



PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN UMKM “KERIPIK PISANG IBU IYEM” MENGGUNAKAN PLATFORM FACEBOOK DI DESA KARANGSARI, KABUPATEN SIMALUNGUN

M. Nurul Fahri¹, Natanael Agustin Girsang², Riva Aryadinata³, Heppy Clara J. Sinaga⁴, Annisa Salsabila⁵, Lili Astriani⁶, Dwi Novi⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar

e-mail correspondence: annisaaslsb88@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 15-11-2025
Disetujui : 21-11-2025

Kata Kunci :

UMKM; Facebook; Pemasaran Digital; Keripik Pisang.

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, memanfaatkan potensi lokal, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Pelaku UMKM umumnya menghadapi kendala seperti kurangnya pengetahuan dalam menggunakan platform digital, minimnya keterampilan membuat konten, serta ketidaktahuan dalam mengelola interaksi dengan pelanggan. Kondisi ini juga dialami oleh Ibu Iyem sebagai pemilik UMKM, sehingga dibutuhkan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital. Melalui program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Simalungun, kegiatan pendampingan ini dirancang untuk memberikan asistensi langsung kepada UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem”. Fokus kegiatan meliputi pembuatan akun Facebook bisnis, pembuatan konten promosi, pengambilan foto produk, hingga pendampingan pengelolaan pesan dan interaksi pelanggan. Hasil kegiatan pendampingan pemasaran digital menggunakan Facebook terbukti membantu meningkatkan kemampuan promosi UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem”. Selama satu minggu pendampingan, UMKM berhasil membuat akun Facebook bisnis, menghasilkan konten harian, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mendapatkan pembelian dari konsumen baru.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 15-11-2025
Accepted : 21-11-2025

Keywords:

UMKM; Facebook; Digital Marketing; Banana Chips.

ABSTRACT

UMKM play a vital role in the national economy because they absorb labor, leverage local potential, and increase community income. UMKM generally face challenges such as a lack of knowledge in using digital platforms, limited content creation skills, and unfamiliarity with managing customer interactions. Ibu Iyem, an UMKM owner, also experienced these challenges, necessitating assistance to improve her understanding and skills in digital marketing. Through a community service program conducted by students from the University of Simalungun, this mentoring activity was designed to provide direct assistance to the UMKM

"Keripik Pisang Ibu Iyem." The focus of the activity included creating a business Facebook account, creating promotional content, taking product photos, and assisting with managing messages and customer interactions. The results of the digital marketing mentoring activity using Facebook were proven to help improve the promotional capabilities of the UMKM "Keripik Pisang Ibu Iyem." During one week of mentoring, the UMKM successfully created a business Facebook account, produced daily content, increased interaction with customers, and obtained purchases from new consumers.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi. Salah satu perubahan paling terlihat adalah meningkatnya pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran oleh pelaku usaha. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi platform strategis untuk menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas dengan biaya yang rendah. Di Indonesia, Facebook merupakan salah satu media sosial dengan jumlah pengguna terbesar, sehingga memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas pemasaran UMKM (Arianto, 2020). UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, memanfaatkan potensi lokal, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pemasaran produk mereka. Salah satu UMKM tersebut adalah "Keripik Pisang Ibu Iyem" yang berlokasi di Desa Karangsari, Kabupaten Simalungun. Usaha ini telah lama beroperasi dan memiliki produk berkualitas, namun pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung. Hal ini membuat jangkauan pasar menjadi terbatas. Dalam era digital saat ini, ketidakmampuan UMKM memanfaatkan media sosial dapat menghambat pengembangan usaha. Pelaku UMKM umumnya menghadapi kendala seperti kurangnya pengetahuan dalam menggunakan platform digital, minimnya keterampilan membuat konten, serta ketidaktahuan dalam mengelola interaksi dengan pelanggan. Kondisi ini juga dialami oleh Ibu Iyem sebagai pemilik UMKM, sehingga dibutuhkan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam pemasaran digital. Melalui program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Simalungun, kegiatan pendampingan ini dirancang untuk memberikan asistensi langsung kepada UMKM "Keripik Pisang Ibu Iyem". Fokus kegiatan meliputi pembuatan akun Facebook bisnis, pembuatan konten promosi, pengambilan foto produk, hingga pendampingan pengelolaan pesan dan interaksi pelanggan. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan media sosial secara mandiri sebagai sarana pemasaran modern untuk meningkatkan jangkauan pasar, menarik lebih banyak konsumen, dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, kegiatan pendampingan ini tidak hanya bertujuan memperkenalkan media sosial sebagai alat pemasaran, tetapi juga memberikan bekal keterampilan praktis kepada pelaku UMKM agar dapat terus mengembangkan pemasaran digital secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama 1 minggu di lokasi UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem”, Desa Karangsari, Kabupaten Simalungun. Metode kegiatan meliputi:

1. Observasi Lapangan
Tim melakukan observasi untuk mengetahui kondisi pemasaran, hambatan-hambatan yang dihadapi, serta kesiapan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran digital.
2. Pendampingan Pembuatan Akun Facebook
Tim membantu membuat Facebook Page resmi, menyusun profil usaha, menambahkan foto profil, foto sampul, deskripsi usaha, dan menautkan kontak WhatsApp.
3. Pendampingan Pembuatan Konten
Pendampingan mencakup: pengambilan foto produk, penyusunan caption promosi yang menarik, penentuan tema konten, Pembuatan konten harian selama 1 minggu, dan Pengunggahan konten bersama pelaku UMKM
4. Pendampingan Pengelolaan Interaksi
Pelaku UMKM dibimbing untuk: membalas pesan pelanggan, mengelola komentar, menggunakan fitur Messenger dan Insight, dan menentukan respon harga dan informasi produk.
5. Evaluasi Mingguan
Evaluasi dilakukan dengan mengukur perkembangan jangkauan konten, interaksi, serta kemampuan pelaku UMKM setelah pendampingan berakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan oleh tim pengabdi yang terdiri dari dosen bersama mahasiswa dengan tahapan sebagai berikut:

1. Akun Facebook Bisnis Aktif

Pendampingan menghasilkan akun Facebook Page resmi dengan profil usaha yang lengkap, sehingga memudahkan konsumen dalam mencari informasi dan melakukan pemesanan.



Gambar 1. Observasi UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem”

2. Pembuatan Konten Harian Selama 1 Minggu

Total konten yang berhasil dibuat bersama pelaku UMKM adalah 2 foto produk (1 per hari) dan 3 konten informasi harga dan varian. Konten yang diunggah secara konsisten membantu meningkatkan frekuensi aktivitas pemasaran UMKM.



Gambar 2. Pendampingan pembuatan akun Facebook bisnis

3. Peningkatan Jangkauan dan Interaksi

Hasil evaluasi setelah 1 minggu:

Aspek	Sebelum Pendampingan	Setelah 1 Minggu
Jangkauan akun	0 pengguna	± 300 pengguna
Interaksi (like/komentar)	0	± 120 interaksi
Pesan masuk	0	7 pesan
Pembelian dari Facebook	0	3 pembelian



Gambar 3. Pengambilan foto produk

Kemandirian Pelaku UMKM

Setelah pendampingan, pelaku UMKM telah mampu mengambil foto produk, mengunggah postingan secara mandiri, membalas pesan pelanggan, menyusun jadwal posting dan membuat konten sederhana, dan menggunakan fitur insight untuk memantau jangkauan.



Gambar 4. Foto bersama tim dan pelaku UMKM

Dampak Pendampingan

Kegiatan pendampingan ini sangat bermanfaat bagi pemilik, pengusaha, karyawan UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem”. Dampak utama dari pendampingan antara lain: meningkatnya visibilitas usaha melalui jangkauan ratusan pengguna. Adanya peningkatan penjualan dari konsumen yang menemukan produk melalui Facebook. Selain itu dapat dilihat telah meningkatnya kompetensi digital pelaku UMKM dalam penggunaan media social, terciptanya keberlanjutan pemasaran, karena UMKM telah mampu melakukannya secara mandiri, dan branding usaha meningkat, produk terlihat lebih profesional dengan konten yang konsisten.



Gambar 5. Pembuatan dan pengunggahan konten



KESIMPULAN

Pendampingan pemasaran digital menggunakan Facebook terbukti membantu meningkatkan kemampuan promosi UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem”. Selama 1 minggu pendampingan, UMKM berhasil membuat akun Facebook bisnis, menghasilkan konten harian, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mendapatkan pembelian dari konsumen baru. Pelaku UMKM juga menjadi lebih mandiri dalam mengelola pemasaran digital sehingga dapat terus melanjutkannya setelah pendampingan selesai. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam pengembangan usaha dan perlu dikembangkan untuk UMKM lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan ini. Pertama, kami menyampaikan apresiasi kepada Ibu Iyem selaku pemilik UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem” yang telah memberikan kesempatan kepada tim untuk melakukan pendampingan secara langsung di lokasi usaha. Kerjasama, keterbukaan, dan antusiasme Ibu Iyem selama proses pendampingan sangat membantu kelancaran kegiatan ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada perangkat Desa Karangsari, yang telah menyambut dan mendukung tim selama proses kegiatan berlangsung. Dukungan dan fasilitasi yang diberikan oleh pihak desa sangat berarti sehingga kegiatan pendampingan dapat berjalan dengan aman, tertib, dan sesuai jadwal. Selanjutnya, tim menyampaikan penghargaan kepada Universitas Simalungun, khususnya pihak fakultas dan program studi yang telah memberikan izin, bimbingan, dan dukungan moral maupun administratif dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Kesempatan yang diberikan kepada mahasiswa untuk terjun langsung ke lapangan merupakan pengalaman yang sangat berharga dalam memperluas wawasan, meningkatkan keterampilan, serta memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota tim pengabdian yang telah bekerja sama, saling membantu, dan berperan aktif dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan. Kerja sama yang solid dari seluruh anggota tim merupakan kunci keberhasilan program pendampingan ini. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi UMKM “Keripik Pisang Ibu Iyem” serta dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi UMKM lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha.

REFERENSI

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Ramadhani, S. E., dkk. (2022). Pemanfaatan Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 47.
- Priambada, S. (2017). Potensi Media Sosial bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.