

SOSIALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PEMASARAN UMKM DI DESA CEMARAJAYA KARAWANG JAWA BARAT

Ayu Ratna Juwita¹, Tohirin Al Mudzakir², Adi Rizky Pratama³, Lusiana Rahmatiani⁴

Teknik Informatika, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas
Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Buana Perjuangan Karawang ayurj@ubpkarawang.ac.id tohirin@ubpkarawang.ac.id

adi.rizky@ubpkarawang.ac.id lusiana.rahmatiani@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Promosi adalah salah satu yang dilakukan pada setiap perusahaan atau usaha yang sedang dijalankan. Hal utama dalam promosi yaitu bagaimana memasarkan suatu produk agar memberikan suatu pesan persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Dalam perkembangan teknologi pada saat ini media sosial yang paling utama yang menjadikan suatu alat media promosi dan pemasaran dalam sebuah UMKM yang berada di desa Cemarajaya kabupaten karawang, untuk mempermudah proses promosi dan pemasaran dalam usaha UMKM. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini dengan mensosialisasikan dan mengedukasikan bagaimana cara menggunakan teknologi media sosial melalui pengenalan teknologi digital dengan media-media yang bisa digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan suatu produk UMKM, dari hasil sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dapat memahami dan menerapkannya bagaimana cara mempromosikan atau memasarkan suatu produk UMKM.

Kata kunci : Teknologi Media Sosial, Promosi, Pemasaran, UMKM

Abstract

Promotion is one of the things that is done for every company or business that is being run. The main thing in promotion is how to market a product in order to provide an effective persuasive message to attract the attention of consumers. In the development of technology at this time, social media is the most important thing that makes a promotional and marketing media tool in an UMKM located in Cemarajaya, Karawang Regency, to facilitate the promotion and marketing process in the UMKM business. The method carried out in this service is by socializing and educating how to use social media technology through the introduction of digital technology with media that can be used to promote and market an UMKM product, from the results of socialization and education to the public can understand and apply it how to promote or market an UMKM product.

Keywords : Social Media Technology, Promotion, Marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Pada Perkembangan teknologi di era modern ini dapat dikembangkan secara canggih dengan pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam teknologi informasi adalah teknologi yang dapat menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan suatu informasi dalam segala hal (Bakhri and Futiah 2020). Sehingga peranan teknologi sangatlah penting dalam berbagai bidang, salah satunya dalam bidang Pendidikan dan Bisnis UMKM. Salah satu bagian yang terpenting dari

teknologi informasi adalah internet. Dengan adanya internet seluruh jaringan komputer akan terhubung dan terkoneksi. Internet juga dapat mempermudah pemasaran elektronik atau disebut dengan penjualan online. Dengan perangkat seperti handphone atau gadget yang dimiliki nya.(Dewi 2019)

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pada pembisnis terus meningkat. Dengan peningkatan penggunaan teknologi informasi ini didukung oleh beberapa faktor, diantaranya biaya yang murah, pengguna smartphones yang semakin meningkat, model penyimpanan data baru secara online (cloud computing), dan semakin banyaknya layanan digital yang tersedia dengan Software as a Service (SaaS). Diantara beragam jenis teknologi informasi, aplikasi media sosial menjadi pilihan bagi para pembisnis. Media sosial membuka kesempatan bagi pembisnis untuk meningkatkan

inovasi dengan cara berbagi (sharing), berkolaborasi (collaboration) dan berkreasi bersama (co-creation) . (Srirejeki 2016)

Kebaradaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian kegiatan ekonomi masyarakat bangsa yang pada saat ini semakin berkembang, hal ini dikarenakan dengan adanya UMKM sangatlah bermanfaat dalam peekonomian dan perindustrian ataupun pendapatan masyarakat (Mulyana, Hidayat, and Andayani 2021). Dengan diadakan nya pelatihan-pelatihan yang bersifat bagaimana cara memasarkan dan mempromosikan hasil produk UMKM yang dikembangkan oleh masyarakat sangatlah penting dalam bentuk teknologi digital . Dimana materi pelatihan dapat diakses oleh peserta dalam pemanfaatan teknologi informasi ini khususnya teknologi media sosial. Selain dapat menggiring pelaku UMKM agar terbiasa menggunakan teknologi yang ada, metode ini juga dapat menyesuaikan dengan kondisi saat dimana masyarakat masih awam dengan penggunaan pemanfaatan teknologi informasi dan kegiatan pelatihan dilakukan di Desa Cemarajaya, Kecamatan Cibuaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

ANALISIS SITUASI

Dari segi ekonomi masyarakat Desa Cemarajaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat bisa di kategorikan menengah kebawah, seperti yang telah diketahui bahwa rata-rata masyarakat yang berada di pesisir pantai / laut mempunyai Sumber daya yang kurang dan hanya mengandalkan hasil laut. Sehingga hasil lautlah yang menjadi mata pencaharian mereka untuk bertahan hidup. Dengan berkembangnya waktu masyarakat Desa Cemarajaya mulai mengembangkan usahanya, bahkan ada beberapa depot ikan laut yang sudah memasarkan usahanya ke luar daerah. Hal itu menunjukkan bahwa perekonomian mereka mulai berkembang. Di tambah dengan infrastruktur meningkat sehingga akses jalan sudah baik. Ini semua juga berkat kepedulian Pemda Setempat dengan memperhatikan infrastruktur Desa Cemarajaya dan desa-desa lainnya. Namun pemasaran hasil produk UMKM yang dikembangkan belum terlalu populer, dikarenakan masih dilakukan dengan cara lama, yaitu dengan media promosi spanduk atau informasi dari orang lain. Ada beberapa metode/langkah dalam kegiatan ini diantaranya(Mudzakir, Pratama, and Juwita 2022):

1. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan cara edukasi dan pelatihan yang dilakukan melalui pentingnya kemasan produk dan pengenalan berbagai berbagai media e-commers yang bisa digunakan untuk pemasaran dan promosi produk.
2. Peserta Kegiatan ini diikuti oleh 16 mahasiswa KKN Desa Cemarajaya, 1 Dosen pembimbing

lapangan sebagai nara sumber (Pembimbing KKN), Petugas kantor (Aparat) Desa Cemarajaya, Masyarakat Desa Cemarajaya.

3. Penyelesaian masalah Melakukan promosi tentang produk UMKM dengan mengambil beberapa foto untuk kemudian dibuat brosur dan pamflet dimana pamflet dan brosur tersebut dipromosikan melalui media sosial dan aplikasi penjualan online seperti Shopee, Tokopedia, Instagram dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Kegiatan Kunjungan Ke Kantor Desa Cemarajaya, Kecamatan Cibuaya, kabupaten Karawang

Pada gambar 1, menunjukkan kegiatan kunjungan ke Kantor Desa Cemarajaya, kecamatan Cibuaya, Kabupaten Karawang, untuk mengetahui bagaimana kondisi UMKM, Potensi dan Situasi di Desa Cemarajaya.



Gambar 2. Kunjungan kepada Usaha Pengelola Ikan Asin dan Ikan Lele

Karawang, 28 Februari 2023

Pada Gambar 2. Menunjukkan kegiatan kunjungan ke pengelola ikan asin dan ikan lele. Ikan asin dan ikan lele merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Adanya pegelolaan ikan asin dan ikan lele, adanya kesempatan peluang usaha yang masih terbuka di Desa Cemarajaya, walaupun pengelolaan ikan asin dan ikan lele masih belum dibuatkan variasi.

Pada kesempatan ini mahasiswa melakukan kegiatan inovasi pengelolaan ikan asin Bersama pemilik pengelola ikan asin agar dibuatkan variasi, jadi tidak hanya dijual mentah namun bisa dijual secara matang dan memiliki rasa dengan ikan asin balado. Dan juga dapat meningkatkan hasil UMKM yang dimilikinya.



Gambar 3. Poster Ikan Asin dan Ikan Lele

Pada gambar 3. Menunjukkan peran aktif yang dilakukan mahasiswa KKN dalam rangka mempromosikan produk ikan asin dan ikna lele yang nantinya akan disebar luaskan dimedia sosial atau marketplace pada produk UMKM di desa Cemarajaya.



Gambar 4. Hasil packaging

Pada gambar 4. Menunjukkan peran aktif yang dilakukan mahasiswa KKN dalam rangka pembuatan packaging ikan asin yang sudah di olah menjadi ikan asin balado yang nantinya akan menjadi salah satu produk UMKM di desa Cemarajaya.



Gambar 5. Kegiatan Sosialisasi Pemanfaatan teknologi Media Sosial

Pada gambar 5. Menunjukkan Kegiatan Mahasiswa KKN dan Dosen Pembimbing Lapangan Melakukan kegiatan sosialisasi tentang edukasi pemanfaatan teknologi media sosial sebagai media promosi dan pemasaran UMKM di Desa Cemarajaya. Pada kegiatan ini memperkenalkan beberapa media sosial marketplace yang dapat digunakan sebagai media promosi dan pemasaran produk- produk yang di hasilkan oleh UMKM dengan lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini sangat bermanfaat bagi dosen, mahasiswa dan masyarakat desa Cemarajaya. Dengan adanya kegiatan ini yang dimana minimnya pengetahuan sebuah teknologi informasi dan internet di Desa Cemarajaya, sehingga dapat membuat masyarakat agak terlambat dalam perkembangan ekonomi UMKM.

Saran

Diperlukan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara berkesinambungan, khususnya melakukan evaluasi keberhasilan atau manfaat dari penggunaan teknologi informasi khususnya media social untuk promosi dan memasarkan suatu produk UMKM secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, Syaeful, and Vuvut Futiah. 2020. "Pendampingan Dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk." 2(2).
- Dewi, Suzana. 2019. "Peranan Teknologi Informasi Dalam Mendukung Bisnis UMKM RumW 01, Kecamatan Tandes Surabaya." 2: 1–4.
- Mudzakir, Tohirin Al, Adi Rizky Pratama, and Ayu Ratna Juwita. 2022. "Sosialisasi Digital Marketing Untuk Pemasaran Opak Ketak Dan Terasi Desa Pajaten." : 2163–70.
- Mulyana, Andi Erna, Rahmat Hidayat, and Nur Rahmah Andayani. 2021. "Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi Dan Penyuluhan Secara Digital Untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha Di Masa Pandemi Covid-19." *Abdimas-Polibatam* 3(1): 62–76.
- Srirejeki, Kiki. 2016. "Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi* 7(1): 57–68. <https://media.neliti.com/media/publications/233770-aplikasi-media-sosial-untuk-pemberdayaan-8768e77d.pdf>.