

## OPTIMALISASI SOCIAL MEDIA SEBAGAI BENTUK PROMOSI ERA DIGITAL PADA DESA TALANG JERINJING

Puspa Dewi <sup>1)</sup> Airine Yulianda <sup>2)</sup> Kurnia Dewi <sup>3)</sup> Agus Supriyadi <sup>4)</sup> Ivalaina Astarina <sup>5)</sup>  
Tomy Fitrio <sup>6)</sup> Angga Hapsila <sup>7)</sup> Yudha Remova <sup>8)</sup> Hasanah Yaspita <sup>9)</sup>

<sup>1) 2)3)4)5)6)7)8)9)</sup> Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri  
E-mail :

[puspadewi@itbind.ac.id](mailto:puspadewi@itbind.ac.id)<sup>1)</sup>, [airineyulianda@gmail.com](mailto:airineyulianda@gmail.com)<sup>2)</sup>, [kurniadewi@stieindragiri.ac.id](mailto:kurniadewi@stieindragiri.ac.id)<sup>3)</sup>,  
[bangagui@gmail.com](mailto:bangagui@gmail.com)<sup>4)</sup>, [ivalainaastarina@mail.itbind.ac.id](mailto:ivalainaastarina@mail.itbind.ac.id)<sup>5)</sup>, [tomyfitrio@stieindragiri.ac.id](mailto:tomyfitrio@stieindragiri.ac.id)<sup>6)</sup>,  
[anggahapsila@stieindragiri.ac.id](mailto:anggahapsila@stieindragiri.ac.id)<sup>7)</sup>, [yudharemofa@gmail.com](mailto:yudharemofa@gmail.com)<sup>8)</sup>, [hasanahyaspita@gmail.com](mailto:hasanahyaspita@gmail.com)<sup>9)</sup>

### Riwayat Artikel:

Dikirim: 21.11.2025

Direvisi: 23.11.2025

Diterima: 24.11.2025

### Abstrak :

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Talang Jerinjing dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Pelatihan diberikan melalui penyampaian materi dan praktik langsung mengenai strategi promosi, pembuatan konten menarik, pengelolaan akun usaha, serta pemanfaatan fitur media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya media sosial sebagai media promosi yang efektif, berbiaya rendah, dan mudah digunakan. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam mengembangkan konten serta mengelola akun bisnis secara lebih profesional. Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.*

### Abstract :

*This community service activity aims to improve the knowledge and skills of MSME actors in Talang Jerinjing Village in utilizing social media as a digital marketing tool. The training was provided through the delivery of material and hands-on practice on promotional strategies, creating engaging content, managing business accounts, and utilizing social media features to expand marketing reach. The results of the activity show that this training has increased participants' understanding of the importance of social media as an effective, low-cost, and easy-to-use promotional medium. In addition, participants also showed an increase in their ability to develop content and manage business accounts more professionally. Overall, this training activity has had a positive impact on increasing the capacity of MSME players in facing business competition in the digital era.*

### Kata Kunci :

**UMKM, Media Sosial, Pemasaran Digital**

## Pendahuluan

Kemajuan perkembangan dunia digital serta internet yang semakin pesat tentu memiliki pengaruh besar terhadap dunia marketing. Trend marketing di dunia sudah beralih dari konvensional menjadi digital. Digital marketing menjadi media komunikasi yang dianggap lebih efisien dan efektif dalam memasarkan produk. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. (Aqil Musthafa & Makhrus Ali, 2023)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi sumber penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan pasar, UMKM menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensinya dan memperluas jangkauan pasarnya. Salah satu solusi yang kini banyak dimanfaatkan adalah penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran. (Ravi et al., 2025)

Dalam sebuah usaha, ruang lingkup pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting. Semakin luas ruang lingkup pemasaran suatu usaha, maka semakin banyak masyarakat yang mengenal usaha tersebut. Sehingga UMKM tersebut dapat berkembang dengan baik karena mendapat banyak konsumen. Untuk memperluas ruang lingkup pemasaran tersebut, maka diperlukan sebuah strategi yang baik dan dapat mencakup banyak masyarakat. Sehingga informasi tentang produk dan usaha dari UMKM tersebut dapat menyebarluas dengan mudah dan cepat. (Zulfa Rahmah et al., 2022)

Hadirnya Media sosial ini seakan menjadi harapan bagi para pelaku UMKM, namun dalam praktiknya masih ada kendala dalam mengimplementasikan upaya digitalisasi tersebut, yaitu masih banyaknya pelaku UMKM yang belum terintegrasi dengan media sosial dan pasar digital melalui platform-platform yang ada dan masih banyak pelaku usaha yang belum berhasil melakukan digitalisasi pada bisnis mereka, (Dwijayanti et al., 2023)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM di Desa Talang Jerinjing mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan usaha. Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM diberikan penjelasan mengenai pentingnya media sosial dalam memperluas jangkauan pemasaran, membangun citra usaha, serta meningkatkan daya saing produk di era digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan media sosial, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan peluang yang tersedia sehingga usaha mereka dapat berkembang secara lebih efektif dan berkelanjutan.

## Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Dosen diawali dengan survey lapangan terlebih dahulu, permohonan izin kepada Kepala Desa, serta mengumpulkan data pemilik UMKM untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan. Tim PKM Dosen melakukan pelatihan Optimalisasi social media sebagai bentuk promosi era digital Pada Desa Talang

Jerinjing sebagai upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM di Desa Talang Jerinjing dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan usaha.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Dosen dengan Tema pelatihan Optimalisasi social media sebagai bentuk promosi era digital Pada Desa Talang Jerinjing, dilaksanakan pada ;

Hari/Tanggal : Rabu /12 Maret 2025

Tempat : Aula Kantor Desa Talang Jerinjing

Peserta : Pemilik / Owner UMKM di Desa Talang Jerinjing

Kegiatan ini dilakukan dengan metode presentasi dan diskusi antara narasumber dan peserta pelatihan. Kegiatan ini didukung oleh mahasiswa peserta KKN Tematik ITB-Indragiri serta perangkat Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat.

### **Hasil**

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh pemilik usaha atau owner UMKM yang ada di Desa Talang Jerinjing. Pemahaman peserta tentang fungsi media sosial sebagai alat pemasaran menunjukkan peningkatan yang cukup nyata. Sebelum mengikuti pelatihan, mayoritas pelaku UMKM hanya menggunakan media sosial secara dasar dan belum memahami teknik promosi yang tepat. Setelah pelatihan berlangsung, peserta mulai dapat menentukan platform media sosial yang sesuai dengan jenis usaha mereka, menyadari pentingnya konsistensi dalam membuat unggahan, serta mengetahui cara menghasilkan konten yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan.

Pada pemaparan awal, pemateri berusaha menggali pengetahuan awal yang dimiliki peserta mengenai konsep pemasaran melalui media social yang diketahui oleh peserta pelatihan. Apakah peserta pelatihan sudah memiliki media sosial pribadi ataupun media sosial usaha bahkan sudah mulai mempromosikan produk mereka di media sosial tersebut.

Narasumber Pelatihan menyampaikan dengan sistematis dan langsung berinteraksi dengan peserta pelatihan. Materi yang disampaikan pun seputar pemahaman dasar mengenai pemasaran digital, pengenalan berbagai platform media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, serta strategi promosi yang efektif di era digital. Selain itu, peserta juga diberikan penjelasan mengenai teknik pembuatan konten yang menarik, cara mengelola akun bisnis secara profesional, dan langkah-langkah memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran.

### **Kesimpulan**

Pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi bagi pelaku UMKM di Desa Talang Jerinjing memberikan kontribusi positif dalam menambah wawasan dan kemampuan peserta terkait pemasaran berbasis digital. Materi yang diberikan membuat para pelaku UMKM lebih memahami peran media sosial sebagai alat promosi yang efektif, berbiaya rendah, serta mampu menjangkau peserta pelatihan yang lebih luas. Selain itu, peserta memperoleh keterampilan praktis tentang cara membuat konten yang menarik,

mengelola akun bisnis, dan menggunakan berbagai fitur media sosial untuk meningkatkan keberadaan produk mereka di dunia digital.

Melalui pelatihan ini, para pelaku UMKM diharapkan semakin terdorong untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam mengembangkan usaha sehingga daya saing produk meningkat dan peluang pasar semakin besar. Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan berjalan dengan baik dan memberikan manfaat signifikan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Talang Jerinjing.

### **Pengakuan/Acknowledgements**

Alhamdulillah Kegiatan PKM Dosen ITB-Indragiri di Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu terlaksana dengan lancar dan sukses, atas dukungan berbagai pihak, ucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri (ITB-I) beserta Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri (ITB-I).
2. Kepala Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu.
3. Ketua PKK Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu.
4. Perangkat Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu.
5. Pemilik usaha atau owner UMKM di Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu.
6. Mahasiswa peserta KKN Tematik ITB-I Desa Talang Jerinjing Kecamatan Rengat Barat.

**Berita Acara PKM**

**BERITA ACARA & PRESENSI  
 PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM) DOSEN**

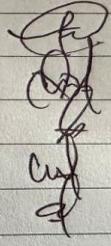
Pada hari ini, Rabu tanggal Dua Belas bulan Maret tahun 2025 telah dilaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) oleh Dosen Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 12 Maret 2025  
 Jam : 14.00 wib.  
 Tempat : Aula Kantor Desa Talang Jerinjing  
 Desa : Talang Jerinjing  
 Kecamatan : Rengat Barat  
 Kabupaten : Indragiri Hulu  
 Judul : Optimalisasi Penggunaan Sosial Media Dan E- Commerce Sebagai Bentuk Respon Era Digital Di Desa Talang Jerinjing

Daftar Peserta :

NO.	NAMA PESERTA	ASAL PESERTA	TANDA TANGAN
1.	ROIFATUL TIANI	T. Jerinjing	
2.	Ade Ramadan	T. Jerinjing	
3.	M. TUMANGOR	- " -	
4.	JOTHUDIH	T. Jerinjing	
5.	Haryanti	TL. Jerinjing	
6.	SURATMA	- " -	
7.	Jumari	- " -	
8.	Antar	T. Jerinjing	
9.	Kurnia Dewi	T. Jerinjing	
10.	YUDI PRANATA	T. Jerinjing	
11.	IPRUS PRADAMA	T. Jerinjing	
12.	Dini Dwi Permatasari	Rengat	
13.	Sy. Nayda	Rengat	
14.	ANGGUT TIARA FIRTOGA	Rengat	
15.	TIARA INDIRIAWANSAH	Rengat	

P3M ITB INDRAGIRI TA. 2024/2025

16.	Fajar Septiawan	P. Kebe	
17.	Natasya Precilia P	Pengat	
18.	Rahul ababil	Pengat	
19.	Abdull sulian Prabma	Pantau takuro	
20.	Fero sinya putra	Pengat	
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			

**Dokumentasi PKM**



## Daftar Referensi

- Aqil Musthafa, & Makhrus Ali. (2023). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk UKM “Bunda Puspa.” *PARTICIPATORY: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 72–86. <https://doi.org/10.58518/pariticipatory.v2i1.2033>
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Wildan Alfaridzi, M. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Jurnal IKRATH-ABDIMAS*, 2. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/issue/archive>
- Ravi, A., Dwi, D., Achmad, H., Mahmud, L., Fachry, H., & Bayu, A. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(3), 113–128. <https://doi.org/10.61132/santri.v3i3.1461>
- Zulfa Rahmah, Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Jurnal BUDIMAS*, 4(1).