

DIVERSIFIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMISI UMKM DI DESA CINTAASIH

¹Muhamad Sayuti

²N. Neni Triana

³Akda Zahrotul Wathoni

⁴Annisa Indah Pratiwi

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

muhamad.sayuti@ubpkarawang.ac.id¹, neni.triana@ubpkarawang.ac.id²,
akda.zw@ubpkarawang.ac.id³, annisa.indah@ubpkarawang.ac.id⁴

Abstrak

Memabahas tentang bagaimana pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan UMKM di Desa Cintaasih, Kecamatan Pangkalan, Kabupaten Karawang. Tujuannya adalah untuk dapat memperkenalkan produk-produk UMKM kepada masyarakat luas tidak hanya di desa tersebut agar mendapatkan potensi pasar yang lebih besar. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode observasi, yang bersifat deskriptif dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secaralangsung. Manfaat dari penelitian ini di desa Cintaasih ini, menjadi tambahan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman tentang UMKM, perihal pemanfaatan media sosial sebagaimedia pemasaran. Hasil penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baikagar dapat menaikkan angka penjualan produk UMKM di Desa Cintaasih, Kecamatan Pangkalan, Kabupaten Karawang yang mengalami dampak dari Covid-19. Hal itu disebabkan karena system pemasaran *digital* menyediakan *platform* jual beli secara daring, agar dapat mempermudah proses pemesanan dan pembelian. Sehingga antara pembeli dan pemilik UMKM dapat berinteraksi untuk melakukan transaksi secara langsung.

Kata kunci: Pemasaran *Digital*, Media Sosial, UMKM

Abstract

Discusses how to use social media to promote MSMEs in Cintaasih Village, Pangkalan District, Karawang Regency. The goal is to be able to introduce MSME products to the wider community not only in the village in order to get a bigger market potential. The method used in this activity is the observation method, which is descriptive and data collection is done by direct interviews. The benefits of this research in Cintaasih village are additional knowledge, skills and experience about MSMEs, regarding the use of social media as a marketing medium. The results of this study are the use of social media provides good prospects in order to increase sales of MSME products in Cintaasih Village, Pangkalan District, Karawang Regency which is experiencing the impact of Covid-19. This is because the digital marketing system provides an online buying and selling platform, in order to simplify the ordering and purchasing process. So that between buyers and owners of SMEs can interact to conduct transactions directly.

Keywords: *Digital Marketing, Social Media, MSME*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 hampir semua terkena dampak besar terhadap segala aspek dan sektor di kehidupan masyarakat terutama pada sektor ekonomi. Pemerintah tidak hanya mengeluarkan satu atau dua kebijakan untuk meminimalisir dan mencegah penyebaran virus Covid-19. Mulai dari penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), pakai masker, sering cuci tangan, jaga jarak, dan membatasi aktivitas diluar rumah. Munculnya wabah Covid-19 membuat perekonomian Indonesia perlahan melemah. Keringanan yang diberikan oleh pemerintah dengan syarat adalah perusahaan, toko dan usaha kecil untuk tetap berjalan. Namun karena kurangnya produksi, hampir tidak ada pembeli, memaksa perusahaan atau pedagang untuk menutup usahanya. Sehingga menyebabkan pendapatan masyarakat menurun dan kehilangan pekerjaan karena adanya PHK untuk karyawan perusahaan.

Hal tersebut juga dirasakan oleh Desa Cintaasih yang terletak di kecamatan Pangkalan, kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Kode Desa/Kelurahan : 3215022005, Luas Wilayah : 299 Hektar, Koordinat Bujur : 107.22808, Koordinat Lintang : -6.479936, Ketinggian Diatas Permukaan Laut : 90 Meter.

Tabel 1. Batas wilayah desa Cintaasih

Batas	Desa/Kelurahan	Kecamatan
Sebelah Utara	Desa Jatilaksana	Kecamatan Pangkalan
Sebelah Selatan	Desa Wargasetra dan Desa Cigunungsari	Kecamatan Tegalwaru
Sebelah Timur	Desa Cintelaksana dan Desa Cintalanggeng	Kecamatan Tegalwaru
Setelah Barat	Desa Kertasari	Kecamatan Pangkalan

Salah satu masalah yang dihadapi dalam UMKM di desa Cintaasih adalah kurangnya jangkauan pemasaran, dan kurangnya sumber daya manusia dalam memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran. Jangkauan pemasaran produk saat ini masih di daerah sekitaran desa Cintaasih, sehingga pendapatan atau omset yang diperoleh belum optimal.

Pada zaman *teknologi* seperti sekarang ini, media sosial memiliki peranan penting dan dapat membantu UMKM dalam memperluas dan meningkatkan jangkauan pemasaran produk. UMKM harus dapat berinovasi menggunakan pemanfaatan *teknologi digital* dalam promosi atau pemasaran produknya di masa pandemi Covid-19. (Bakhri dan Futiah, 2020).

Jika suatu produk yang dimiliki suatu UMKM dihasilkan dengan baik, akan tetapi kurang atau tidak mampu dipasarkan dengan baik, maka tidak akan menghasilkan nilai jual pada produksi tersebut. Salah satu media pemasaran produk UMKM bisa dilakukan melalui media sosial. Media sosial dimana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaannya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya *blog*, jejaring sosial, *wiki/ensiklopedia online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D). (Antony Mayfield, 2008).

Pengertian lain dari media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang dibangun di atas dasar *ideologi* dan *teknologi Web 2.0* dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. (Kaplan dan Haenlein, 2010).

METODE PENELITIAN

Program ini dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2021 sampai dengan 31 Juli 2021 secara langsung. Adapun metode yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan penyaluran ini menggunakan metode *observasi* yang bersifat deskriptif. Metode *observasi* adalah metode pengumpulan data dengan cara *observasi* dan analisis secara langsung di lokasi penelitian.

Jenis Penelitian

Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling. (Sugiyono, 2015) menjelaskan teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, seperti orang yang dianggap tahu tentang apa yang diharapkan. Teknik snowball sampling digunakan untuk memberbanyak jumlah subjek apabila diperlukan informasi yang lebih mendalam

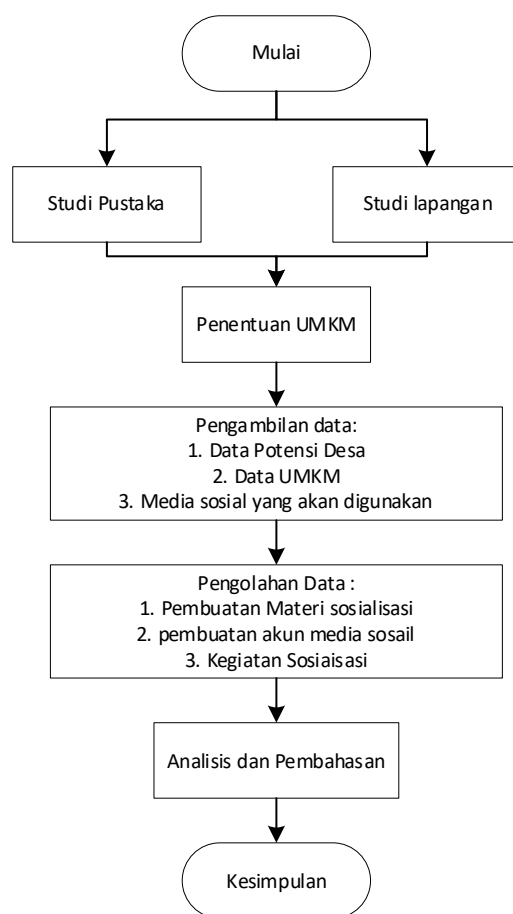
Waktu dan Tempat Penelitian

Program ini dilaksanakan pada tanggal 24 Juli 2021 sampai dengan 31 Juli 2021 secara langsung. Bertempat pada Desa Cintaasih Kec. Pangkalan, Kabupaten Karawang.

Target/Subjek Penelitian

Target penelitian disini merupakan UMKM yang berada pada Desa Cintaasih Kecamatan Pangkalan, Kabupaten Karawang.

Prosedur Penelitian



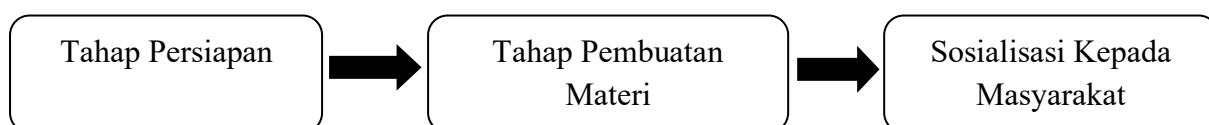
Gambar 1. Alur Penelitian

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah dengan cara wawancara.

1. Metode sosialisasi



2. Mensosialisasikan pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan UMKM kepada pelaku UMKM di desa Cintaasih

Teknik Analisis Data

Analisis data di sini adalah pembuatan media sosial sebagai sarana promosi UMKM di desa Cintaasih dan di sosialisasikan kepada masyarakat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan ini adalah pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik agar dapat menaikkan angka penjualan produk UMKM di Desa Cintaasih, Kecamatan Pangkalan, Kabupaten Karawang yang mengalami dampak dari Covid-19. Hal itu disebabkan karena sistem pemasaran *digital* menyediakan *platform* jual beli secara *daring*, agar dapat mempermudah proses pemesanan dan pembelian. Sehingga antara pembeli dan pemilik UMKM dapat berinteraksi untuk melakukan transaksi secara langsung.



Gambar 2. Akun media sosial Instagram Kue Cucur Berlian

Solusi yang diberikan bagi para pemilik UMKM di Desa Cintaasih adalah mengedukasi pemilik dan karyawan UMKM untuk dapat memanfaatkan media sosial dalam mempromosikan produk UMKM. Mulai dari bagaimana cara membuat postingan yang mempromosikan produk tersebut, sampai cara menggunakan media sosial itu sendiri.



Gambar 3. Dokumentasi sosialisasi di desa Cintaasih

Tabel 2. Sumber referensi Jurnal

No	Judul Jurnal	Penulis	Pengaruh Media Sosial terhadap UMKM
1.	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik	(Zainal Abidin Achmad, Thareq Zendo Azhari, Wildan Naufal Esfandiar, Nafila Nuryaningrum, Anisah Farah Dhillah Syifana, Indah Cahyaningrum, 2020)	<i>Platform</i> media sosial berperan penting dalam memasarkan produk UMKM Kelurahan Sidokumpul di masa pandemi COVID-19.
2.	Pengembangan UMKM <i>Digital</i> di Masa Pandemi Covid-19	(Bambang Arianto, 2020)	Pengembangan UMKM <i>digital</i> di masa pandemi Covid-19 dapat menjadi salah satu <i>alternatif</i> pengembangan UMKM di era ekonomi <i>digital</i> .
3.	Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta	(Khabib Alia Akhmad, 2015)	Para pemilik atau pengelola distro untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial yang telah ada karena tidak memerlukan biaya yang besar.

Peneliti ada beberapa kendala yang penulis alami. Pertama adalah ketika penulis pertama kali mendatangi masyarakat pelaku UMKM mereka kurang memahami tentang *Teknologi Digital*, yang kedua masih sedikit masyarakat yang memiliki *smartphone*. Dalam program sosialisasi ini tetap menjaga protokol kesehatan seperti mencuci tangan dan memakai masker.

Pembahasan

Penelitian ini memanfaatkan media sosial dalam upaya memberikan sosialisasi kepada UMKM dengan tujuannya adalah untuk dapat memperkenalkan produk-produk UMKM kepada masyarakat luas tidak hanya di desa tersebut agar mendapatkan potensi pasar yang lebih besar. Dan meningkatkan sumber daya manusia dengan menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram, secara umum dijelaskan bagaimana para pemilik UMKM bertahan dari pandemi Covid-19, karena banyak pengusaha hingga pedagang kecil yang terpaksa menutup usahanya akibat dampak pandemi Covid-19. Kurangnya sumber daya manusia juga menjadi salah satu faktor yang mempersempit cakupan pemasaran produk UMKM. Manfaat dari kegiatan kuliah kerja nyata di desa Cintaasih ini, menjadi tambahan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman tentang UMKM, perihal pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Edukasi kepada pemilik dan karyawan UMKM di Desa Cintaasih tentang penggunaan media sosial Facebook atau Instagram di era pandemi Covid-19 ini sangat membantu. Karena pihak UMKM jadi lebih paham dan tahu bagaimana cara mempromosikan atau memperluas pengaruh pasar di era pandemi Covid-19. Cara mempromosikan produknya sangat sederhana, mulai dari membuat postingan produk atau membuat testimoni produk. Selanjutnya, *upload* atau unggah gambar produk ke Facebook atau Instagram. Agar UMKM di desa Cintaasih lebih berkembang, saran yang perlu dikomunikasikan adalah selain mempromosikan produk melalui facebook dan instagram juga dapat dipromosikan melalui media sosial lainnya seperti WhatsApp, Youtube dan E-commerce. Menjadikan UMKM desa Cintaasih lebih berkembang dan memiliki jangkauan pasar yang sangat luas.

Daftar Pustaka

- Antony, Mayfield. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing.
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). *Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal

Loyalitas Sosial: *Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59-70.

Bambang Arianto. 2020. *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 2

Kaplan, A. dan Haenlein, M. 2010. *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media" Business Horizons* 53. hal 59-68.

Khabib Alia Akhmad. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10, No. 1

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta

Zainal A. A., dkk. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*. Vol. 9, No. 1