

UPAYA PENINGKATAN KEMAMPUAN SUMBERDAYA MANUSIA DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK KOPI KOSA MELALUI PENDAMPINGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI BUMDES BUANAMEKAR

Pimas Rajab Nurhidayat

Manajemn, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : Mn19.pimasnurhidayat@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang pada tanggal 01 juli sampai dengan 01 agustus 2022. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Upaya Dan Peningkatan Kemampuan Sdm Dalam Memperomisikan Produk Kopi Kosa Melalui Pendampingan Sosial Media Di Bumdes Buanamekar yang di selenggarakan pada harisenin tanggal 11 – juli – 2022. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga mendapat sambutan yang baik dari peserta pelatihan yaitu ibu Santi dan bapak Dedi, Selaku anggota BUMdes Buanamekar. Progam Sosialisasi Dan Pendampingan Upaya Dan Peningkatan Kemampuan Sdm Dalam Memperomisikan Produk Kopi Kosa Melalui Pendampingan Sosial Media Di Bumdes Mekarbuana sesuai dengan target yang telah di usulkan. Metode sosialisasidigunakan karena cocok dengan setuasi saat ini. Dengan memanfaatkan media sosial, setiap orang bergerak di dunia usaha dapat memperkenalkan prodak mereka dengan media internet sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas penjualannya. Dengan begitu perkembangan teknologi menjadi dunia umkm semakin kompetitif sehingga kebutuhan informasi yang tepat waktu dan akurat sangat lah penting dan akurat sangatlah penting bagi pelaku para usaha dan bisnis dikarenakan memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang tepat.

Kata kunci: Sosial Media, Kopi Kosa

Pendahuluan

Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Buana Mekar merupakan suatu lembaga milik desa yang mengembangkan usaha sesuai dengan potensi dan kebutuhan yang disesuaikan desanya masing-masing. Maksud didirikannya BUMDesa adalah sebagai upaya untuk menampung seluruh kegiatan dibidang ekonomi atau pelayanan umum yang dikelola oleh desa atau kerjasama antar desa untuk memberdayakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, serta potensi sumberdaya alam dan manusia guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa khususnya pada desa Mekarbuana (Maryami, 2008).

Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) adalah Badan Usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki desa dan melalui penyertaan langsung yang berasal dari kekakayaan desa yang dipisahkan guna mengelola asset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa (Maryami, 2008).

Desa Mekarbuana merupakan salah satu desa di Kecamatan Tegakwaru Kabupaten Karawang yang menjadi lokasi Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa UBP Karawang Tahun 2022. Desa ini telah memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang bernama BUMDes Buanamekar. Produk yang telah diproduksi adalah kopi dengan merek Kopi Kosa (Kopi Sanggabuana). Permasalahan pada BUMDes adalah masih terbatasnya pemasaran produk. Dalam pemasaran belum memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Berdasarkan hal itu perlu adanya pelatihan tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Media sosial adalah suatu interaksi sosial antara individu dalam berbagi dan bertukar informasi. Media sosial dapat mencakup berbagai ide, pendapat, gagasan dan konten dalam komunitas virtual serta mampu menghadirkan dan mentranslasikan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media tradisional. Perkembangan dunia teknologi yang sudah semakin inovatif di era global telah memberikan dampak langsung kepada masyarakat terutama bagi generasi muda.

Media sosial dapat diakses dengan mudah melalui smartphone (telepon pintar) kapan saja dan dimana saja oleh pemiliknya. Dengan memanfaatkan media sosial, setiap orang bergerak di dunia usaha dapat memperkenalkan produk mereka dengan media internet sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas penjualannya. Dengan begitu perkembangan teknologi menjadi dunia umkm semakin kompetitif sehingga kebutuhan informasi yang tepat waktu dan akurat sangatlah penting dan akurat sangatlah penting bagi pelaku para usaha dan bisnis dikarenakan memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang tepat.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan wawasan dan opengetahuan serta keterampilan pengurus BUMDes Buanamekar dalam menggunakan media soial sebagai sarana promos.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan pada hari Senin tanggal 11 – juli – 2022 di Kantor BUMDes Buanamekar mendapat sambutan yang baik dari peserta pelatihan yaitu ibu Santi dan bapak Dedi, Selaku pengurus BUMDes Buanamekar. Metode pelatihan ini menggunakan sosialisasi melalui penyampaian materi mengenai Upaya Dan Peningkatan Kemampuan Sumberdaya Manusia Dalam Mempromosikan Produk Kopi Kosa. Sosialisasi dilanjutkan dengan pendampingan mengenai promosi menggunakan media soial Di Bumdes Buanamekar. Dengan memanfaatkan media sosial, setiap orang bergerak di dunia usha dapat memperkenalkan prodak mereka dengan media internet sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas penjualannya.

Langkah-langkah yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Pencarian informasi mengenai mitra yang memenuhi kriteria yang diberikan oleh pihak universitas.
- b) Menghubungi pihak BUMDes Buanamekar sebagai mitra dengan kriteria yang sesuai dengan aturan yang di berikan oleh pihak kampus.
- c) Melakukan pembicaraan mengenai masalah yang dihadapi di media digital dengan pihak BUMdes Buanamekar.
- d) Diskusi mengenai rencana kunjungan ke pihak BUMdes Buanamekar dengan hari yang sudah ditentukan.
- e) Diskusi dengan pihak mitra mengenai masalah secara langsung dan solusinya akan dicapai.
- f) Melakukan pengambilan video untuk editing berserta memfoto daftar harga mitra untuk di jadikan bundling harga
- g) Diskusi mengenai masalah yang dihadapi mitra dan solusi untuk mengatasi masalah bersama kelompok dan dosen pembimbing lapangan.
- h) Perencanaan pembiayaan proyek untuk BUMdes Buanamekar dengan cara diskusi bersama kelompok.
- i) Melakukan pembagian tugas pelaksanaan proyek mitra editing video, mebuat desain standing banner dan bundling harga

- j) Melakukan kunjungan ke pihak BUMdes Buanamekar dengan memberikan proyek - proyek yang sudah dilakukan oleh anggota kelompok.
- k) Dokumentasi penyerahan standing banner ,video, dan bundling harga yang sudah dikerjakan oleh pihak mahasiswa.
- l) Mendukung untuk melakukan postingan ke media digital secara rutin dan baik. Contoh sehari tiga kali melakukan posting akan bisa membuat customer yang manfollow akan penasaran dengan kegiatan BUMdes Buanamekar yang ada selama terupdate. Hal ini tentu akan menjadi sebuah pertimbangan bagi customer untuk melakukan kunjungan ke BUMdes Buanamekar atau memesannya melalui online. Postingan yang baik untuk meningkatkan customer adalah terupdate setiap saat.Melakukan review kepada pihak
- m)BUMdes Buanamekar mengenai ptoyek yang sudah di buat. Dari review tersebut dapat diketahui antusias serta kepuasan mereka memperoleh pelatihan, serta dilaksanakan tidaknya materi yang telah diberikan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Kopi Sanggabuana merupakan merek kopi yang diproduksi oleh BUMDes Buanamekar, Masyarakat Karawang belum banyak mengetahui tentang Kopi Sanggabuana ini walaupun kopi ini asli dari Karawang yang berasal dari desa Mekarbuana. Berdasarkan hal itu maka perlu adanya promosi melalui media sosial. Mengingat pengurus BUMDes Buanamekar belum banyak mengetahui tentang promosi melalui mdedia soial maka perlu adanya sosialisasi dan pendampingan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.



Sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan di Kantor BUMDes Buanamekar Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang. Pelatihan dan pendampingandiikuti oleh pengurus BUMDes Buanamekar sebagai peserta. Secara umum kegiatan

pengabdian kepada masyarakat terdiri dari dua tahap, yaitu pelatihan dan pendampingan. Kedua tahap beserta uraiannya adalah sebagai berikut:

Tahap pertama, pelatihan diselenggarakan di ruang BUMDes pada hari Senin tanggal 11 Juli 2022. Materi yang disampaikan oleh adalah tentang bisnis online, tatacara penggunaan sosial media dan promosi online melalui sosial media.

Tahap kedua, adalah pendampingan. Pendampingan penggunaan sosial media supaya menaraik perhatian konsumen pada hari Selasa tanggal 12 Juli 2022 sampai dengan tanggal 28 Juli 2022 selama enam belas hari.

Pelatihan ini hanya diikuti oleh barista yang berkaitan langsung dengan implementasi pemasaran online. Materi pendampingan ini adalah praktik langsung tata cara penggunaan media sosial supaya menarik perhatian konsumen yang akan digunakan secara resmi oleh mitra. Perlengkapan yang dibutuhkan adalah handphone, laptop, akses internet. Selama kegiatan peserta diberikan informasi mengenai sosial media yang ada di Indonesia terutama intragram, tiktok, dan whatsapp. Dalam penyampaian informasi disampaikan jenis-jenis dan fitur yang tersedia di sosial media berdasarkan pangsa pasar, pamflet promosi dan vidio promosi.

Selama pendampingan banyak diskusi yang di diskusikan yang dilakukan mulai dari bagaimana cara promosi dan pemanfaatan media sosial sehingga pemasaran bisa lebih maksimal dan peserta pun sangat antusias mengikuti pelatihan.

Kendala yang dihadapi adalah terbatasnya pengetahuan pelaku UMKM dalam tata cara penggunaan media promosi online. Oleh karena itu dibutuhkan pelatihan untuk menambah wawasan mengenai teknik pemasaran yang efektif. Berdasarkan hasil sosialisasi setelah dilaksanakannya pelatihan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari peserta kegiatan yang masih belum memaksimalkan penggunaan media sosial utamanya instragram, tiktok, dan whatsapp sebagai media promosi dari produk-produk mereka. Namun setelah melakukan pelatihan dan pendampingan pelaku UMKM pun menjadi paham tata cara penggunaanya dan memksimalkan tentu saja menjadi sangat percaya diri saat memposting produk di marketplace.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Dari kegiatan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa pelaku UMKM memperoleh pengetahuan tentang sosial media, mencoba beberapa langkah promosi produk secara online, memanfaatkan sosial media untuk menarik perhatian konsumen, untuk mengembangkan dengan memanfaatkan media sosial, dapat memperkenalkan produk mereka dengan media internet sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas penjualannya.

Kendala yang dihadapi adalah terbatasnya pengetahuan pelaku UMKM dalam tata cara penggunaan media promosi online. Oleh karena itu dibutuhkan pelatihan dan pendampingan untuk menambah wawasan mengenai teknik pemasaran yang efektif.

Rekomendasi yang diusulkan yaitu kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan model pelatihan satu hari dan pendampingan selama enam belas hari dapat dijadikan benchmark untuk kegiatan sejenis yang dilakukan perguruan tinggi kepada UMKM mitra.

Daftar Pustaka

Romdonny, J., Rosmadi, M., (2018). peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *Ikraith Ekonomica* Vol 1(2), 25-30

Imam, Andrianto., (2021) penyuluhan pemanfaatan media sosial bagi perkembangan sumber daya manusia (sdm) pada masyarakat desa. *Jurnal Padma* Vol 1, No 3, 251-252

Siti Aisyah, Agus Yanto, (2021) pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi di peak coffee. Vol 3, No 1

<http://journal.uib.ac.id/index.php/nacospro>