media sosial dalam pemasaran. Sedangkan, kegiatan pelatihan yaitu dengan melatih pelaku UMKM terkait dengan pembuatan media sosial. Foto pengabdian di sajikan pada gambar 1.

Gambar 1 Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Menggunakan E-Commerce

Sosialisasi *Social Commerce* dan Pemanfaatan Media Sosial untuk pemasaran. kegiatan ini bertujuan memberikan wawasan kepada masyarakat terkait *social comemerce* dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, khususnya pemanfaatan tik-tok untuk sebagai media pemasaran. kegiatan ini dilakukan pada hari Minggu, tanggal 24 Agustus 2025, dan diikuti oleh 30 peserta.

Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dilakukan oleh TIM mahasiswa KKN. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih masyarakat pelaku UMKM terkait dengan pembuatan media sosial untuk pemasaran. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 25-30 Agustus 2025. Mahasiswa KKN dibekali dengan modul yang dibuat oleh pengabdi.

Kegiatan-kegiatan di atas dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan utama yang ditentukan dengan pertimbangan bahwa permasalahan pendapatan/laba dari penjualan yang rendah karena faktor pemasaran dapat diatasi dengan penggunaan media sosial. Program pengabdian ini disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM dan pengetahuan UMKM terkait dengan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini diikuti oleh 30 peserta. Adanya kegiatan ini menambah pengetahuan peserta dan keterampilan pelaku UMKM terkait dengan penggunaan media sosial untuk pemasaran atau terkenal dengan *social commerce*. Pengabdian ini juga didukung oleh hasil penelitian dari (Hidayatulloh et al., 2019) terkait dengan faktor yang mendorong individu untuk menggunakan *social commerce*. Dengan adanya, pengabdian ini maka diharapkan penjualan mengalami peningkatan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Saputri & Hidayatulloh, 2023) menyatakan bahwa penggunaan *social commerce* dapat meningkatkan kinerja penjualan.

SIMPULAN

Adanya pengabdian ini dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta pengabdian dalam hal ini adalah pelaku UMKM di padukuhan Ngelo I, kalurahan Balong, kapanewon Girisubo, kabupaten Gunungkidul. Dengan pengabdian ini diharapkan penjualan yang dilakukan pelaku UMKM mengalami peningkatan.

Pengabdian ini dilakukan dalam waktu relatif singkat, sehingga belum dapat mengevaluasi hasil penggunaan media sosial untuk pemasaran. Dengan demikian, pengabdian selanjutnya diharapkan sampai tahap pengukuran dampak penggunaan media sosial terhadap penjualan dari peserta pengabdian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdi mengucapkan terima kasih kepada Padukuhan Padukuhan Ngelo I, Kalurahan Balong, Kapanewon Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, dan TIM mahasiswa yang sudah mendukung pengabdian ini, sehingga pengabdian ini berjalan dengan lancar. Pengabdi juga mengucapkan terima kasih kepada LPPM UAD yang telah memberikan dukungan baik secara materiil maupun formil.

DAFTAR PUSTAKA

Girisubo, L. (2023). Peningkatan Kondisi Ekonomi Daerah Dan Layanan Dasar Melalui Penguatan Umkm, Pengembangan Sektor Unggulan, Investasi, Pembangunan Infrastruktur Dan Peningkatan Kualitas Sdm. *Https://Girisubo.Gunungkidulkab.Go.Id*. https://girisubo.gunungkidulkab.go.id/berita/peningkatan-kondisi-ekonomi-daerah-dan-layanan-dasar-melalui-penguatan-umkm-pengembangan-sektor-unggulan-investasi-pembangunan-infrastruktur-dan-penin

Girisubo, W. (2025). *Data Pemberdayaan Masyarakat Kapanewon Girisubo*. Https://Data.Gunungkidulkab.Go.Id. https://data.gunungkidulkab.go.id/km/dataset/data-pemberdayaan-masyarakat-kapanewon-girisubo

Gunarto, W. S., & Susanto Pranoto, H. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, E-Commerce, Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Toko Offline Pada Family Business Universitas Ciputra Angkatan 9. *Performa*, *8*(2), 169–177. https://doi.org/10.37715/jp.v8i2.3051

Hidayatulloh, A., Maulana, R., & Nugroho, A. D. (2019). Determinan Individu Untuk Social Commerce: Kajian Theory of Planned Behavior dan Technology Acceptance Model. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, *15*(1), 48–60. https://doi.org/10.24127/akuisisi.v15i1.460

Hidayatulloh, A., Novianasari, D., & Abdillah, F. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Dan Strategi Pemasaran Kepada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Guna Menuju Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Yang Memiliki Daya Saing. *Jurnal Berdaya Mandiri*, *4*(2), 192–197. https://doi.org/10.31316/jbm.v4i2.2388

I, P. N. (2025). *Padukuhan Ngelo I*. Https://Www.Ngelosatu.Site/. https://www.ngelosatu.site/

Saputri, A. W., & Hidayatulloh, A. (2023). Anteseden dan Dampak Penggunaan Social Commerce Terhadap Kinerja Penjualan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *9*(2), 340–348. https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.830