

# **PENGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM DI DESA CINTALANGGENG**

Erlyta Hares Saputri , Boy Man  
Mahasiswa Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer  
Email: [Si19.erlytasaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:Si19.erlytasaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id) ,  
[boyman@ubpkarawang.ac.id](mailto:boyman@ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu sektor penopang perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2013 UMKM menyumbangkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Pada kondisi pandemi yang dihadapi Indonesia menambah jumlah pengangguran. Dalam era globalisasi saat ini, penggunaan teknologi informasi dan sistem informasi dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah besar dapat dikatakan bahwa sebagian fungsi kegiatan yang manusia yang dulu harus dilakukan secara offline, kini sudah tergantikan setelah masuk zaman media sosial. Juga dengan media sosial memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semipublik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Kata Kunci: UMKM, Teknologi Informasi, Media Sosial

## **Pendahuluan**

Secara umum, kondisi perekonomian Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan kondisi yang relatif stabil di tengah kondisi ekonomi global yang mengalami kelesuan. Pertumbuhan ekonomi Indonesia dari tahun ke tahun terus berada dalam tren yang positif dan berada di atas

pertumbuhan ekonomi global. Meskipun peringkat Indonesia masih jauh tertinggal dari negara-negara tetangga seperti Singapura, Malaysia dan Thailand, namun berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah untuk memperbaiki iklim investasi di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk terbesar di dunia, diperkirakan jumlah penduduk Indonesia di tahun 2017 ini mencapai lebih dari 260 juta penduduk. Meskipun potensi ekonomi Indonesia sangat besar, namun di sisi lain Indonesia masih menghadapi masalah-masalah sosial yang serius. Terlihat dari jumlah penduduk miskin di Indonesia yang masih cukup tinggi. Pada bulan September 2016, jumlah penduduk miskin mencapai 10,70 persen dari total penduduk atau sebesar 27,76 juta orang. tingkat pengangguran juga masih cukup banyak, dimana tercatat sampai dengan Februari 2017 tingkat pengangguran terbuka mencapai 5,33 persen.

Berbagai permasalahan sosial tersebut telah diupayakan untuk diatasi melalui berbagai program berupa bantuan sosial maupun pemberdayaan masyarakat. Tulisan ini berupaya menguraikan upaya penanggulangan masalah sosial tersebut melalui pemberdayaan, khususnya dengan

peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Topik terkait UMKM ini menjadi menarik untuk dibahas mengingat kontribusinya yang cukup besar dalam pembentukan PDB.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang mampu bertahan melalui

krisis ekonomi. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor usaha yang paling banyak menyerap tenaga kerja sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM dalam perekonomian Indonesia. Di Indonesia sendiri, UMKM merupakan salah satu sektor penopang perekonomian. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2013 UMKM menyumbangkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia.

Desa yang di pilih untuk menjalankan KKN bertempat di Desa Citalanggeng, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang. Desa Citalanggeng merupakan salah satu dari 9 Desa yang ada di wilayah Kecamatan Tegalwaru dengan topografi daerah perbukitan atau dataran tinggi dan dataran rendah. Desa Citalanggeng ±3 Km ke arah Timur Laut dari Kecamatan Tegalwaru, desa Citalanggeng mempunyai batas-batas wilayah yakni batas utara Desa Kutalanggeng, batas selatan Desa Cintawargi, sebelah timur Desa Kutamaneh dan sebelah barat Desa Cintaasih, Kecamatan Pangkalan. Desa Citalanggeng terletak di tengah

masyarakat yang berbasis pertanian dan pegunungan.

Berdasarkan koordinasi yang sudah di lakukan dengan perangkat Desa, Berdasarkan data diatas desa Citalanggeng mempunyai SDM yang cukup untuk memenuhi berbagai mata pencaharian pokok yang terdapat di desa Citalanggeng itu sendiri. Penentuan unit Usaha/UMKM yang ada di desa Citalanggeng. Berdasarkan koordinasi yang sudah di lakukan dengan perangkat Desa, kami menentukan dua unit Usaha/UMKM yang ada di desa Citalanggeng, yaitu UMKM donuts mommy dan UMKM cake & cookies. Setelah berkoordinasi dengan pemilik unit Usaha/UMKM, ada beberapa kekurangan dalam unit Usaha/UMKM tersebut, yaitu pendataan produk yang masih dilakukan secara manual dicatat dalam buku tulis dan juga pemasaran produk yang masih belum maksimal.

Untuk pengembangan sektor UMKM sangat diperlukan dalam rangka untuk peningkatan. Pada kondisi Februari 2020, jumlah pengangguran di Indonesia sudah mencapai 6,88 juta atau 4,99 persen (BPS, 2020c). Kondisi pandemi yang dihadapi Indonesia berpotensi menambah jumlah pengangguran maka dari itu

pengembangan UMKM perlu dan sangat disarankan.

Dengan menggunakan teknologi informasi dan sistem informasi dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah besar. Berbagai fungsi serta kegunaan lain yang ditawarkan media sosial semakin tak terbatas. Bahkan dapat dikatakan bahwa sebagian fungsi kegiatan yang manusia yang dulu harus dilakukan secara offline, kini sudah tergantikan setelah masuk zaman media sosial.

### **Metode**

Dalam artikel yang dibuat mengambil metode penyuluhan yang bertempat di rumah pak lurah desa citalanggeng, kecamatan tegalwaru dengan audiens sekitar 50orang, membawakan tentang teknologi yang saat ini terus berkembang, dan penggunaanya merasakan manfaat menggunakan teknologi elektronik digital. Salah satunya meliputi kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk menjalankan usaha, khususnya di era pandemi COVID-19 penggunaan media sosial angkat berkembang sat. Penggunaan media sosial saat era pandemi sangat dibutuhkan oleh

pemilik UMKM untuk meningkatkan usahanya.

Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten

Adapun metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisa yang bersifat deskriptif, untuk menggambarkan upaya penanggulangan kemiskinan dan pengangguran melalui pemberdayaan masyarakat yang difokuskan pada peningkatan UMKM.

Penggunaan media sosial sendiri, sangat berpengaruh bagi pemilik UMKM dimulai interaksi dengan konsumen melalui jejaring sosial maupun untuk mempromosikan barang dagangan tersebut. Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Salah satu usaha yang berada di desa Citalanggeng, Kecamatan Tegalwaru yang sudah dikembangkan dalam media sosial yaitu Bolu, UMKM yang dibina adalah Cake & Cokies atau yang lebih dikenal dengan bolu teh dewi ini merupakan suatu usaha industry rumahan yang memproduksi bolu dan kue basah yang terletak di Desa Citalnggeng,

Karawang. Usaha ini didirikan oleh teh dewi pada tahun 2017. Seperti yang kita ketahui bahwa makanan ini sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sebagai bahan dasar cemilan santai, selain enak dan gurih untuk hidangan kue bolu ini juga mempunyai manfaat bagi Kesehatan tulang yang didalamnya memiliki kandungan vitamin D yang berfungsi sebagai vitamin untuk membantu penyerapan kalsium bagi tulang.

Dari hal diatas dan juga ada keluhan yang disampaikan oleh pemilik saat melakukan kunjungan, dapat disimpulkan bahwa yang dihadapi oleh UMKM adalah dari segi pemasaran dan juga kemasan yang kurang menarik. Dengan permasalahan mengenai kemasan dari UMKM cook & cokies tersebut, kami memutuskan untuk membuat kemasan yang lebih menarik, serta membantu pemasaran secara digital agar lebih luas dalam proses penjualan.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Kecamatan Tegalwaru memiliki 9 desa yakni: Cinalaksana, Cintawargi, Cinalaggeng, Mekarbuana, Wargasetra, Cigunungsari, Kutamaneuh, Kutalaggeng, Cipurwasari. Desa Cinalaggeng merupakan desa tempat

pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) memiliki 3 Dusun dan 9 RT. Potensi lingkungan dan kondisi masyarakat desa cinalaggeng yang

beragam diharapkan dapat menjadi bagian dari proses pendidikan dan pembelajaran mahasiswa dalam mengamalkan ilmu yang dimilikinya sekaligus sebagai langkah awal untuk terjun ke masyarakat setelah menyelesaikan studi di Universitas.

Selain itu, pada sektor pendidikan pola pembelajaran sudah dapat dilakukan secara tatap muka dan berjalan dengan normal kembali, walaupun masih tetap harus melaksanakan protokol kesehatan dilingkungan sekolah. Begitupun dengan sektor kesehatan yang sudah kembali normal dan mengalami penurunan dalam jumlah angka pasien warga citalanggeng yang terkena covid-19.

Tabel Mata Pencapaian Pokok  
 Desa Citalanggeng

Jenis Pekerjaan	Laki-laki	Perempuan
Petani	210 orang	61 orang
Buruh Tani	352 orang	203 orang
Pegawai Negeri Sipil	30 orang	12 orang
Montir	4 orang	0 orang
Perawat swasta	0 orang	1 orang

Pedagang Keliling	11 orang	14 orang
TNI	3 orang	0 orang
POLRI	3 orang	0 orang
Karyawan Perusahaan Swasta	260 orang	172 orang
Wiraswasta	13	28
Buruh Migran	13	64
Tidak mempunyai mata pencaharian tetap	2.364	
<b>Jumlah Total Penduduk</b>	4.254	

Dan juga bisa dilihat dari presentase warga yang tidak mempunyai mata pencaharian tetap hampir setengah dari jumlah total penduduk warga desa citalanggeng. Maka dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Citalanggeng perlu dilakukan pengelolaan potensi sumber daya manusia, melalui pendekatan subyektif.

Permasalahan mengenai isu terkini

yang terjadi di desa Cintalanggeng umumnya sama seperti pada daerah lain yang sama-sama terdampak oleh pandemi Covid-19. Pada sektor ekonomi tentunya terjadi penurunan seperti pada UMKM yang mengalami kesulitan atau masalah pada proses pemasarannya sehingga pendapatan UMKM tersebut menjadi menurun. Maka diadakannya suatu proses dimana agar terwujudnya kembali Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Desa yang di pilih untuk menjalankan KKN bertempat di Desa Cintalanggeng, Kecamatan Tegalwaru, Kabupaten Karawang. Teknologi yang saat ini terus berkembang, dan penggunaannya merasakan manfaat menggunakan teknologi elektronik digital. Salah satunya meliputi kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Penggunaan media sosial sendiri, sangat berpengaruh bagi pemilik UMKM dimulai interaksi dengan konsumen melalui jejaring sosial maupun untuk

mempromosikan barang dagangan tersebut. Dengan metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan



analisa yang bersifat deskriptif, untuk menggambarkan upaya penanggulangan kemiskinan dan pengangguran melalui pemberdayaan masyarakat yang difokuskan pada peningkatan UMKM.

Dan perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan, sehingga para pelaku UMKM didesa Cintalanggeng Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

#### **Daftar Pustaka**

- Caiden, G. E. (2000). *Administrative Reform* (2nd ed.). London: *The Penguin Press*.
- Denhardt, J., & Denhardt, R. (2003). *The New Public Service: Serving, Not Steering*.
- Setyobudi, A. (2007). Peran Serta Bank Indonesia dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan*, 5(2), 29–35.
- Roll, M. 2006. *Asian Brand Strategy*, New York: Palgrave Macmillan.
- Suryana. 2017. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y, dan Bayu, K. 2010. *Kewirausahaan*:

*Pendekatan  
Karakteristik Wirausahawan Sukses*,  
Jakarta: Prenadamedia Group.

Morisson. 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:

Ramdina Perkasa.

Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset  
Media Siber (*Cybermedia*).

Jakarta :

Kencana Prenadamedia Group.

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial;  
Perspektif

Komunikasi, Budaya,  
dan Sosioteknologi.  
Bandung :

Simbiosis Rekatama Media.

Prisgunanto, Ilham. 2014. Komunikasi  
Pemasaran Era Digital. Jakarta:

Prisani Cendikia.