

SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK UKM KRIPIK KIKIM "JALAL" DI PEKON PODOMORO MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Muhammad Junaidi¹, Yuli krismawati², Sutejo³, Yuri Fitrian⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu Lampung

^{1,2,3,4}Jln. Wisma Rini No. 09 Pringsewu, Lampung, Indonesia

Email: muhammadjunaidi1180@gmail.com¹, yulikrismawati98@gmail.com²,
sutejo_mti@yahoo.com³, yurifitrian99@gmail.com⁴

Abstract

Competition in the distribution industry is getting tighter. One of the things that makes a distribution company survive is the provision of products that are on time to consumers at the right time, and at an economical cost. Product availability and economical selling prices can only occur if there is good coordination between the company and the parties in its supply chain. Micro and medium enterprises are part of the national business. UMKM can also be considered as the locomotive of national and regional (regional) economic growth, because they have the potential to empower all available resources and encourage the growth of entrepreneurial development. The role of UMKM in Indonesia, namely increasing employment opportunities, equal distribution of income, rural economic development, increasing non-oil and gas exports and contributing to increasing GDP. On this basis, STMIK Pringsewu students collaborate with Pekon Podomoro to provide assistance services for people who have home industry businesses to have a digital-based sales platform, namely a social media. This activity aims to provide an understanding for UMKM players how to market food products, crafts, clothing, services and others using social media. From this activity, the people of Pekon Podomoro who have a home industry can market their products quickly, precisely and safely so that business actors can provide convenience to customers.

Keywords : home industry, businessmen, Pekon Podomoro

Abstrak

Persaingan dalam dunia industri distribusi semakin ketat. Salah satu hal yang membuat perusahaan distribusi dapat bertahan adalah penyediaan produk yang tepat waktu bagi konsumen di waktu yang tepat, dan dalam biaya yang ekonomis. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika adanya koordinasi yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak dalam rantai supplainya. Usaha Mikro menengah merupakan bagian dari usaha nasional. UMKM juga dapat di anggap lokomotif pertumbuhan ekonomi nasional dan regional (daerah), karena berpotensi dalam memberdayakan semua sumberdaya yang ada dan mendorong tumbuhnya pengembangan kewirausahaan. Peranan UMKM di Indonesia yaitu peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas dan berkontribusi terhadap peningkatan PDB. Dengan dasar tersebut mahasiswa STMIK Pringsewu bekerjasama dengan pihak Pekon Podomoro untuk mengadakan layanan pendampingan bagi masyarakat yang memiliki usaha home industry agar memiliki platform penjualan berbasis digital

yaitu sebuah media sosial. Kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman bagi pelaku UMKM bagaimana memasarkan produk makanan, kerajinan, pakaian, jasa dan lain – lain menggunakan media sosial. Dari kegiatan ini masyarakat Pekon Podomoro yang memiliki usaha home industry dapat memasarkan produk dengan cepat, tepat dan aman sehingga pelaku usaha dapat memberikan kenyamanan bagi para pelanggan.

Kata Kunci : home industry, pelaku usaha, Pekon Podomoro

I. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia industri distribusi semakin ketat. Salah satu hal yang membuat perusahaan distribusi dapat bertahan adalah penyediaan produk yang tepat waktu bagi konsumen di waktu yang tepat, dan dalam biaya yang ekonomis. Ketersediaan produk dan harga jual yang ekonomis hanya dapat terjadi jika adanya koordinasi yang baik antara perusahaan dengan pihak-pihak dalam rantai suplainya. Peran pemasok (*supplier*), perusahaan dan jaringan distribusi untuk barang sampai ke konsumen sangat dibutuhkan. Kesadaran akan adanya produk yang murah, cepat dan berkualitas inilah yang melahirkan konsep baru tahun 1990an yaitu manajemen rantai pasokan (*supply chain management*). UMKM kripik kikim dikelola dalam bentuk kluster atau sentra untuk meningkatkan daya saing produk dengan menekan biaya produksi dan biaya pemasaran kripik kikim. Kripik kikim yang dihasilkan diharapkan akan lebih kompetitif dipasaran dan memiliki daya saing lebih tinggi di bandingkan dengan produk sejenis. Kripik kikik digunakan oleh masyarakat sebagai makanan ringan.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Media Sosial

(Mukodimah, 2020) Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).

(Tina, 2017) Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

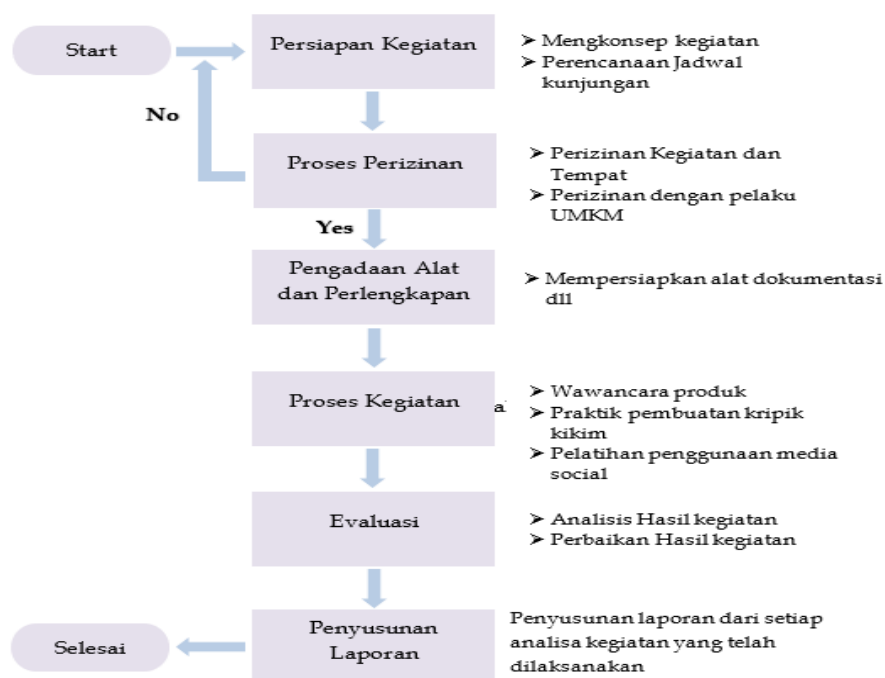
2.2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Sesuai dengan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). (Indonesia, 2008) Usaha Mikro adalah

usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini (Utami, 2015).

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini dilakukan dengan cara kunjungan, pendampingan serta praktek. Dalam pelaksanaan kegiatan ini yang pertama dilakukan adalah menyusun rencana metode yang akan dilakukan selama proses pendampingan dan rencana selama kegiatan berlangsung. Alur proses pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Alur proses pengabdian kepada masyarakat

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM dilakukan dengan 2 tahapan yaitu tahapan pertama dilakukan pada Tanggal 1 Agustus 2020 dan tahapan kedua dilakukan pada tanggal 10 Agustus 2020. Pada tahap pertama dilakukan pembuatan konsep kegiatan wawancara dan mengenali produk kripik kikim yang dilakukan oleh Mahasiswa STMIK Pringsewu sesuai dengan kebutuhan para pelaku usaha di Podomoro.



Gambar 2. Proses pembuatan kripik kikim.

Selanjutnya pada tahapan kedua pada bulan Agustus 2020 dilakukan Praktik Penjualan melalui media sosial pada pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan omzet penjualan yang telah dibuat oleh Mahasiswa STMIK Pringsewu. Kegiatan ini dilakukan dengan cara presentasi dan praktek langsung dan diikuti oleh pelaku UMKM yang telah memiliki usaha mandiri (*home industry*).



Gambar 3. Pemaparan proses penjualan melalui media sosial

Setelah melakukan pendampingan dan pelatihan pada pelaku UMKM maka hasil dari pelatihan tersebut dapat dilihat pada media sosial berikut ini @jalal.jajananhalal.id dan tampilan produk – produk yang dihasilkan oleh kegiatan PKM terlihat pada gambar berikut ini :



Gambar 4. Tampilan media sosial Instagram

Dari hasil kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Mahasiswa STMIK Pringsewu di Pekon Podomoro, pelaku UMKM merasa antusias dalam menggunakan media sosial ini karena para pelaku usaha dapat menentukan produknya seperti, penentuan harga, diskon, tarif COD (*cash on delivery*) sehingga dengan adanya website marketplace ini dapat meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha di Pekon Podomoro. Selain itu dari hasil analisa dan wawancara terhadap para pelaku usaha penjualan produk mengalami peningkatan.

V. KESIMPULAN

Dari uraian Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan selama dua tahap yaitu bulan Juli sampai bulan Agustus dapat diambil kesimpulan :

1. Pelatihan dan praktek pemasaran melalui media sosial instagram @jalal.jajananhalal memiliki dampak yang positif bagi masyarakat Pekon Podomoro yaitu dapat menambah ilmu tentang pemasaran produk yang tidak hanya dilakukan secara konvensional tetapi juga dapat dilakukan secara online.
2. Menumbuhkan minat kewirausahaan bagi para pelaku usaha baru di Pekon Podomoro sehingga akan meningkatkan pendapatan keluarga untuk menuju keluarga yang sejahtera.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Tim PkM STMIK Pringsewu mengucapkan terimakasih kepada pihak aparaturnya Pekon Podomoro yang telah memberikan izin serta dukungan terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia, P. R. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (2008).
- Mukodimah, F. R. I. S. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Dalam Upaya Memberdayakan Ibu Rumah Tangga Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 55-68.
- Tina, A. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada CV Simba Jaya Magelang. *Indonesian Journal on Networking and Security (ijns.org)*, 6(1), 9-13.
- Utami, V. W. S. L. R. (2015). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir Kur (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 11-25.