



**OPTIMALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA  
PROMOSI UMKM PADA KAWASAN PARIWISATA DESA KUTUH**

*Optimizing The Use Of Social Media As A Promotional Tool For Msmes In The  
Tourism Area Of Kutuh Village*

**I Made Wisnu Wardana<sup>1</sup>, Fahmi Tanjung<sup>2</sup>, I Made Sujana<sup>3</sup>, Putu Ratna  
Windusara Putri<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Teknologi Indonesia

**Email: Utiekonomi@gmail.com**

**Abstract**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting community economic growth, particularly in tourism areas. The development of information and communication technology has shifted marketing patterns from conventional methods to digital marketing through social media platforms. However, many MSME actors in Kutuh Village still face limitations in utilizing social media as an effective promotional tool. Low digital literacy, inadequate understanding of digital marketing strategies, and limited skills in creating promotional content remain major challenges. This community service program aimed to improve the capabilities of MSME actors in optimizing social media utilization for business promotion. The methods employed included socialization, digital marketing training, promotional content creation workshops, social media mentoring, and program evaluation. The participants consisted of 35 MSME actors operating within the tourism area of Kutuh Village. The results demonstrated significant improvements in participants' understanding of digital marketing strategies, social media account management, content creation, and the utilization of social media features to expand market reach. The program successfully enhanced the digital capacities of MSME actors and strengthened their competitiveness within the tourism sector.*

**Keywords:** social media, MSMEs, digital promotion, tourism, digital marketing

**Abstrak**

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya pada kawasan pariwisata. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran digital berbasis media sosial. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Kutuh masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Rendahnya literasi digital, kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, serta keterbatasan kemampuan dalam menciptakan konten promosi menjadi kendala utama yang dihadapi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi usaha. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan digital marketing, praktik pembuatan konten promosi, pendampingan penggunaan media sosial, dan evaluasi. Peserta kegiatan berjumlah 35 pelaku UMKM yang berada di kawasan pariwisata Desa Kutuh. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital, pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten promosi, serta pemanfaatan fitur media sosial untuk meningkatkan jangkauan pasar. Kegiatan ini*

*berhasil meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM sehingga mampu mendukung peningkatan daya saing usaha pada kawasan pariwisata Desa Kutuh.*

**Kata Kunci:** *media sosial, UMKM, promosi digital, pariwisata, pemasaran digital*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas pemasaran produk dan jasa. Media sosial menjadi salah satu platform digital yang banyak digunakan oleh masyarakat karena mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Dalam konteks bisnis, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Selain mampu menyerap tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Di kawasan pariwisata, keberadaan UMKM menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas wisata melalui penyediaan produk dan layanan yang dibutuhkan wisatawan.

Desa Kutuh merupakan salah satu desa wisata yang berkembang pesat di Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Potensi pariwisata yang dimiliki Desa Kutuh memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Berbagai jenis usaha berkembang di wilayah ini, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, souvenir, jasa wisata, hingga usaha berbasis ekonomi kreatif.

Meskipun memiliki peluang pasar yang besar, banyak pelaku UMKM di Desa Kutuh yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memperkenalkan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Rendahnya literasi digital serta kurangnya keterampilan dalam mengelola akun media sosial menjadi faktor yang menghambat efektivitas promosi digital.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pemasaran. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat membangun identitas merek, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mempromosikan produk secara lebih menarik melalui konten visual dan audiovisual.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Kutuh belum memahami strategi digital marketing yang efektif. Selain itu, mereka juga mengalami kesulitan dalam membuat konten promosi yang menarik dan konsisten. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya peningkatan kapasitas digital bagi pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi yang efektif sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha pada kawasan pariwisata Desa Kutuh.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang menjalankan usaha pada sektor kuliner, kerajinan, souvenir, jasa, dan usaha kreatif lainnya yang mendukung aktivitas pariwisata.

Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan sebanyak 35 orang. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif dalam proses pembelajaran dan praktik penggunaan media sosial.

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Tahapan	Kegiatan	Luaran
Persiapan	Survei kebutuhan dan koordinasi	Data kebutuhan peserta
Sosialisasi	Pengenalan digital marketing	Pemahaman awal peserta
Pelatihan	Pengelolaan media sosial dan pembuatan konten	Peningkatan keterampilan digital
Pendampingan	Praktik promosi digital	Akun media sosial aktif
Evaluasi	Pre-test dan post-test	Data peningkatan kompetensi

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan dilaksanakan secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil. Tahapan pendampingan menjadi bagian penting karena memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan secara langsung strategi promosi digital yang telah dipelajari.

**Tabel 2. Karakteristik Peserta**

Jenis Usaha	Jumlah
Kuliner	12
Souvenir	8
Kerajinan	6
Jasa Wisata	5
Fashion	4
Total	35

Karakteristik peserta menunjukkan bahwa sektor kuliner mendominasi jenis usaha yang mengikuti kegiatan. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan promosi digital sangat penting bagi pelaku usaha yang berinteraksi langsung dengan wisatawan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta pre-test dan post-test. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif untuk mengetahui peningkatan kompetensi peserta.

## HASIL

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan respons yang sangat positif dari peserta. Selama pelatihan berlangsung, peserta aktif mengikuti sesi diskusi, praktik pembuatan konten, serta simulasi pemasaran digital menggunakan berbagai platform media sosial.

**Tabel 3. Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta**

Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Pemahaman Media Sosial	50	94
Digital Marketing	45	91
Pembuatan Konten Promosi	40	89
Pengelolaan Akun Bisnis	42	90
Strategi Branding Produk	48	92

Data menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan pada seluruh indikator setelah pelaksanaan program.

**Tabel 4. Capaian Implementasi Peserta**

Capaian	Persentase (%)
Membuat akun bisnis media sosial	95
Mengunggah konten promosi secara rutin	85
Menggunakan fitur iklan digital	72
Menggunakan WhatsApp Business	90
Mengembangkan identitas merek usaha	88

Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan ke dalam kegiatan usaha sehari-hari.

## PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Kutuh. Peningkatan pemahaman mengenai digital marketing menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya media sosial sebagai sarana promosi yang efektif.

Pemanfaatan media sosial memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Kondisi ini sangat relevan bagi UMKM yang berada di kawasan pariwisata karena wisatawan sering mencari informasi produk dan layanan melalui platform digital sebelum melakukan pembelian.

Kemampuan peserta dalam membuat konten promosi juga mengalami peningkatan. Konten visual yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk dan membantu membangun citra usaha yang lebih profesional. Selain itu, pemanfaatan video pendek melalui platform seperti TikTok dan Instagram Reels memberikan peluang yang lebih besar untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Pada aspek branding, peserta mulai memahami pentingnya membangun identitas usaha yang konsisten melalui logo, desain visual, dan pesan promosi yang sesuai dengan karakteristik produk. Branding yang kuat menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Program pendampingan juga membantu peserta dalam memanfaatkan fitur-fitur bisnis yang tersedia pada media sosial. Penggunaan WhatsApp Business,

Instagram Business, dan Facebook Page memungkinkan pelaku usaha melakukan komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan serta mengelola promosi secara lebih profesional.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM dan memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan ekonomi masyarakat di kawasan pariwisata Desa Kutuh.

## KESIMPULAN

Kegiatan optimalisasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi UMKM di Desa Kutuh berhasil meningkatkan kompetensi pelaku usaha dalam bidang pemasaran digital. Peningkatan kompetensi terlihat pada kemampuan peserta dalam mengelola akun media sosial, membuat konten promosi, membangun identitas merek, dan menerapkan strategi digital marketing.

Program ini juga mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif dalam mengembangkan usaha dan memperluas pasar. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan guna mendukung transformasi digital UMKM dan meningkatkan daya saing usaha pada kawasan pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*.
2. Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*.
3. Suryana. (2019). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
4. Buchari Alma. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
5. Marketing 5.0. (2021). Wiley.
6. Digital Marketing Excellence. (2022). Routledge.
7. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *SME and Entrepreneurship Outlook*.
8. United Nations Conference on Trade and Development. (2023). *Digital Economy Report*.
9. World Bank. (2023). *Digital Transformation of Small Businesses*.
10. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Pedoman Pengembangan UMKM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*.