

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK PEMASARAN UMKM (Telur Asin) DESA KUTAGANDOK

Herda Andriana
Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
si19.herdaandriana@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Media sosial adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi didunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Instagram merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dengan adanya social media ini sangat penting untuk membantu berkembangnya UMKM di daerah desa-desa, salah satunya di Desa Kutagandok Kecamatan Kutawaluya. Dengan adanya kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini diharapkan mahasiswa mampu memberikan pengetahuan tentang perkembangan pemasaran UMKM di Desa Kutagandok melalui media sosial instagram dan juga memberikan pemahaman tentang pentingnya mengikuti arus perkembangan teknologi untuk mengembangkan sebuah bisnis sehingga dapat di manfaatkan semaksimal mungkin.

Kata Kunci : UMKM, Social Media, Pemasaran

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan secara daring oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang merupakan proses pembelajaran bagi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang yang dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai segi kehidupan bermasyarakat. Pelaksanaan KKN ditujukan untuk menumbuh kembangkan empati dan kepedulian mahasiswa terhadap berbagai permasalahan yang riil yang dihadapi masyarakat dan pembangunan berkelanjutan yang diperlukan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, kegiatan KKN diharapkan melahirkan pribadi yang tangguh, unggul, berkepribadian mulia, serta dapat menjadi pribadi yang luar biasa ketika sudah terjun dimasyarakat, dan berjiwa kepemimpinan. Dalam hal ini, mahasiswa diperankan sebagai motivator,fasilitator,inovator dan koordinator dalam proses penyelesaian masalah dan pembangunan/pengembangan masyarakat. Melalui pembaruan konsep tersebut, kehadiran mahasiswa sebagai intelektual muda diharapkan mampu mengembangkan diri sebagai agen atau pemimpin perubahan yang

secara cerdas dan tepat menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakatnya.

Kegiatan KKN ini di maksudkan untuk memberikan masukan dan sosialisasi untuk kemajuan sebuah desa yang dilakukan oleh mahasiswa dari berbagai program studi yang di harapkan memberikan masukan dalam bidang ilmu nya masing-masing. Kegiatan KKN berlangsung selama satu bulan yang disebarkan pada desa-desa di Kabupaten Karawang. Kuliah Kerja Nyata (KKN) kali ini di beri tema “INOVASI DAN DIGITALISASI UMKM MENUJU MASYARAKAT MANDIRI” ini adalah tahun ke-lima Universitas Buana Perjuangan Karawang Mengadakan KKN dan tahun ke-tiga yang diadakan secara *online* karena masih dalam situasi pandemi COVID-19.

Masalah umum yang terjadi di Desa Kutagandok Kecamatan Kutawaluya berdasarkan dengan hasil kunjungan kami di masyarakat khususnya di bidang usaha mikro kecil menengah (UMKM) bahwa masalah yang signifikan terjadi antara lain kurangnya tenaga kerja yang mumpuni untuk membantu dalam proses pengembangan produk yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Hal tersebut terjadi karena kurangnya minat masyarakat didalam menggeluti bidang usaha rumahan atau usaha mikro kecil menengah (UMKM) sehingga masyarakat di Desa Kutagandok Kecamatan Kutawaluya kebanyakan berprofesi sebagai buruh tani, selain itu akibat terjadinya pandemi COVID-19 juga menjadi kendala, karena otomatis menyebabkan pendapatan masyarakat dalam usaha tersebut menjadi menurun akibat berkurangnya pesanan produknya, selain itu permasalahan lain yang dipaparkan oleh pelaku usaha adalah kurangnya jangkauan dalam memasarkan produk mereka disebabkan karna kurangnya pengetahuan akan penggunaan gadget dan internet khususnya sosial media.

Dalam kondisi seperti ini mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang berusaha untuk membantu dan membangkitkan UMKM agar dapat terus berjalan di masa pandemi. Salah satunya dengan memperkenalkan media sosial instagram sebagai sarana pemasaran produk UMKM Telur Asin karena instagram mempunyai unsur-unsur pendukung seperti profil, followers, hashtag, push notification, dapat dihubungkan dengan jejaring sosial lainnya, tag lokasi dan lainnya. Instagram memiliki lebih dari 100 juta pengguna di dunia dengan berbagai kepentingan seperti mengikuti tren, untuk sosialisai, sampai dengan melakukan aktivitas promosi bisnis. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi sangat di recommendasikan karena biayanya murah dan terkadang tanpa dipungut biaya.

Metode

Metode kegiatan KKN-T yang dilakukan untuk membantu memecahkan permasalahan dalam kegiatan ini adalah dengan cara : (1) Observasi terhadap kondisi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), (2) Wawancara, bertemu dan berbincang-bincang langsung dengan pelaku usaha untuk mengetahui kendala dan dampak apa yang dialami selama pandemic Covid-19, (3) memberikan pemahaman mengenai pentingnya mengenal media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk secara online yang bertujuan agar masyarakat mengerti menggunakan media sosial sebagai sarana promosi usahanya agar bisa berkembang dan dapat mengetahui pentingnya peranan media sosial untuk berjualan di masa pandemi ini; (4) melakukan praktek pembuatan akun media sosial instagram.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dampak ekonomi akibat pandemi Covid-19 ini sangat dirasakan oleh para pelaku UMKM. Berdasarkan data dari Kementrian tercatat 185.184 pelaku UMKM terdampak pandemi Covid-19. Sektor UMKM yang paling berdampak ialah makanan dan minuman. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, yang dirasakan oleh pemilik UMKM karena banyaknya pembatasan kegiatan ini ialah penurunan jumlah penjualan, karena pandemi Covid-19 membatasi para konsumen untuk membeli produk UMKM secara langsung. Sehingga membuat kondisi keuangan kurang stabil. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang di laksanakan selama satu bulan terhitung sejak tanggal 01 Juli 2022 sampai 31 Juli 2022 salah satunya bertujuan untuk mengetahui dan memahami kondisi masyarakat khususnya sektor UMKM. Pada hari kedua setelah penyerahan peserta KKN, mahasiswa KKN Desa Kutagandok melakukan survei dengan mengecek permasalahan yang ada di desa, mengamati dan mendiskusikan rencana yang akan dilaksanakan bersama. Selama observasi, ditemukan masih banyak masyarakat yang membuang sampah sembarangan, tidak mematuhi protokol kesehatan dimasa pandemi, dan juga masih banyak masyarakat yang berkerumun.

Program yang akan diterapkan di Desa Kutagandok, diantaranya pendampingan pembinaan secara daring unit usaha atau UMKM, melengkapi profil desa dan kelurahan (Prodeskel), membuat desain kemasan untuk produk UMKM dan membantu UMKM agar dapat berkembang dan bertahan di era pandemi dengan cara program digital marketing yaitu pembuatan akun Instagram dan Google Maps agar jangkauan pemasarannya semakin luas. Diharapkan dengan dibuatkannya sebuah akun sosial media instagram ini, UMKM dapat semakin berkembang di era pandemi, dan pemilik UMKM dapat memasarkannya dengan luas

secara online yang nantinya akan dikelola oleh Desa Kutagandok. Dalam kegiatan KKN di Desa Kutagandok, mahasiswa KKN mencoba untuk membantu pemilik UMKM agar usaha tersebut bisa berkembang di tengah pandemi ini. Yang kami bantu dalam pengembangannya yaitu UMKM Telur Asin Mang Dapin yang berlokasi di Desa Kutagandok, Kecamatan Kutawaluya. Adapun tampilan akun instagram yang telah kami buat sebagai berikut :



Gambar 1. Akun instagram

Selain melakukan kajian terhadap permasalahan penjualan UMKM Telur Asin, pemilik juga ingin dibuatkan benner dan kartu nama agar dapat menarik lebih banyak konsumen.

Berikut adalah tampilan Benner UMKM Telur Asin Desa Kutagandok yang telah di buat :



Gambar 2 Benner UMKM Telur Asin

Berikut adalah tampilan Kartu nama UMKM Telur Asin Desa Kutagandok yang telah dibuat :



Gambar 3 Kartu nama UMKM Telur Asin

Kesimpulan dan Rekomendasi

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tujuan menjalankan salah satu Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat. Karena terdapat kendala pada keterbatasan pemasaran produk yang hanya mengandalkan penjualan secara offline yang hanya mengandalkan relasi. Untuk membangkitkan UMKM di Desa Kutagandok ini mahasiswa memberikan masukan berupa pemasaran secara online dengan di buat Social Media Instagram dan pemahaman mengenai digital marketing untuk pelaku UMKM di desa Kutagandok Kecamatan Kutawaluya.

Saran yang di berikan mahasiswa kepada pemilik UMKM Telur Asin harapannya yaitu dapat mengembangkan pemasaran dengan baik di era serba digital ini.

Daftar Pustaka

- Jazuli, A. (2017). *Pemanfaatan Website E- Commerce untuk Penjualan Produk UMKM pada Klaster Konveksi dan Bordir di Kabupaten Kudus*.
- Mang Raka (2021). *UMKM Terpuruk di Tengah Pandemi*.
- Mang Raka (2021). *Desa Kalihurip Sasaran KKN Mahasiswa UBP*
- Iqbal K. (2021). *Pemanfaatan Website Untuk Pemasaran Online Umkm Di Desa Teluk Bango*
- Primadhita, Y., & Budiningsih, S. (2020). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dengan Model Vector Auto Regression. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.33370/jmk.v17i1.396>
- Sariningtyas, P., & W., T. D. (2009). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jaki*, 1(1), 90–101.