

STRATEGI PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI DESA SERANGAN

Ni Putu Shinta Dewi¹⁾, Dewa Made Wedagama²⁾, Ni Wayan Erina Gustini³⁾

^{1, 3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

²⁾Fakultas Kedokteran Gigi, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: shintadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Desa serangan merupakan sebuah kelurahan dan pulau yang berada di wilayah Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Pada masa pandemi ini banyak masyarakat yang usahanya mengalami penurunan bahkan kehilangan mata pencahariannya. Jaje Bali Men Naya merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menerima permintaan jajan untuk acara-acara pernikahan, rapat dan permintaan dari para pedagang di pasar tradisional. Saat pandemi, omzet penjualan dari Jaje Bali mengalami penurunan yang dratis. Dalam menjalankan usahanya Jaje Bali Men Naya tidak melakukan pencatatan atau membuat pembukuan, pembayaran dilakukan setiap hari ketika jajan habis baru melakukan pembayaran dan hanya mengandalkan langganan dari pedagang di pasar saja serta promosi dari mulut ke mulut. Jaje Bali Men Naya belum memiliki logo dan media sosial untuk mempromosikan produknya dalam jangkauan pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan penyuluhan, pelatihan, serta pendampingan di lapangan dengan, 1) memberikan edukasi tentang sistem pemasaran melalui media sosial seperti fitur whatsapp, Instagram dan facebook, 2) memberikan edukasi tentang cara membuat pencatatan atau pembukuan sederhana agar mengetahui keuntungan dan kerugian dari penjualan tersebut. Dengan digunakannya media sosial sebagai media promosi diharapkan mampu meningkatkan jumlah permintaan pada usaha Jaje Bali Men Naya. Keuntungan menggunakan media sosial sebagai media promosi yaitu dapat meningkatkan penjualan jumlah penjualan produk.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, UMKM, Media Sosial

ANALISIS SITUASI

Pada masa era milenial ini dan dengan adanya media sosial yang semakin canggih membuat masyarakat memilih melakukan transaksi secara online yang mana lebih murah dan sangat mudah dilakukan dimana saja sehingga dapat menghemat waktu, seperti halnya berbelanja kebutuhan sehari-hari, berbelanja pakaian, berbelanja makanan bahkan menggunakan jasa cuci, antar barang dan lain sebagainya dapat dilakukan secara online. Jaje Bali Men Naya merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang kuliner. Bertempat di Jalan Tukad Penataran Gang Betok no 1 Serangan, Denpasar Selatan, Bali. Jaje Bali Men Naya merupakan usaha milik sendiri yang sudah berdiri sejak tahun 1990 dan saat ini sudah memiliki toko serta harga jajan yang ditawarkan lebih terjangkau dari harga pasaran. Meskipun harganya terjangkau dan murah tetapi kualitas yang ditawarkan sangat baik,

Jaje Bali Men Naya dari awal berdiri sudah memiliki pelanggan 15 pedagang tetap. Namun, semenjak mewabahnya virus Covid 19 membuat beberapa pedagang tutup sehingga saat ini hanya memiliki pelanggan yang aktif 4 pedagang saja dikarenakan penurunan permintaan jajan sehingga membuat penurunan omset penjualan. Munculnya virus Covid-19 ini membuat seluruh negara menjadi resah dan takut, termasuk di Indonesia. Covid-19 merupakan jenis virus yang baru sehingga banyak pihak yang tidak tahu dan tidak mengerti cara penanggulangan virus tersebut. Seiring mewabahnya virus Corona atau Covid-19 ke seluruh negara di dunia, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan protokol kesehatan. Protokol tersebut akan dilaksanakan di seluruh Indonesia oleh pemerintah dengan dipandu secara terpusat oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Cara mencegah dan menghindari virus Covid-19 dapat dilakukan dengan menerapkan perilaku hidup bersih dan sehat seperti menggunakan masker, mengatur jarak, rajin mencuci tangan dan menggunakan handsanitizer.

Adapun permasalahan yang terungkap dari hasil observasi dan wawancara di Usaha Mikro Kecil Menengah Jaje Bali Men Naya, permasalahan pertama yaitu menurunnya pendapatan penjualan Jaje Bali Men Naya akibat pandemi covid-19. Sebelum pandemi jaje bali yang terjual bisa sampai 10 kg sedangkan ketika pandemi yang terjual hanya 3 kg itupun kadang tidak habis terjual. Tentu saja hal ini membuat UMKM jaje bali Men Naya mengalami penurunan omzet yang cukup drastis.

Permasalahan yang kedua yaitu pelaku UMKM Jaje Bali Men Naya belum memiliki logo usaha dan label produk, sehingga UMKM Jaje Bali Men Naya belum terlalu dikenal masyarakat selain masyarakat sekitar tempat produksi. Selama ini dalam pengemasan produk jaje bali hanya dibungkus plastik biasa saja, tanpa adanya logo produk yang berisi informasi mengenai kontak yang bisa dihubungi seandainya ingin memesan kembali. Selain itu kemasan jaje bali yang masih menggunakan bahan plastik. Selama ini produk jaje bali dikemas menggunakan bahan plastik, tentunya ini kurang baik bagi lingkungan karena menambah limbah plastic susah untuk di daur ulang.

Permasalahan ketiga yang dihadapi oleh UMKM Jaje Bali Men Naya adalah kurangnya pemahaman pelaku UMKM Jaje Bali Men Naya akan pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi dan melakukan transaksi jual beli secara *online*, sehingga butuh pendampingan akan hal tersebut. Saat ini peran teknologi digital amatlah penting dalam pengembangan usaha baik itu untuk pemasaran maupun peningkatan kualitas produk.

Permasalahan keempat yaitu belum membuat catatan atau pembukuan sederhana dalam menjalankan usahanya. Jaje Bali Men Naya tidak mencatat jumlah bahan baku, proses produksi, tenaga kerja, penjualan dan pembeliannya. Pembayaran dilakukan setiap hari ketika jajan habis baru melakukan pembayaran dan hanya mengandalkan langganan dari pedagang di pasar saja. Sehingga sangat perlu diadakan pelatihan membuat laporan keuangan yang sederhana.

PERUMUSAN MASALAH

Dari hasil analisis situasi yang sudah dilakukan, maka dapat diuraikan permasalahan mitra yang dihadapi yaitu :

1. Menurunnya pendapatan penjualan Jaje Bali Men Naya akibat pandemi covid-19.
2. Pelaku UMKM Jaje Bali Men Naya belum memiliki logo usaha dan label produk, dan kemasan yang digunakan masih menggunakan bahan plastik.
3. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM Jaje Bali Men Naya akan pemanfaatan teknologi sebagai media promosi dan melakukan transaksi jual beli secara *online*, sehingga butuh pendampingan akan hal tersebut.
4. Belum membuat catatan atau pembukuan sederhana dalam menjalankan usahanya.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat dan hasil dari wawancara dengan pelaku UMKM Jaje Bali Men Naya di Desa Serangan, adapun solusi yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan jaje bali dengan diversifikasi produk dan promosi.
2. Memberikan pelatihan cara membuat logo usaha, label produk dan kemasan yang ramah lingkungan dan kreatif serta berisi informasi mengenai kontak yang bisa dihubungi ketika ingin memesan kembali.
3. Memberikan edukasi tentang cara pemasaran atau promosi produk melalui media sosial.
4. Memberikan pelatihan cara membuat catatan atau pembukuan sederhana.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang digunakan pada program kerja Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Desa Serangan yaitu memberikan persiapan (edukasi), pelaksanaan (pelatihan) serta evaluasi (pendampingan) kepada pelaku UMKM di Desa Serangan. Penjabaran metode pelaksanaan:

1. Melaksanakan diskusi secara offline dengan masyarakat sasaran.
Diskusi yang dilakukan disini terkait solusi untuk peningkatan penjualan di tengah masa pandemi.
2. Mengajarkan bagaimana cara membuat logo usaha pada label produk dan menggunakan kemasan non plastik.
Pembuatan logo atau label usaha dilakukan dengan mengajarkan pembuatannya melalui aplikasi Logo Maker dikarenakan aplikasi tersebut sangat mudah digunakan untuk pemula, sehingga pelaku UMKM dapat dengan cepat mengerti. Selain mengajarkan cara membuat logo dan label pada produk juga dilakukan penggantian kemasan dengan tidak menggunakan plastik. Kemasan yang

disarankan adalah kemasan berbahan ramah lingkungan yaitu kemasan berbahan kertas.

3. Memberikan edukasi cara membuat media sosial dan memasarkan produk melalui media sosial.
Kegiatan selanjutnya memberikan edukasi mengenai cara mempromosikan dan memasarkan produk melalui media sosial seperti Instagram. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan edukasi kepada pelaku UMKM pentingnya pemasaran melalui media digital pada masa covid-19 serta mengedukasi cara memasarkan dan mempromosikan produk melalui media sosial dengan cara yang kreatif dan untuk menarik banyak konsumen.
4. Memberikan edukasi cara membuat laporan keuangan sederhana
Kegiatan mengedukasi pembuatan laporan keuangan sederhana baik manual dan menggunakan aplikasi. Sehingga dapat mempermudah menghitung keuntungan dan kerugian yang diperoleh oleh UMKM Jaje Bali Men Naya. Pencatatan yang penting dilakukan adalah biaya bahan baku, biaya operasional, biaya tenaga kerja, biaya operasional, biaya pengiriman. Total penjualan juga perlu dicatat agar mengetahui keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk jaje bali.
5. Mempraktekan kembali program kerja yang telah dilakukan sebelumnya dengan masyarakat sasaran

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan strategi pemasaran produk usaha mikro kecil menengah melalui pemanfaatan media sosial di Desa Serangan dilaksanakan di Usaha Jaje Bali Men Naya telah dilaksanakan melalui persiapan, edukasi, pelaksanaan (pelatihan) serta evaluasi (pendampingan). Dalam pelaksanaan kegiatan, tidak ditemui hambatan yang membuat kami kesulitan untuk menjalankan pengabdian ini. Adapun hasil dan luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Pembuatan logo usaha pada label produk dan menggunakan kemasan non plastik (paper box). Pembuatan logo untuk UMKM Jaje Bali Men Naya tentunya akan membantu dalam pengenalan produk yang dibuat oleh UMKM kepada masyarakat luas. Hal ini akan bisa meningkatkan penjualan karena promosi yang ada di kemasan produk jaje bali. Bila pelanggan ingin memesan kembali akan mudah untuk menghubungi kontak yang ada di logo. Kemasan yang berbahan kertas akan membuat jaje bali lebih hygenis dan tentunya ramah lingkungan.



Gambar 1. Mengedukasi pemilik UMKM Jaje Bali Men Naya Membuat logo atau label produk



Gambar 2. Pembuatan kemasan ramah lingkungan berbahan kertas di UMKM Jaje Bali Men Naya

2. Memberikan edukasi cara membuat media sosial dan memasarkan produk melalui media sosial (Instagram)

Pembuatan akun instrgram digunakan untuk menunjang promosi produk jaje Bali agar lebih dikenal oleh masyarakat secara luas. Dengan adanya instrgram ini diharapkan pemesanan jaje balidi UMKM Men Naya akan bertambah. Tentunya dengan peningkatan pemesanan harus tetap ditunjang oleh kualitas produk jaje bali agar pelanggan terus memesan di UMKM jaje bali Men Naya.



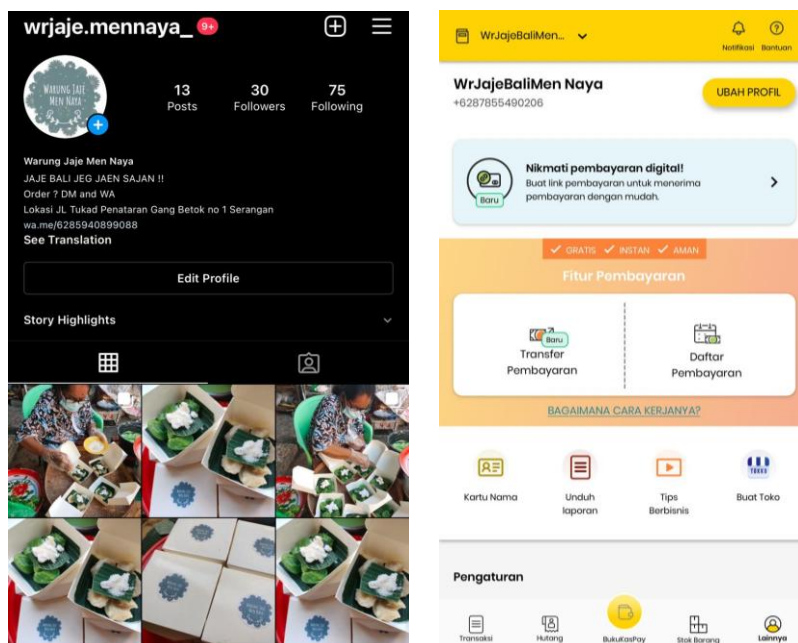
Gambar 3. Mengedukasi pemilik UMKM Jaje Bali Men Naya membuat akun media sosial yaitu instgram dan cara pemasaran produk

3. Memberikan edukasi cara membuat laporan keuangan sederhana (Manual dan aplikasi).

Pembuatan laporan keuangan atau pembukuan sederhana, sangat diperlukan agar pelaku UMKM mengetahui secara pasti berapa bahan baku yang digunakan, biaya tenaga kerja, biaya operasional dan penjualan. Dari selisih total penjualan dan total biaya yang dikeluarkan, maka akan diketahui berapa keuntungan sebenarnya yang diperoleh oleh pelaku UMKM jaje Bali Men Naya.



Gambar 4. Mengedukasi pemilik UMKM Jaje Bali Men Naya dalam membuat catatan pembukuan sederhana.



Gambar 5. Akun Media Sosial Instagram Jaje Bali Men Naya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan di Usaha Mikro Kecil Menengah Jaje Bali Men Naya, kemampuan masyarakat sasaran dalam melaksanakan pemanfaatan media sosial berhasil dilakukan melalui persiapan (edukasi), pelaksanaan (pelatihan) serta evaluasi yang adanya pengontrolan (pendampingan). Tujuan dan pengabdian ini di UMKM Jaje Bali Men Naya yaitu diharapkan dapat meningkatkan perekonomian UMKM pada masa pandemi ini sehingga dengan adanya pemanfaatan media sosial masyarakat dapat meminimalisir terjadinya kontak langsung dengan masyarakat lainnya dan dapat meminimalisir atau memutus mata rantai penyebaran Covid-19 yang menjadi pandemi dunia sehingga kita dapat terbebas dari Covid-19 yang telah membuat perekonomian menjadi melemahkan beserta kesehatan. Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diterima dari berbagai pihak, pelaksana mencoba memberikan saran dan pendapat yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan. Kegiatan pengabdian di Usaha Jaje Bali Men Naya perlu terus ditingkatkan dengan memanfaatkan media sosial dan pembuatan laporan keuangan baik manual ataupun melalui aplikasi serta menjaga kewaspadaan masyarakat sasaran dengan selalu menjaga kebersihan dan keamanan guna mencegah penyebaran Covid-19, menciptakan produk dengan kualitas unggul dan harga terjangkau serta rutin melakukan pengecekan laporan keuangan guna untuk mengetahui keuntungan dan kerugian usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- LPPM. 2021. Buku Panduan Pengabdian Masyarakat Unmas Denpasar. Pusat Kajian Pernerdayaan Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Mahardika, Indra 2021. "Jaje Bali Makanan Tradisional yang nikmat dan murah". Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/indramahardika/60050e1cd541df26a57b0fb2/jaje-bali-makanan-tradisional-yang-nikmat-dan-murah?page=all> . Diakses pada 26 Maret pukul 18.30
- Noviyanti, Sri. 2016. "Jaje Bali". Tribunnews. <https://www.tribunnews.com/travel/2016/05/03/jaje-bali-jajanan-tradisional-khas-dari-pulau-dewata> . Diakses pada 26 Maret pukul 18.15 wita.
- Priharto, Sugi. 2020. "UMKM" <https://accurate.id/bisnis-ukm/umkm-adalah/> Diakses pada 26 Maret 2021 pukul 18.00 wita
- Saretta, Irene. 2021. "Memahami pengertian UMKM ciri dan perannya bagi ekonomi". Cermati <https://www.cermati.com/artikel/memahami-pengertian-umkm-ciri-dan-perannya-bagi-ekonomi> Diakses ppada 26 Maret pukul 19.00
- Wikipedia. 2020. "Pulau Serangan". https://id.wikipedia.org/wiki/Serangan,_Denpasar_Selatan,_Denpasar Diakses pada 25 Februari 2021 pukul 16.00 wita
- Wikipedia. 2021. "Pandemi Covid-19". https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_COVID-19. Diakses pada 25 Februari 2021 pukul 16.30 wita