



Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM Bu Wati di Desa Sumberejo Kabupaten Pasuruan

Use Of Social Media In Marketing Bu Wati Umkm Products In Sumberejo Village Pasuruan District

Muhammad Rifal Ramadhan^{1*}, Fatchur Rozci²

^{1,2}Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, UPN “Veteran” Jawa Timur

*Email Korespondensi: rifal880@gmail.com

Article History:

Received: 20 April 2023

Revised: 25 Mei 2023

Accepted: 30 Juni 2023

Keywords:Actors UMKM, social media, Industry 4.0

Abstract: UMKM actors are one of the jobs of the majority of the people in Sumberejo Village. The lack of information and technology for UMKM regarding social media technology in Industry 4.0 which is very helpful for UMKM to make sales online. Community service activities are carried out with outreach and assistance to provide knowledge and application of social media to market UMKM products. This activity went through four stages, namely the planning, preparation, socialization, and mentoring stages. Socialization and mentoring activities are carried out by teaching social media which consists of registration to completion. The existence of socialization regarding social media can help UMKM actors to facilitate sales in Industry 4.0.

Abstrak .Pelaku UMKM merupakan salah satu pekerjaan mayoritas masyarakat di Desa Sumberejo. Minimnya informasi dan teknologi pelaku UMKM mengenai teknologi media sosial pada Industri 4.0 yang sangat membantu pelaku UMKM untuk melakukan penjualan secara online. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan sosialisasi dan pendampingan untuk memberi pengetahuan dan penerapan mengenai media sosial untuk memasarkan produk UMKM tersebut. Kegiatan ini melalui empat tahap yaitu tahap perencanaan, persiapan, sosialisasi, dan pendampingan. Kegiatan sosialisasi dan pendampingan dilakukan dengan mengajarkan media sosial yang terdiri dari pendaftaran sampai selesai. Adanya sosialisasi mengenai media sosial dapat membantu pelaku UMKM untuk mempermudah penjualan di Industri 4.0.

Kata Kunci: Pelaku UMKM, Media Sosial, Industri 4.0

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang berpengaruh dalam kemajuan perekonomian di Indonesia. Apalagi jika dilihat dari letak strategis Indonesia dengan iklim tropis serta di karunia tanah yang subur membuat Indonesia tempat yang cocok untuk bertani. Hampir semua tanaman

yang akan di tumbuhkan bisa tumbuh di Indonesia. Untuk itu, pertanian di Indonesia menjadi pokok utama perekonomian yang sangat vital di Indonesia. Dusun kucur, Desa Sumberejo Purwosari Kabupaten Pasuruan, merupakan Desa yang rata rata penduduknya petani. Secara geografis, desa sumberejo terletak di kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. Desa ini memiliki luas wilayah 574,67 Hektar yang sebgaiian besar wilayahnya berada di sektor pertanian dan perkebunan. Desa sumberejo membentang di kawasan lereng gunung arjuna dengan ketinggian rata rata 400 hingga 800 meter dari permukaan air laut. Pembangunan ekonomi suatu daerah atau suatu negara pada dasarnya dapat berkembang atas berdasarkan beberapa faktor yakni sumber daya manusia, sumber daya alam, modal, teknologi, pengetahuan, pengalaman, dan lain sebagainya.

Program pengembangan UMKM ini menjadi suatu program dalam peningkatan perekonomian di berbagai aspek sehingga kontribusi UMKM di Indonesia sangat berpengaruh karena adanya media sosial yang membantu usaha UMKM menjadi meningkat dan pendapatan yang di hasilkan akan jauh lebih efisien dalam usaha UMKM. (Fadilah et al., 2021).

Di Kabupaten Pasuruan sendiri memiliki banyak pelaku UMKM khususnya di Desa Sumberejo. Banyak sekali pelaku UMKM di Desa Sumberejo selain menjadi petani. Salah satunya adalah UMKM Bu Wati bergerak di bidang pangan. Pemilik UMKM ini baru merintis sebagai pelaku UMKM dalam dua tahun terakhir yaitu Ibu Wati selaku pemilik UMKM di Desa Sumberejo.

Media sosial merupakan alat yang sangat membantu sekali dalam proses penjualan produk UMKM. Banyak juga kemudahan dengan media sosial untuk melakukan pemasaran yang akan di jual produk tersebut. Dengan ini pelaku UMKM bisa membuat produk di kenal di semua daerah khususnya di Indonesia. Sehingga penjualan produk akan menjangkau banyak daerah dan akan meningkatkan penghasilan dari sebelum menggunakan media sosial.

Di Desa sumberejo pelaku UMKM masing menggunakan penjualan dan memasarkan produknya secara tradisional. Dengan cara tersebut menghambat produktivitas akan terhambat karena cara tersebut tidak efisien. Maka dari itu salah satu untuk mendukung proses penjualan dan pemasaran adalah media sosial. Media sosial berperan sangat penting di Industri 4.0 tentu banyak sekali kegunaan dalam melakukan suatu penjualan dan memasarkan produk UMKM. Seperti pelaku UMKM di Desa Sumberejo adanya kendala yang di alami dalam memasarkan produk UMKM. Bu Wati adalah salah satu pelaku UMKM yang mempunyai kendala dalam hal memasrkan produknya.

Berdasarkan permasalahan dari UMKM dari Ibu Wati ini, maka diambil solusi untuk dilakukan sosialisasi pemanfaatan media sosial dalam hal memasarkan produk UMKM di Desa Sumberejo. Dengan sosialisasi tersebut di harapkan bisa memabantu pelaku UMKM di Desa Sumberejo untuk bisa bersaing dengan daerah lain yang sudah menggunakan media sosial. Oleh karena itu perlu pendampingan tentang pemanfaatan media sosial. Hal ini di lakukan agar pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan baru untuk memasarkan produk yang akan di pasarkan di luar daerah.

METODE

A. Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan ini dilaksanakan pada rumah Bu Wati selaku pemilik UMKM di Desa Sumberejo, Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan

B. Metode Pengumpulan Data

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sumberejo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Kegiatan Pengabdian ini dilakukan dengan cara *door to door* yaitu langsung mengunjungi salah satu pemilik usaha umkm untuk melakukan sosialisasi. Kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung selama satu bulan yang dilaksanakan sejak tanggal 13 April-20 Mei 2023. Proses dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan empat tahap yaitu:

a. Perencanaan

Tahap awal ini dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu dengan melakukan perancangan kegiatan yang akan dilakukan dalam mencari narasumber dan survei di Desa Sumberejo

b. Persiapan

Tahapan kedua yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat dengan mempersiapkan kebutuhan sosialisasi. Tahapan ini meliputi wawancara dengan narasumber untuk mengetahui kendala yang terjadi pada pelaku UMKM.

c. Sosialisasi

Tahapan ketiga yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat merupakan kegiatan inti. Kegiatan ini dilakukan secara sosialisai kepada Bu Wati untuk menggunakan media sosial sebagai memasarkan produk untuk menjangkau konsumen lebih luas.

d. Pendampingan

Tahap keempat yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah melakukan pendampingan untuk penerapan media sosial dalam menjual produk umkm. Dilakukan selama satu bulan. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan menanyakan kendala dalam menggunakan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Tahap perencanaan

Tahapan perencanaan di mulai dengan melakukan survei pelaku UMKM. Kegiatan survei dibatasi dengan hanya melakukan pendataan di Desa Sumberejo. Berdasarkan hasil wawancara, pelaku UMKM tersebut memiliki produk yang sama seperti keset, krupuk rengginang, kripik pisang Bu Wati merupakan salah satu pelaku UMKM di Desa Sumberejo yang memiliki semua produk UMKM yang ada di Desa Sumberejo. Produk UMKM yang dijual oleh Bu Wati merupakan produk asli dari perkebunan yang dimiliki oleh Bu Wati. Hasil dari perkebunan tersebut lalu di buat produk UMKM yang menambah pendapatan.

b. Tahap persiapan

Tahapan persiapan dilaksanakan dengan melakukan wawancara lanjutan kepada Bu Wati. Wawancara kali ini dilakukan untuk mengetahui bentuk penerapan media sosial terhadap pemasaran produk UMKM sebagai kegiatan pengabdian masyarakat. Permasalahan yang didapatkan dari kegiatan pemasaran produk UMKM Bu Wati adanya kurangnya kesadaran akan teknologi yang bisa membantu memasarkan produk UMKM menjadi dikenal oleh masyarakat

luas. Permasalahan tersebut merupakan dasar dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat mengenai sosialisasi penerapan media sosial untuk produk UMKM. Persiapan selanjutnya yaitu di lakukannya sosialisasi. Persiapan dilakukan dengan membuat akun media sosial dan mendaftarkan akun media sosial di berbagai aplikasi.

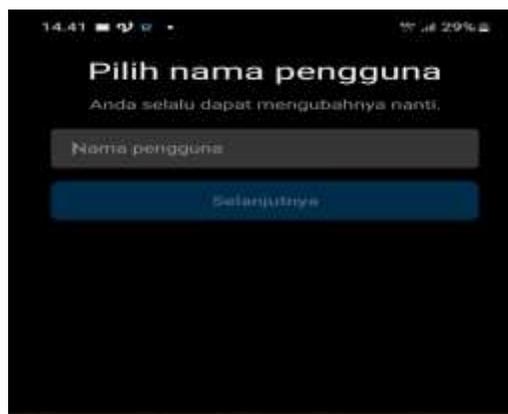


Gambar 1. Wawancara dan izin kegiatan sosialisasi penerapan media sosial

c. Tahap sosialisasi

Kegiatan inti dari pengabdian masyarakat ini yaitu adanya sosialisasi yang dilakukan kepada bu wati pelaku UMKM di Desa Sumberejo. Sosialisasi di lakukan dengan memperkenalkan beberapa media sosial yang untuk nantinya akan di terapkan oleh Bu Wati untuk menjual produknya. Sosialisasi yang dilakukan dengan mengajarkan bagaimana cara menggunakan media sosial dengan benar dan cara mempromosikan produk yang di jual di suatu media sosial seperti instagram, whatsapp, dan tokopedia. Dan ada beberapa tahapan yaitu:

- a. Pilih nama pengguna yang akan di di buat di sosial media
- b. Lalu buat kata sandi untuk keamanan akun di media tersebut supaya tidak bisa di gunakan oleh orang lain
- c. Lalu tambahkan foto produk yang akan di posting. Untuk bisa mengenali produk yang akan di jual
- d. Lalu isi email dan nomor yang bisa di hubungi untuk pemesanan produk yang di jual.



Gambar 2. Melakukan pengisian nama produk UMKM



Gambar 3. Pembuatan kata sandi buat akun produk UMKM



Gambar 4. Tambahkan foto profil yang akan mengenalkan produk UMKM



Gambar 5. Menambahkan data produk untuk mudah di hubungi

d. Tahapan pendampingan

Berdasarkan kegiatan masyarakat yang dilaksanakan, adanya sosialisasi mengenai media sosial dapat membantu usaha dagang sayur Bu Wati untuk menambah konsumen dari luar daerah. Penerapan media sosial jika dilakukan secara intensif dapat memprediksi banyaknya penjualan dan penghasilan bulanan dari usaha UMKM Bu Wati. Pelaksanaan pendampingan dilakukan secara setiap hari selama kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan. Berikut merupakan foto pendampingan yang dilakukan oleh Bu Wati dengan pelaku UMKM lainnya.



Gambar 6. Kegiatan pendampingan oleh pelaku UMKM di Desa Sumberejo.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan penerapan media sosial untuk pemasaran produk UMKM ini berdampak dalam menambah konsumen yang jauh dalam memasarkan produk yang dijual. Pemilik UMKM Bu Wati telah menerapkan media sosial untuk penjualan dan menjangkau lebih luas pasar yang lebih luas. Diharapkan pelaku UMKM di Desa Sumberejo khususnya Bu Wati dapat terus menjalankan media sosial serta bisa mengajarkan pemilik UMKM yang lain di Desa Sumberejo dan bisa lebih maju dalam menerapkan media sosial untuk penjualan produk UMKM di Desa Sumberejo.

DAFTAR REFERENSI

- Bagus, M., Pradnyantha, L., Agung, A., Putra, P., Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsa, I. N. (2023). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi Empowering MSMEs through the Introduction of Digital Marketing , Especially Social Media As A Means of Promotion in the Pandemic Era*. 7(2), 285–292.
- Pratama, C. A., & Huda, B. (2023). SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM (Studi Kasus: Desa Segaran Batujaya). *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(1), 95-99.
- Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 25-32.

- Anugrah, R., Perwirianto, H. W., Zulfania, M., Ratih, D., Aprilianda, E. N., Haryawan, S. H., ... & Arum, D. P. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 740-746.
- Haikal, M. F., & Suherman, E. (2023). SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM DI DESA TELARSARI. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 7977-7984.
- Widhajati, E., Minarni, E., & Eldon, M. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm di PLUT KUMKM Tulungagung. *JANITA: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 1(1), 45-52.
- Pratama, R. S., Haque, M. H., Ardianta, A., Arumsari, D. N., & Evanthy, A. (2022). Pelatihan promosi dan pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm di kota surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 118-124.