

PEMANFAATAN APLIKASI SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK UMKM ZIDAN SNACK DESA JATIMULYA

Muhammad Aji Finaldi, Afif Hakim

Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik

Tm19.muhammadfinaldi@mhs.ubpkarawang.ac.id

afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak (Times New Roman (TNR-12) BOLD)

1. Teknologi dengan media informasi adalah logika perkembangan yang ekspansif proses komunikasi publik secara global. Masyarakat tidak bisa di hindarkan dari yang namanya proses komunikasi Komunikasi selalu menjadi hal penting untuk memulai sesuatu, Komunikasi membutuhkan media sebagai penghantar dalam mempermudah manusia melakukan intraksi melalui teknologi dengan mengirim atau menerima pesan. Ketika ruang dan waktu membatasi komunikasi maka ,di perlukan teknologi sebagai alat perantara komunikasi lewat aplikasi yaitu social media tujuan penulis dalam artikel Untuk mengetahui cara membuat pemasaran produk lewat social media dan Untuk mengetahui pentingnya pemanfaatan social media terhadap produk penjualan UMKM saat ini masih banyak terbentur kendala akan teknogi digital. Kurangnya pemahaman tentang penjualan produk melalui social media membuat akses untuk membangun usaha lebih berkembang lagi sedikit terhambat. permasalahan yang di hadapi adalah seperti hal nya yang diatas yaitu pemasaran yang masih belum menggunakan social media dan masih menggunakan system promosi lewat whatsapp dan menitipkan jualan Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah Aplikasi Sosial Media yaitu Instagram sebagai peningkatan pengembangan produk jual lebih luas lagi membuat produk bersaing di pasaran dan lebih banyak di kenali.

Kata kunci: Pengembangan Produk UMKM Zidan Snack

Pendahuluan

1. Latar Belakang

Dalam era perkembangan dunia teknologi yang modern ini telah masuk beberapa proses digitalisasi dengan adanya peningkatan akan pemanfaatan dari teknologi yang berbasis digital digunakan pada hampir setiap aspek kehidupan di masyarakat agar mempermudah dan cepat dalam mendapatkan informasi dari internet. Teknologi dengan media informasi adalah logika perkembangan yang ekspansif proses komunikasi publik secara global. Masyarakat tidak bisa di hindarkan dari yang namanya proses komunikasi.

Komunikasi selalu menjadi hal penting untuk memulai sesuatu, Komunikasi membutuhkan media sebagai penghantar dalam mempermudah manusia melakukan intraksi melalui teknologi dengan mengirim atau menerima pesan. Ketika ruang dan waktu membatasi komunikasi maka ,di perlukan teknologi sebagai alat perantara komunikasi lewat aplikasi yaitu social media. Social media merupakan platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa video, foto, maupun tulisan juga menyediakan fasilitas untuk melakukan aktifitas social bagi penggunaanya, selain itu bisa untuk membagikan informasi dan bisa di jadikan alat berkomunikasi dengan jangkauan yang luas memungkinkan bisa digunakan untuk mengembangkan produk lewat social media dengan memasarkan produk penjualan.

Perkembangan pemasaran di era digital ini mengalami perubahan yang signifikan, yaitu terkait alat pemasaran yang digunakan salah satunya dengan penggunaan media online. Pertumbuhan penjualan online dipacu dengan maraknya perkembangan teknologi Gadget, tablet, dan media social. Pemasaran, termasuk iklan, di desain untuk memberitahu konsumen tentang produk yang mereka bagikan, bagaimana produk tersebut dapat memuaskan konsumen dan bagaimana konsumen dapat memesan. Maka, pemahaman iklan oleh pelaku bisnis sangatlah penting agar pesan yang ada dalam iklan tersebut dapat di pahami oleh konsumen tersebut.

Menurut Magrath dan McCormick penjual online dapat menyampaikn secara visual merk, kepribadian, dan identitas produk melalui rangsangan desain visual. Dengan melakukan hal tersebut, maka mereka mampu memberi dampak pada respon emosional konsumen, perilaku, reaksi dan pengalaman hedonis.

Namun di balik canggihnya teknologi di era modern ini terkadang Sebagian orang tidak bisa memanfaatkan teknologi digital dengan baik masih ada sebagian yang belum

mengenal entah mungkin faktor dari jauhnya tempat tinggal dengan keramaian bisa juga masalah koneksi di lingkungan setempat atau koneksi lancar dan tempat yang bukan pedalaman tapi gagap teknologi semua itu adalah hal yang harus di berikan inovasi dengan cara memberikan sosialisasi terhadap pelaku umkm yang ada di desa tersebut betapa pentingnya memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan produk penjualannya ke social media

2. Tujuan

2. Untuk mengetahui cara membuat pemasaran produk lewat social media
3. Untuk mengetahui pentingnya pemanfaatan social media terhadap produk penjualan

3. Kajian Teoritis

Desa Jatimulya merupakan desa yang terletak di daerah kecamatan Pedes dengan memiliki penduduk sekitar Sebelas ribu jiwa yang Sebagian memiliki usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bagian dari ekonomi masyarakat bangsa yang saat ini semakin berkembang. Ini dikarenakan keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam pendapatan masyarakat. Selain itu UMKM sebagai solusi mampu mengurangi tingkat pengangguran. Disini terlihat bahwa adanya UMKM yang bersifat padat karya menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah di fahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Akan tetapi keberadaan UMKM saat ini masih banyak terbentur kendala akan teknogi digital. Kurangnya pemahaman tentang penjualan produk melalui social media membuat akses untuk membangun usaha lebih berkembang lagi sedikit terhambat. Permasalahan tersebut juga terjadi Sebagian terhadap UMKM di wilayah desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang Salah satunya UMKM yang memproduksi Keripik Pisang. UMKM ini merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang menjajakan makanan tradisional yang sudah lama beroperasi di daerah jatimulya.

Ibu Maryam adalah salah satu produsen kripik pisang yang ada di jatimulya beliau juga adalah sebagai owner dari zidan snack, perkembangan produk yang lumayan cukup terkenal di desa jatimulya ujar ibu Maryam.

Berdasarkan observasi dan wawancara permasalahan yang di hadapi adalah seperti halnya yang diatas yaitu pemasaran yang masih belum menggunakan social media dan masih menggunakan system promosi lewat whatsapp dan menitipkan jualan kepada anaknya yang

bekerja di PT maka ini adalah salah satu hambatan untuk berkembangnya penjualan terhadap keripik pisang untuk lebih luas lagi di pasaran dengan memasarkan produk penjualan lewat social media.

Metode

1. Metode Analisis

Pada penelitian ini di lakukan dengan pendekatan secara kualitatif, melalui analisis kualitatif yang memiliki artian yaitu memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian bertujuan untuk mengetahui situasi social, peristiwa dan kendala yang ada.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dimana menggambarkan sesuatu peristiwa yang masih terjadi sampai saat ini yakni Pengembangan Produk lewat Aplikasi Social Media dari Produksi Kripik Pisang. Penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan berfokus pada kegiatan penjualan salah satu UMKM yang ada Di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Serta mengidentifikasi permasalahan khususnya pada pemasaran produk.

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah Aplikasi Sosial Media yaitu Instagram sebagai peningkatan pengembangan produk jual lebih luas lagi membuat produk bersaing di pasaran dan lebih banyak di kenali

Berisi waktu dan tempat kajian, target/sasaran, subjek, prosedur kajian, instrumen dan teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara kajiannya.

2. Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata KKN

Setelah mempertimbangkan tahap pelaksanaan yang telah di tetapkan oleh LPPM Universitas Buana Perjuangan Karawang, berikut adalah jadwal perencanaan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di Desa Jatimulya Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang, waktu pelaksanaan di mulai dari :

1. Minggu pertama adalah melakukannya penyerahan surat izin dan pengenalan desa secara offline.
2. Minggu ke dua melakukan kegiatan harian seperti membantu melakukan pengisian prodeskel desa jatimulya yang di arah kan langsung oleh perangkat desa serta melakukan Sosialisasi pertama di lingkungan masyarakat desa jatimulya dan di hadiri

oleh aparaturnya serta pelaku UMKM

3. Minggu ketiga melakukan Sosialisasi ke dua yang dilakukan oleh mahasiswa dengan tema mengenai Inovasi dan pengembangan bisnis di dalam UMKM yang kali ini sosialisasi dilakukan langsung di lingkungan setempat dan dihadiri oleh pelaku UMKM dan RT
4. Minggu ke empat adalah pembuatan laporan selama kegiatan kuliah kerjanya dan persiapan penutupan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peran Sosial Media tidak hanya sebatas ngobrol semata dengan sesama pengguna lainnya tapi berpengaruh juga dalam memasarkan produk penjualan dengan social media yang kita gunakan, Internet atau social media adalah alat digital yang bisa digunakan untuk apapun selagi melakukannya dengan benar maka akan menghasilkan sebuah hal yang positif terlebih jika dimanfaatkan untuk penjualan produk mengiklankan produk jual di dalam social media akan sedikit lebih maju dalam hal berjualan

Dalam Pembuatan Sosial Media ada beberapa cara dalam memasarkan produk yaitu dengan Memposting di beranda dan berikan tanda hastag komunitas UMKM dalam memasarkan produk agar terhubung langsung Berikut adalah akun social media yang telah di buat



Gambar 1 Aplikasi Sosial Media yang telah di buat

Kesimpulan dan Rekomendasi

1. Sosial Media merupakan sarana sebagai chatting bisa juga membagikan sebuah informasi selain itu dapat di manfaatkan untuk penjualan produk melalui jejaringan social media
2. Memasarkan produk atau mengiklankan produk di social media sangat berpengaruh terhadap penjualan mempromosikan dengan kemasan yang menarik mampu membuat orang akan tertarik membeli

Daftar Pustaka