

## ABSTRAK

Media sosial di era digital saat ini telah menjadi hal utama yang ditawarkan dalam pemasaran. Salah satu pilihan yang dilakukan oleh UMKM dalam pemasaran produk secara *online*. Namun, banyak UMKM belum dapat memanfaatkan media sosial dengan maksimal dalam usaha mereka. Pemanfaatan media sosial dikalangan UMKM masih menghadapi hambatan dan kendala. Padahal pemanfaatan media sosial bisa memberikan keuntungan bagi usaha mereka. Untuk mendukung keberhasilan usaha dari UMKM, dengan pelaku UMKM memiliki kemampuan literasi digital. Hal tersebut, menggiring UMKM alat musik gendang jimbe memasarkan produknya secara *online* dengan memanfaatkan media sosial. Dengan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran *online* produk, manfaat yang didapat oleh UMKM gendang jimbe ada begitu banyak. Meskipun begitu mereka juga menghadapi hambatan ketika memanfaatkan media sosial untuk memasarkan *online* produk alat musik gendang jimbe. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran, dan hambatan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan *online* produk UMKM alat musik gendang jimbe di Desa Minggirsari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sehingga data dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Kemudian diuji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Maka penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemanfaatan media sosial dalam pemasaran *online* produk UMKM gendang jimbe sebagai promosi produk, serta komunikasi antar penjual dan pembeli dengan penunjang berupa sarana prasarana seperti laptop, handphone, dan beberapa aplikasi penunjang. Hambatan yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial untuk pemasaran *online* produk UMKM gendang jimbe adalah masalah jaringan internet, dan kurangnya sumber daya manusia.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Literasi Digital, Pemasaran *Online*, Produk UMKM

## **ABSTRACT**

Social media in today's digital era has become the main thing offered in marketing. One of the choices made by MSMEs is marketing products online. However, many MSMEs have not been able to utilize social media optimally in their business. The utilization of social media among MSMEs still faces obstacles and constraints. Even though the utilization of social media can provide benefits for their business. To support the business success of MSMEs with MSME actors having digital literacy skills. This led MSMEs of jimbe drum musical instruments to market their products online by utilizing social media. By utilizing social media for online marketing of products, there are so many benefits obtained by jimbe drum MSMEs. Even so, they also face obstacles when utilizing social media to market online jimbe drum musical instrument products. The purpose of this study was to determine the description and barriers to the utilization of social media in marketing online products of jimbe drum musical instrument MSMEs in Minggirsari Village. This research uses descriptive qualitative methods with data collection conducting interviews, observation, and documentation. So that the data is analyzed using data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Then the validity of the data using triangulation techniques. So this study shows the results of the utilization of social media in online marketing of jimbe drum MSME products as product promotion, as well as communication between sellers and buyers with support in the form of infrastructure such as laptops, cellphones, and several supporting applications. The obstacles faced in utilizing social media for online marketing of jimbe drum MSME products are internet network problems and a lack of human resources.

**Keywords :** Social Media, Digital Literacy, Online Marketing, MSME Products

## الخلاصة

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي اليوم هي الشيء الرئيسي الذي يتم تقديمه في التسويق. أحد الخيارات التي اتخذتها الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في تسويق المنتجات عبر الإنترنت. ومع ذلك، لم تتمكن العديد من الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة من تحقيق أقصى استفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في أعمالها. لا يزال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة يواجه عقبات ومعوقات. على الرغم من أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يفيد أعمالهم. ولدعم نجاح الأعمال التجارية للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، يجب أن يكون لدى الجهات الفاعلة في الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة مهارات محو الأمية الرقمية. وقد أدى ذلك إلى قيام الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مجال الآلات الموسيقية لطبل الجيمي بتسويق منتجاتها عبر الإنترنت من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. مع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسويق المنتجات عبر الإنترنت، هناك العديد من الفوائد التي حصلت عليها الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لصناعة طبول الجيمي الموسيقية. ومع ذلك، فإنهم يواجهون أيضًا عقبات عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسويق منتجات الآلات الموسيقية لطبل الجيمي عبر الإنترنت. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد وصف وعوائق استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تسويق منتجات الآلات الموسيقية لطبل الجيمي الموسيقية على الإنترنت للشركات الصغيرة والمتوسطة والصغيرة والمتوسطة في قرية مينغيرساري. يستخدم هذا البحث الأساليب النوعية الوصفية مع جمع البيانات باستخدام المقابلات والملاحظة والتوثيق. بحيث يتم تحليل البيانات باستخدام اختزال البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. ثم تم اختبار صحة البيانات باستخدام تقنيات التثليث. لذا أظهرت هذه الدراسة النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق عبر الإنترنت لمنتجات طبول الجيمي كترويج للمنتجات، وكذلك التواصل بين البائعين والمشتريين مع دعم في شكل بنية تحتية مثل أجهزة الكمبيوتر المحمولة والهواتف المحمولة والعديد من التطبيقات الداعمة. وتتمثل العقبات التي تواجه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق عبر الإنترنت لمنتجات طبول الجيمي متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مشاكل شبكة الإنترنت، ونقص الموارد البشرية.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل التواصل الاجتماعي، محو الأمية الرقمية، التسويق عبر الإنترنت، منتجات المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة