

Pendampingan Promosi dan Digitalisasi UMKM Melalui Media Sosial di Kelurahan Pondok Besi Kota Bengkulu

Dina Sonia¹, Riswanto², Anton Feriady³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu²

Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Bengkulu³



Email soydina119@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 01-10-2026

Disetujui 05-10-2026

Diterbitkan 07-10-2026

ABSTRAK

UMKM menjadi salah satu bentuk usaha yang banyak dijalankan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari. Namun, dalam kegiatan usahanya masih terdapat pelaku UMKM yang belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Permasalahan tersebut ditemukan pada beberapa pelaku UMKM di RT 5 Kelurahan Pondok Besi, khususnya di sekitar Kantor Lurah. Kegiatan pendampingan dilakukan secara individu dengan mendatangi pelaku UMKM satu per satu. Saya memberikan penjelasan mengenai pemanfaatan media sosial untuk promosi, terutama melalui Facebook Pro dan TikTok, serta membantu membuat video promosi menggunakan telepon genggam. Selain promosi, saya juga mengenalkan QRIS sebagai salah satu pilihan pembayaran digital. Dalam pelaksanaannya, beberapa pelaku UMKM belum tertarik menggunakan QRIS karena lebih terbiasa menerima uang tunai dan membutuhkan hasil penjualan untuk langsung memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dan memperoleh video yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk. Sementara itu, penggunaan QRIS masih sebatas tahap pengenalan karena penerapannya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM.

Kata Kunci: *digitalisasi*, media sosial, promosi, UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial membuat cara masyarakat mendapatkan informasi semakin beragam (Firdhausa & Apriani, 2021). Menurut (Suryani, 2020) Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan berbagai produk dan usaha kepada masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh, (Sitanggang et al., 2024) bagi pelaku UMKM, media sosial dapat menjadi pilihan promosi yang cukup sederhana karena pembuatan konten dapat dilakukan menggunakan telepon genggam.

Promosi melalui media sosial dapat dilakukan dengan menampilkan foto, video, harga, lokasi, maupun informasi mengenai produk (Puspitarini & Nuraeni, 2020). Menurut (Padapia, Haryonob, 2022), hal ini dapat menjadi tambahan bagi pelaku UMKM yang selama ini lebih banyak mengandalkan pembeli dari lingkungan sekitar atau promosi dari orang ke orang.

Pemanfaatan teknologi digital juga menjadi bagian dari perkembangan kegiatan UMKM (Azaria, 2023). Teori ini didukung oleh (Agustini et al., 2025) melalui studinya yang menyatakan Bank Indonesia mendorong digitalisasi UMKM melalui berbagai bentuk edukasi dan fasilitasi, termasuk pemanfaatan media pemasaran online untuk membantu pelaku usaha memperluas pasar. Kondisi mengenai pemanfaatan media sosial tersebut juga ditemukan ketika saya melakukan kegiatan Tim pengabdian masyarakat di Kelurahan Pondok Besi. Saya memilih beberapa pelaku UMKM yang berada di RT 5, terutama di sekitar Kantor Lurah, sebagai sasaran pendampingan. Pendampingan dilakukan secara langsung dengan mendatangi pelaku usaha satu per satu.

Dalam kegiatan tersebut, saya tidak hanya menjelaskan cara melakukan promosi melalui media sosial, tetapi juga langsung membantu membuat video promosi menggunakan HP. Video dibuat dengan menyesuaikan produk yang dijual oleh masing-masing pelaku UMKM (Nia Silvina Daulay, 2025). Selain promosi, saya juga mengenalkan QRIS sebagai salah satu bentuk pembayaran digital. QRIS merupakan standar QR Code pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk menerima pembayaran digital. Namun, dalam pelaksanaannya beberapa pelaku UMKM belum tertarik menggunakan QRIS karena masih membutuhkan uang hasil penjualan secara langsung untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. (Basuki, 2025) menyatakan bahwa berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pendampingan sederhana kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi serta memberikan pengenalan mengenai digitalisasi pembayaran.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pendampingan dilakukan di RT 5 Kelurahan Pondok Besi, Kota Bengkulu, khususnya di sekitar Kantor Lurah. Kegiatan dilaksanakan secara individu sebagai bagian dari kegiatan Tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Metode yang digunakan adalah pendampingan secara langsung. Saya mendatangi pelaku UMKM satu per satu sehingga penjelasan dapat diberikan sesuai dengan kondisi usaha masing-masing. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan.

1. Mendatangi Pelaku UMKM

Saya mendatangi beberapa pelaku UMKM yang berada di sekitar Kantor Lurah Kelurahan Pondok Besi. Pada tahap awal, saya melakukan komunikasi langsung dengan pemilik usaha untuk mengetahui jenis usaha dan cara yang selama ini digunakan dalam mempromosikan produk (Morisson, 2025).

2. Menjelaskan Pemanfaatan Media Sosial

Setelah mengetahui kondisi usaha, saya menjelaskan mengenai penggunaan media sosial sebagai media promosi. Media yang diperkenalkan adalah Facebook Pro dan TikTok (Vickraien et al., 2026). Penjelasan diberikan secara sederhana, terutama mengenai cara menampilkan produk melalui foto dan video serta memberikan informasi mengenai produk kepada calon pembeli (Amani, 2025).

3. Membuat Video Promosi

Setelah memberikan penjelasan, saya membantu membuat video promosi untuk produk UMKM. Video dibuat menggunakan telepon genggam dengan mengambil gambar atau video produk yang dijual (Rozaq & Utami, 2023). Pembuatan video dilakukan secara langsung agar pelaku UMKM dapat melihat contoh sederhana bagaimana produk mereka dapat dikemas menjadi sebuah konten promosi (Wibisono et al., 2021).

4. Mengenalkan QRIS

Selain promosi melalui media sosial, saya juga memberikan pengenalan mengenai QRIS sebagai salah satu pilihan pembayaran digital. Saya menjelaskan fungsi QRIS secara sederhana dan memberikan gambaran mengenai penggunaannya dalam transaksi. Namun, penerapan QRIS tidak dilakukan secara langsung karena beberapa pelaku UMKM menyampaikan bahwa mereka masih lebih membutuhkan pembayaran tunai yang dapat langsung digunakan untuk kebutuhan sehari-hari (Ahmad Farhan, 2023).

5. Melihat Respons Pelaku UMKM

Tahap terakhir dilakukan dengan melihat tanggapan pelaku UMKM setelah mendapatkan penjelasan dan pendampingan. Respons terhadap promosi melalui media sosial dan penggunaan QRIS cukup berbeda. Media sosial lebih mudah diterima karena dapat digunakan untuk membantu mengenalkan produk, sedangkan penggunaan QRIS masih dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan masing-masing pelaku usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Pelaku UMKM

Pendampingan dilakukan dengan cara mendatangi pelaku UMKM satu per satu di RT 5 Kelurahan Pondok Besi, khususnya di sekitar Kantor Lurah. Cara ini membuat proses komunikasi menjadi lebih langsung. Saya dapat melihat kondisi usaha dan berbicara dengan pemilik usaha mengenai cara mereka menjalankan dan mempromosikan produknya.

Pendampingan secara langsung juga membuat penjelasan lebih mudah disesuaikan. Saya tidak memberikan materi yang sama secara kaku kepada setiap pelaku UMKM, tetapi menjelaskan berdasarkan kondisi usaha yang sedang mereka jalankan.

Pembuatan Video Promosi

Salah satu kontribusi yang saya berikan adalah membantu membuat video promosi produk UMKM. Video dibuat menggunakan HP dengan mengambil gambar atau video produk. Setelah itu, video disusun menjadi konten sederhana yang dapat digunakan untuk promosi di media sosial.

Pembuatan video secara langsung menjadi bagian penting dalam pendampingan karena pelaku UMKM dapat melihat hasil promosi produknya. Mereka juga dapat mengetahui bahwa membuat konten promosi tidak harus menggunakan kamera profesional atau peralatan yang mahal. Konten yang dibuat dapat digunakan untuk memperkenalkan produk melalui Facebook Pro maupun TikTok.



Gambar 1. Proses pembuatan video promosi produk UMKM

Pemanfaatan Facebook Pro dan TikTok

Facebook Pro dan TikTok diperkenalkan sebagai media yang dapat digunakan untuk mengenalkan produk kepada masyarakat. Saya menjelaskan bahwa konten tidak harus dibuat secara rumit. Produk dapat diperkenalkan melalui video singkat yang memperlihatkan bentuk

produk, proses pembuatan, harga, lokasi, atau informasi lain yang dianggap penting bagi calon pembeli.

Dengan adanya video yang telah dibuat, pelaku UMKM memiliki bahan awal yang dapat digunakan untuk melakukan promosi melalui media sosial. Pemanfaatan media pemasaran online juga menjadi salah satu bagian dalam pengembangan digitalisasi UMKM karena dapat membantu usaha menjangkau konsumen yang lebih luas.



Gambar 2. Pendampingan pemanfaatan media sosial untuk promosi UMKM

Pengenalan QRIS

Selain membantu promosi, saya juga mengenalkan QRIS sebagai salah satu pilihan pembayaran digital. QRIS dapat digunakan oleh merchant untuk menerima pembayaran dari konsumen melalui aplikasi pembayaran yang mendukung QRIS. Namun, hasil di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua pelaku UMKM tertarik menggunakan QRIS. Beberapa pelaku UMKM lebih memilih menerima pembayaran secara tunai karena uang dari hasil penjualan dapat langsung digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Hal tersebut menjadi salah satu temuan dalam kegiatan pendampingan. Artinya, penggunaan teknologi digital pada UMKM tidak selalu dapat langsung diterapkan hanya dengan memberikan informasi. Kondisi, kebiasaan, dan kebutuhan pelaku usaha juga menjadi pertimbangan. Karena itu, dalam kegiatan ini QRIS hanya dikenalkan dan tidak dipaksakan untuk digunakan oleh pelaku UMKM.



Gambar 3. Penjelasan mengenai pembayaran digital kepada pelaku UMKM

Dampak Pendampingan

Pendampingan yang dilakukan memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Pelaku UMKM juga mendapatkan video promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk mereka melalui media sosial. Dari kegiatan tersebut, terlihat bahwa pendampingan secara langsung lebih memudahkan komunikasi karena pelaku UMKM dapat langsung bertanya dan melihat contoh dari produk mereka sendiri.

Sementara itu, pada bagian digitalisasi pembayaran, hasil yang diperoleh masih berupa pengenalan QRIS. Beberapa pelaku UMKM belum berminat menggunakannya karena lebih membutuhkan uang tunai untuk kebutuhan sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM perlu dilakukan secara bertahap dan menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Tidak semua bentuk digitalisasi dapat langsung diterapkan pada setiap UMKM.



Gambar 4. Dokumentasi bersama pelaku UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi “Literasi Digital dalam Meningkatkan Pemahaman Siswa terhadap Bahaya Berita Hoaks” yang dilaksanakan di SDN 40 Kota Bengkulu pada 10 Agustus 2026 pukul 09.00 WIB dengan melibatkan 30 siswa kelas VI telah berjalan dengan baik. Kegiatan berlangsung selama kurang lebih satu jam dengan metode sosialisasi dan edukasi secara langsung menggunakan bahan presentasi dan media visual.

Materi yang diberikan memperkenalkan literasi digital, bahaya berita hoaks, serta pentingnya memeriksa informasi sebelum mempercayai dan menyebarkannya. Selama kegiatan berlangsung, siswa mengikuti penyampaian materi dan terlibat dalam interaksi yang dilakukan. Karena kegiatan tidak menggunakan pre-test dan post-test, hasil kegiatan tidak dinyatakan dalam bentuk persentase peningkatan.

Melalui kegiatan ini, siswa diharapkan memiliki kesadaran awal untuk lebih teliti dan kritis dalam menerima informasi digital. Dukungan guru dan orang tua diperlukan agar kebiasaan memeriksa sumber dan kebenaran informasi dapat terus diterapkan setelah kegiatan sosialisasi selesai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Bengkulu selaku institusi penyelenggara program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Lidia Wati selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) atas bimbingan dan arahan selama kegiatan berlangsung. Penulis turut mengucapkan terima kasih kepada pihak SDN 40 Kota Bengkulu selaku mitra pengabdian, atas izin, fasilitas, dan kerja sama yang diberikan sehingga kegiatan sosialisasi literasi digital dan bahaya berita hoaks dapat terlaksana dengan lancar, serta kepada seluruh siswa-siswi kelas VI yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, F., & Olifia, S. (2025). (2025). LITERASI MEDIA: BIJAK BERMEDIA SOSIAL (CARA CERDAS MENANGKAL PENYEBARAN HOAX PADA KADER-KADER KELURAHAN KEDAUNG WETAN, TANGERANG), 2(1), 121–133.
- Haryanto, H., Ghufro, A., Suyantiningsih, S., & Kumala, F. N. (2022). Cypriot Journal of Educational elementary school students ' critical thinking. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 17(3), 828–839.
- Kusmiarti et al. (2026). Hoax Prevention Education through Digital Literacy for Vocational Students in Selama Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia melaporkan bahwa jumlah pengguna, 6, 150–163.
- Lestari, I. M., & Wijaya, N. (2026). Literature Review: Analisis Perspektif Mahasiswa terhadap Implementasi Gemini AI dalam Lingkungan Akademik. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(5), 3031–5220.
- Lestari, P. A., Putri, D., & Astuti, J. (2026). Eksplorasi Kritis Literasi Digital: Analisis Dekonstruksi Teks Berita Hoaks Oleh Siswa Kelas Ix Smp Negeri 11 Bengkulu Tengah Dalam Pembelajaran Kritis, 11, 212–223.
- Lingga, L. J., Dafit, F., Wijaya, P. A., Putra, E. D., & Rahmi, L. (2026). Pendampingan Literasi Digital Bertanggung Jawab bagi Siswa Sekolah Dasar, 4(4), 23925–23935.
- Nurfazri, M., Irwansyah, F. S., Lukman, F., & Eisa, M. (2024). Digital Literacy in Education : An Analysis of Critical Thinking Culture for Preventing the Hoaxes, 8(1), 1–22.
- Paska Sriulina Tarigan, L. A. S. (2026). PEMBELAJARAN PKN BERBASIS LITERASI MEDIA : INTERVENSI ANTI-HOAKS UNTUK MENGUATKAN NALAR, (1), 60–65.
- Prasetyo, M. M., Bahri, A., & Devila, R. (2025). Pengenalan Literasi Digital pada Tingkat Dasar di SD Negeri 180 Pappandangan Kabupaten Maros, 5, 733–739.
- Rahmawardani, R. A., Fitria, R., Ahdiat, R. S., Wulansari, R., Azizah, R. N., & Faiz, A. (2026). WORKSHOP LITERASI DIGITAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN SIKAP BIJAK BERMEDIA SOSIAL PADA SISWA SEKOLAH DASAR, 9, 2844–2848.
- Saputra, A. R., Murti, R. C., & Hastuti, W. S. (2025). The Effect of Web-Based Interactive Learning Media on Critical Thinking Skills of Elementary School Students, 13(1), 159–168.
- Wardle & Derakhshan, 2017. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Report to the Council of Europe*, (September 2017), 108.