

## Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi UMKM Desa Belobatang

**Benedikta Viviana Kwuta<sup>1\*</sup>, Hendrikus Saku Bouk<sup>2</sup>, Urbanus Ola Hurek<sup>3</sup>**

Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Kupang, Indonesia

\*e-mail korespondensi: [kwutabenediktaviviana@gmail.com](mailto:kwutabenediktaviviana@gmail.com)

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in driving local economic growth and improving community welfare. In today's digital era, social media, especially Facebook, has become an effective platform for marketing MSME products due to its attractive features and wide reach, even in rural areas. However, the general public and MSME actors in Belobatang Village, Nubatukan District, Lembata Regency, still face challenges in optimally utilizing Facebook, mainly due to limited understanding of social media use and inadequate network access. This condition causes the village's superior potential to be less recognized and limits the marketing reach. Through the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program, the approach method implemented is socialization and training on the utilization of Facebook as a promotional media for MSMEs with the aim of increasing the community's digital knowledge and skills. This activity is expected to assist MSME actors in Belobatang Village in optimizing social media to expand markets, enhance product competitiveness, and promote the sustainable development of various economic sectors in Belobatang Village.*

**Keywords:** MSMEs; Facebook; Socialization

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Di era digital saat ini, media sosial, khususnya Facebook, menjadi platform efektif untuk pemasaran produk UMKM karena fitur-fiturnya yang menarik dan jangkauan yang luas, bahkan di wilayah pedesaan. Namun, masyarakat umum dan pelaku UMKM di Desa Belobatang, Kecamatan Nubatukan, Kabupaten Lembata, masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan Facebook secara optimal, terutama karena keterbatasan pemahaman penggunaan media sosial dan akses jaringan yang kurang memadai. Kondisi ini menyebabkan potensi unggulan desa kurang dikenal dan jangkauan pemasaran terbatas. Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), metode pendekatan yang dilakukan yaitu sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan Facebook sebagai media promosi UMKM dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM Desa Belobatang dalam mengoptimalkan media sosial untuk memperluas pasar, meningkatkan daya saing produk, dan mendorong pengembangan berbagai sektor ekonomi di Desa Belobatang secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM; Facebook; Sosialisasi

Accepted: 2025-07-04

Published: 2025-07-28

## PENDAHULUAN

Menurut Ina Primiana UMKM adalah percepatan pemulihan dengan mewisdomahi program prioritas dan mengembangkan berbagai sektor serta potensi.(Fitri Nurul Aftitah et al., 2024) , Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan begitu keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara manapun karena perannya yang vital dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat(AI Farisi et al., 2022)

Di era digital sekarang ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan penyebaran informasi, tetapi juga sebagai platform yang efektif untuk pemasaran produk.(Hairah et al., 2022) Jejaring sosial yang saat ini paling dekat dan digemari masyarakat indonesia adalah facebook termasuk masyarakat di wilayah pedesaan,hal ini karena facebook menawarkan fitur yang menarik dengan jangkauan yang luas sehingga membantu masyarakat

dalam mengakses informasi dimanapun dan kapanpun. Facebook menjadi salah satu media sosial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan UKM (Usaha Kecil Menengah), sebagai sosial media nomor 3 di Indonesia yang sering digunakan tidak mentup eksistensinya (Purwasih & Yogatama, 2023) Dalam hal ini, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan fitur facebook yang tersedia untuk mempromosikan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen serta memperluas relasi dan jaringan pemasaran tanpa mengeluarkan biaya yang besar. Selain itu dengan Dengan mengintegrasikan media sosial secara bijak dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Melalui konten dan fitur yang dimiliki oleh Facebook, kita dapat melakukan berbagai kegiatan usaha bisnis secara online seperti mempublikasikan menginformasikan, hingga mempromosikan produk kepada konsumen dengan cara mengunggah foto-foto produk yang dijual, dengan memuat caption yang bersifat persuasif titik dengan tujuan agar konsumen yang melihatnya dapat tertarik dan membeli produk. Selain itu melalui media sosial termasuk Facebook, konsumen dapat melakukan transaksi, melakukan komunikasi dengan konsumen atau masyarakat untuk mempertahankan hubungan sebelum selama dan setelah proses pembelian (Syahrullah et al., 2021)

Meskipun begitu, masih banyak masyarakat di desa yang mengalami kendala dalam pemasaran menggunakan facebook. Salah satu hambatan utama adalah pemahaman yang kurang dalam penggunaan media serta keterbatasan akses dipengaruhi oleh jaringan yang kurang memadai. Hal inilah yang dialami oleh masyarakat di Desa Belobatang Kecamatan Nubatukan Kabupaten Lembata sehingga Meskipun memiliki potensi yang besar, pelaku UMKM belum secara efektif menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya di tengah perkembangan digital. Kondisi inilah yang menyebabkan potensi unggul Desa Belobatang kurang dikenal luas dan cakupan jangkauan pemasaran juga terbatas.

Melalui Kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), penulis melakukan kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi UMKM dengan tujuan memberikan edukasi dan pelatihan kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan Facebook secara efektif sebagai sarana pemasaran produk mereka. Selain itu, sosialisasi ini bertujuan membantu pelaku UMKM mengenal berbagai fitur Facebook yang dapat menunjang promosi potensi desa serta meningkatkan daya saing produk UMKM, baik di tingkat lokal maupun nasional

## **METODE**

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan selama satu hari pada hari Kamis, tanggal 15 Mei 2025, di kediaman Bapak Desa Belobatang, Kecamatan Nubatukan, Kabupaten Lembata. Peserta kegiatan terdiri dari Pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Ibu PKK serta masyarakat Desa Belobatang. Kegiatan Sosialisasi diawali dengan sambutan dari Kepala Desa Belobatang, selanjutnya Metode pelaksanaan kegiatan meliputi diskusi dan sosialisasi yang mencakup penyampaian materi, diskusi interaktif, dan evaluasi

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan sosialisasi yang penulis adakan ini merupakan salah satu program individu dari kegiatan MBKM FISIP Unwira 2025 yang berlangsung selama 2 bulan di Desa Belobatang, Kecamatan Nubatukan, Kabupaten Lembata. Dalam hal ini penulis mengadakan kegiatan sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi hasil potensi UMKM desa Belobatang

### 1. Pelaksanaan Kegiatan

Untuk rangka menyukseskan kegiatan sosialisasi yang akan dilakukan diperlukan perencanaan yang matang. Dalam perencanaan kegiatan sosialisasi ini, dilakukan penyusunan proposal program kerja individu mahasiswa peserta kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang tahun 2025. Proposal tersebut berisi rencana kegiatan, waktu dan tempat, serta materi yang akan disampaikan dalam kegiatan sosialisasi.

Selain perencanaan yang disusun dalam proposal, diadakan pula rapat pleno bersama aparat Desa Belobatang yang dilaksanakan pada tanggal 11 April 2025, dimana dalam rapat pleno ini penulis diminta Bapak Kepala Desa Belobatang untuk memaparkan rencana program individu yang telah disusun dalam proposal. Dalam rapat pleno ini pihak pemerintah desa Belobatang sangat mendukung rencana kegiatan sosialisasi ini, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial Facebook sebagai sarana promosi produk mereka.



**Gambar 1. Rapat Pleno bersama Aparat Desa Belobatang**

Setelah semua disepakati maka kegiatan berlangsung di hari kamis tanggal 15 Mei 2025 dimulai jam 16:00 – selesai di kediaman bapak kepala desa Belobatang. Kegiatan sosialisasi ini dibagi dalam 3 sesi yaitu sesi pemaparan materi, diskusi interaktif dan evaluasi untuk menguji dan menganalisis pemahaman yang diperoleh. Pemaparan materi pertama, penulis menjelaskan terkait pengertian facebook secara umum, dilanjutkan dengan pengenalan fitur dalam facebook yang bisa dimanfaatkan sebagai alat promosi UMKM seperti Marketplace, bergabung dalam komunitas penjualan ataupun mengunggah produk kedalam story maupun melakukan promosi secara live streaming

**Tabel 1. Sasaran Program Sosialisasi**

Kategori Peserta	Jumlah Peserta	keterangan
Pelaku UMKM	10	Fokus pada produk makanan
Ibu PKK	10	Produksi kerajinan tangan
Masyarakat umum	9	Pendukung dan pengunjung



**Gambar 2. Pemaparan Materi Sosialisasi**

Setelah pengenalan fitur facebook, pemateri memberikan penjelasan bagaimana mendesain produk UMKM sehingga terlihat menarik dan memiliki nilai (branding) tersendiri atau berbeda dari yang lain serta pemilihan kata atau caption dan penggunaan hastag agar mudah tersebar ke khalayak luas selama 30 menit.

Selanjutnya dilakukan diskusi interaktif agar mengetahui kesulitan atau kendala yang dialami peserta, Mereka pun menyampaikan kendala seperti pemahaman yang kurang dalam penggunaan facebook, serta jaringan yang bermasalah, sehingga disini penulis berharap agar pemerintah setempat membantu dalam penyediaan jaringan untuk mendukung dalam pengelolaan informasi dan membantu masyarakat dalam hal ekonomi.

## **2. Dampak Dari Kegiatan Sosialisasi**

Ada beberapa perubahan dan dampak positif yang dialami dari peserta sesudah mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan yaitu:

Pelaku UMKM yang sudah memiliki akun Facebook langsung memanfaatkan fitur Marketplace untuk menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen. Fitur ini memudahkan pelaku usaha dalam menampilkan produk secara lebih terorganisir dan menjangkau pembeli yang lebih luas tanpa harus bertemu secara fisik. Selain itu, konten yang dipublikasikan oleh pelaku UMKM tidak hanya berupa foto produk, tetapi juga meliputi deskripsi menarik, testimoni pelanggan, promo khusus, dan video singkat yang dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen. Dengan konten yang variatif dan informatif, pelaku UMKM mampu membangun interaksi yang lebih baik dengan calon pembeli serta memperkuat citra usaha mereka di media sosial. Hal ini juga mendorong peningkatan penjualan dan memperluas jaringan pemasaran secara digital



**Gambar 3. Saat Proses Diskusi**

Evaluasi pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan sosialisasi jika dilihat dari faktor kepuasan pelayanan didalam kegiatan sosialisasi. Kepuasan pelayanan yang dimaksud ini dilihat dari sisi narasumber atau pemateri, fasilitas kegiatan serta sarana dan prasarana.

Kegiatan sosialisasi ini diakhiri dengan tahap evaluasi. Dengan adanya pengabdian melalui kegiatan sosialisasi maka dihasilakn beberapa hal : (1) Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta dalam memanfaatkan facebook sebagai media promosi. (2) Meningkatnya keterampilan peserta dalam penggunaan bahasa dalam pembuatan caption dan desain produk dalam mempromosikan produk UMKM

## **KESIMPULAN**

Sosialisasi pemanfaatan media sosial Facebook sebagai media promosi bagi UMKM di Desa Belobotang telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM menjadi lebih memahami cara membuat konten yang menarik, memanfaatkan fitur-fitur Facebook secara optimal, serta strategi promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dukungan dari aparat desa dan partisipasi aktif masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan sosialisasi ini. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial Facebook diharapkan dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam pengembangan usaha UMKM di Desa Belobotang, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di era digital.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Fitri Nurul Aftitah, Jacinda Labana. K, Kamaliatun Hasanah, & Nur Lailatul Hadi. F. M. (2024). Pengaruh Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>
- Hairah, U., Hatta, H. R., Mardais, M., Diyana, W. N. R., Irvansyah, M., Sadanu, A. I., & Mujiono, M. N. A. (2022). Pelatihan Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Bagi Warga Dusun Rejosari, Kalimantan Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–216. <https://melatijournal.com/index.php/jmas/article/view/74/60>
- Purwasih, T. R., & Yogatama, A. N. (2023). Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi (Studi Pada Freyo Strike Kota Malang). *MDP Student Conference*, 2(2), 521–529. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4484>
- Syahrullah, Yahya, M., & Syarif, A. (2021). Penggunaan Facebook dalam Promosi Produk Barang Jadi. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 12(2), 27–38.