

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK EMPING MELINJO PADA MASA PENDEMI COVID_19

Julianus Tri Elvanso¹ Afriyanto, ²

Prodi Sistem Informasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Corresponding Author: julianustrielvanso25@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [23-11-2021]

Revised [18-12-2021]

Accepted [29-12-2021]

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 sampai sekarang masih berlangsung, mewabahnya virus ini tidak hanya menghantam bidang kesehatan serta pelayanan publik, bahkan yang lebih parahnya lagi sangat berpotensi melumpuhkan berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Fenomena ini juga sangat berdampak dan dirasakan oleh para pelaku UMKM di Desa Selubuk Kecamatan Air Napal Kabupaten Bengkulu utara yang jenis usahanya sangat bergantung pada perputaran uang hasil penjualan barang dagangan. Mitra dalam program pengabdian ini adalah Pemerintah Desa Selubuk Kecamatan Air napal Kabupaten Bengkulu utara dan pelaku UMKM. Program kemitraan masyarakat ini bertujuan memberikan pengetahuan dalam hal pengelolaan manajemen UMKM, inovasi dan pengembangan yang berkaitan dengan optimalisasi media pemasaran produk yang bertujuan untuk memaksimalkan pemasaran atau penjualan yang akan berdampak pada perekonomian masyarakat secara umum dan sentuhan teknologi dalam proses produksinya. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM mengenai pengelolaan manajemen UMKM meningkat, penggunaan media sosial (Instagram dan Facebook) dan aplikasi chat (Whatsaap) sebagai media pemasaran juga meningkat, keterampilan. Dengan menggunakan pendekatan yang positif berupa pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif UMKM emping melinjo diharapkan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain.

Kata kunci : pemanfaatan media, pemasaran

I. PENDAHULUAN

Dalam hal situasi pandemi Covid-19 yang terjadi sejak kurang lebih satu tahun yang lalu yang berakibat lesunya perekonomian nasional secara umum banyak perusahaan dari perusahaan kecil sampai perusahaan besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, hal ini pula yang dirasakan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Pakpahan,

2021). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) punya peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dan sebagai pilar pembangunan ekonomi bangsa tidak hanya di negara berkembang tetapi juga di negara maju.

UMKM di Indonesia sangat diharapkan dapat terus berperan optimal dalam penyerapan tenaga kerja untuk menanggulangi angka pengangguran (Suseno, Yusuf, Hidayat, & Surani, 2021).

Menurut (Rudjito, 2003) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan kekuatan ekonomi di Indonesia.

Program inovasi dan pengembangan UMKM dari beberapa faktor sangat dibutuhkan (Rita et al., 2021), selain untuk keberlangsungan usaha sekaligus dalam rangka pengembangan usaha tersebut, terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam hal ini penggunaan media pemasaran produk (Zanuar Rifai & Meiliana, 2020) yang salah satu tujuannya adalah memaksimalkan pemasaran dari produk yang dibuat. Selain hambatan dalam mengakses modal.

Salah satu hambatan yang melingkupi UMKM adalah dalam hal strategi pemasaran khususnya komunikasi pemasaran dan kemampuan menggunakan teknologi (Elsandra & Yulianto, 2013; Ayunin et al., 2021). Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah Information and Communication Technology (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Jauhari, 2010). Dengan adanya internet dan Information and Communication Technology (ICT) proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu (Ibrahim et al., 2019) Program ini juga sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional (Yusmaniarti dkk, 2018), mengingat kegiatan usahanya

mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian (Sarfiyah et al., 2019) di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat (IBRAHIM et al., 2020). Selain itu, pengembangan UMKM juga perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM.

Pengembangan UMKM melalui inovasi dan pendekatan pemberdayaan usaha, perlu memperhatikan aspek sosial dan budaya di masing-masing daerah, mengingat UMKM pada umumnya tumbuh dari masyarakat secara langsung. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia dalam hal pengelolaan manajemennya (Ibrahim et al., 2019)

Di Desa Kemuning Kecamatan Waringin Kurung banyak terdapat UMKM yang cukup potensial, salah satunya adalah UMKM Emping Melinjo. Emping Melinjo adalah makanan yang berbahan dasar dari tangkil. Jika dilihat dari sisi kuantitas, tangkil yang ada di Desa Kemuning cukup banyak, hal ini yang mendorong UMKM.

II. METODELOGI

Metode pelaksanaan dari kegiatan

pengabdian kepada masyarakat ini adalah strategi kronologis atau bertahap. Adapun tahapannya sebagai berikut :

- a. Persiapan, pada tahap persiapan ini tim melakukan koordinasi kesemua pihak yang terlibat, survei lokasi, mempersiapkan alat dan bahan yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan penanggung jawab dari kegiatan pelaksanaan dilapangan.
- b. Pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini tim melakukan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pemberian materi, pendampingan praktek pembuatan media pemasaran, penyerahan alat pemipihan emping melinjo yang di buat dan di kreasikan oleh tim dan praktek penggunaannya. Pada tahapan ini tim pengabdian menggunakan metode konseptual dan partisipatif yakni dengan cara menggerakkan dan melibatkan anggota mitra di dalam setiap kegiatan yang berlangsung baik kegiatan pelatihan, penyuluhan dan kegiatan-kegiatan lainnya, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuannya.
- c. Evaluasi, tahapan ini menggunakan metode reflektif, yaitu metoda yang bertujuan untuk mengevaluasi program bersama mitra, untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program sehingga selanjutnya akan dapat diperbaiki, monitoring keberlanjutan program, dengan melakukan pendampingan pada masyarakat untuk memastikan keberlanjutan dan keberlangsungan program. Langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi kegiatan seperti: pengamatan, kuisisioner dan wawancara/diskusi

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini di mulai dari bulan Agustus dan berakhir bulan September 2021 di Desa Selubuk Kecamatan Air napal Kabupaten Bengkulu utara Provinsi Bengkulu dan dilaksanakan oleh saya dari Fakultas Sistem Informasi Universitas muhammadiyah yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa. dalam penyuluhan ini berkaitan dengan inovasi-inovasi produk yang bisa dikembangkan dalam bentuk varian rasa dan kemasan, strategi pengembangan media sosial dan chat dalam pemasarannya dan pengetahuan tentang pengelolaan manajemen pembukuan UMKM yang baik menjadi narasumber yang penerapan teknologi tepat guna dalam proses produksi. Materi dalam pelatihan ini mengenai penggunaan alat produksi pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) dengan praktek langsung.



Gambar 1. kemasan mentahan emping melinjo dan kemasan yang sudah dikemas

Pada tahapan ini saya melakukan kunjungan dan koordinasi ke Pemerintah Desa Selubuk dan melakukan survey lokasi ke tempat pelaku UMKM bumdes emping melinjo yang tersebar di Desa Selubuk Kecamatan Air Napal kab, Bengkulu utara. Dari hasil kegiatan ini saya bisa mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra untuk selanjutnya menentukan solusi yang ditawarkan dan 294 langkah kegiatan yang akan dilaksanakan di lapangan.



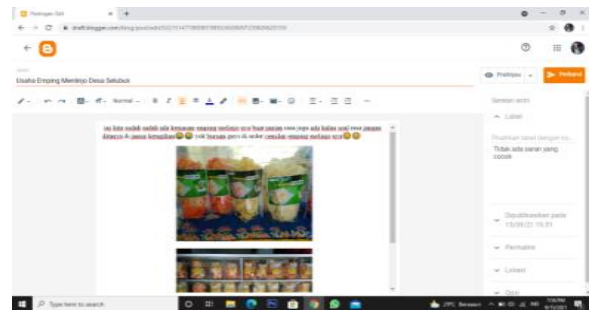
Gambar 2. surve lokasi tempat penyimpanan usaha emping melinjo di bumdes desa selubuk. Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini saya melakukan beberapa kegiatan yaitu sebagai berikut :

- a. Penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam pengelolaan manajemen UMKM, inovasiinovasi produk usaha yang dihasilkan dalam bentuk varian rasa, kemasan dan bentuknya, pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing baik dengan menggunakan aplikasi chat seperti WhatsApp, atau media

sosial seperti Instagram atau Facebook dan blogspot.

- b. Pembuatan alat pemipih emping dengan menggunakan sentuhan teknologi untuk mempermudah proses produksi yaitu alat pemipih emping yang dibuat menggunakan energi putar (engkol) yang kemudian putaran tersebut diteruskan ke gearbox. Hal ini bertujuan agar melinjo yang masuk ke meja cetakan dapat terpipih oleh pipa pemipih dengan bentuk yang sempurna.



Gambar 3. Mengajar ibuk-ibuk memposting di sosial media

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Selubuk Kecamatan Air napal Kabupaten Bengkulu utara diperoleh dari kesimpulan sebagai berikut: saya dari Universitas muhammadiyah bengkulu yang terdiri dari masyarakat dan Mahasiswa telah

melaksanakan pelatihan, penyuluhan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM emping melinjo di Desa selubuk dalam upaya memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran dalam hal ini adalah pemanfaatan media sosial (Instagram, facebook, blogspot) dan aplikasi chat (Whatsapp) untuk memaksimalkan penjualannya dan variasi-variasi yang dibuat meliputi variasi rasa, kemasan dan bentuknya serta penggunaan alat pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) dalam proses produksinya untuk mendapatkan hasil produksi yang lebih baik. UMKM emping melinjo di Desa Sekubuk merupakan usaha yang bisa diandalkan terutama saat pandemi Covid-19 karena ketersediaan tangkil sebagai bahan dasar emping yang ada di Desa Selubuk cukup banyak sehingga mampu menopang perekonomian masyarakat Desa Selubuk secara khusus serta memiliki peranan yang sangat vital dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi secara umum.

Pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendekatan yang positif untuk menumbuhkan motivasi, pemahaman dan keterampilan masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Selubuk agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lain. Luaran yang dicapai berupa produk, publikasi media online dan jurnal pengabdian kepada masyarakat.

SARAN

Kegiatan yang bersifat informatif melalui kegiatan workshop dan pendampingan dirasakan cukup efektif dan efisien. Besar harapan mereka bahwa kegiatan ini dapat dilakukan secara berkelanjutan dan berkesinambungan karena dampaknya dapat

langsung di rasakan oleh warga Desa Selubuk Kecamatan Air napal Kabupaten Bengkulu utara Warga masyarakat mendapatkan manfaat yaitu tambahan wawasan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran produk menggunakan media sosial dan motivasi untuk terus banyak belajar agar kehidupan mereka dapat berubah menjadi lebih baik lagi dari kehidupan sekarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ibu Yusmaniarti, SE, MM selaku Ketua Panitia KKN-MANDIRI Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Bapak Dr. Afriyanto, S.P, M.PH selaku Dosen Pembimbing Lapangan atas bimbingan dan pengarahan yang telah diberi, Bapak Nopi Apriansyah beserta Perangkat Desa Selubuk yang telah membimbing dan meluangkan waktunya untuk kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Ibrahim, A., Yusmaniarti, Y., Nurzani, Z., Gina, A., Pardede, I., Risky, N., & Husnia, A. (2019). Social Media Monitoring Twitter: Mobile Brand Awareness Using the Selection Sort. *Atlantis Press, 172*(Siconian), 386–392.
- IBRAHIM, A., ZURRIYATI, R., UTAMI, M. A., OCTARIA, S. L., WAHYUNI, T., SIADNYANI, L., & YUSMANIARTI, Y. (2020). *Implementation of Social Customer Relationship Management Using Instagram and Facebook as Songket Marketing Media. 172*(Siconian 2019), 554–560. <https://doi.org/10.2991/aisr.k.200424.085>
- Rita, W., Mutmainnah, E., Peternakan, P. S., Bengkulu, M., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Bengkulu, U. M., Agribisnis, P. S., & Bengkulu, M. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui. 4*(2),

615–619.

Yusmaniarti, Yusmaniarti, Sri Ekowati, Uswatun Isnaini Abror, S. (2018). Mengukur minat berwirausaha melalui pendekatan theory of planned behavior dan variabel efikasi diri serta literasi ekonomi (studi pada mahasiswa ptn & pts di kota bengkulu). *Seminar Nasional "Dunia Pendidikan Dalam Perubahan Revolusi 4.0,"* 1(1). <https://doi.org/DOI.10.17605/OSF.IO/E7NWZ>