

# PENINGKATAN KEMAMPUAN MEMASARKAN PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL DI BAKSO SUPER GILE

Ni Wayan Eka Mitariani<sup>1)</sup>, Dewa Gede Bagus Saraswita<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : [mitariani@unmas.ac.id](mailto:mitariani@unmas.ac.id)

## ABSTRAK

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Contohnya, seorang manusia membutuhkan air dalam memenuhi kebutuhan dahaganya. Jika ada segelas air maka kebutuhan dahaganya akan terpenuhi. Namun manusia tidak hanya ingin memenuhi kebutuhannya namun juga ingin memenuhi keinginannya yaitu misalnya segelas air merek Aqua yang bersih dan mudah dibawa. Maka manusia ini memilih Aqua botol yang sesuai dengan kebutuhan dalam dahaga dan sesuai dengan keinginannya yang juga mudah dibawa. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Program kerja ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat di Kecamatan Ubud khususnya untuk dapat memasarkan produk melalui media sosial dan menambah wawasan bagi masyarakat Ubud yang belum mengetahui pemasaran melalui media sosial.

**Kata kunci:** Pemasaran, Media Sosial, Masyarakat

## ANALISIS SITUASI

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Usaha Kuliner UMKM Bakso Super Gile. Usaha kuliner Bakso Super Gile merupakan usaha UMKM yang terletak di Jalan Monkey Forest, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19, yang awalnya perusahaan ini adalah restaurant & bar yang berubah menjadi usaha kuliner UMKM Bakso Super Gile akibat menurunnya perekonomian

global dan pariwisata khususnya di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar.

Selain itu, banyaknya masyarakat yang di PHK dan kehilangan pekerjaannya dari sector pariwisata menyebabkan banyaknya masyarakat yang beralih menjadi pengusaha UMKM, sehingga terjadinya persaingan UMKM di Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar.

Pengabdian pada masyarakat merupakan kegiatan intrakulikuler yang memadukan pelaksanaan Tri Dharma

Perguruan Tinggi dengan metode pemberian pengalaman belajar dan bekerja kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Salah satu kegiatan yang menambah daya kritis dan pengalaman bagi mahasiswa dalam bentuk nyata dan mata kuliah intrakurikuler yang wajib ditempuh oleh mahasiswa pada tiap-tiap program studi jenjang S-1. (BP-KKN, 2016). Pengabdian pada masyarakat merupakan suatu bentuk pembelajaran lapangan yang dilakukan oleh mahasiswa yang merupakan bagian sivitas akademika, baik secara pribadi maupun kelompok (Alesandro, 2019).

Lemahnya perekonomian mengakibatkan menurunnya minat beli konsumen dan banyaknya persaingan antar pedagang, membuat pemilik UMKM harus cerdas dan cermat dalam merebut pangsa pasar. Di zaman modern ini pemasaran atau marketing sangat dibutuhkan apalagi pada masa pandemic Covid-19 seperti sekarang ini (Amri, A. 2020. Dampak covid – 19 terhadap UMKM) . Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Karena kurangnya kemampuan pemasaran di usaha kuliner

Bakso Super Gile ini, maka dari itu dilakukanlah peningkatan kemampuan untuk memasarkan produk khususnya melalui sosial media dan menambah inovasi dalam mengembangkan produk bakso. Melalui kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membantu perusahaan Bakso Super Gile dalam meningkatkan kemampuan mengembangkan produk bakso dan memasarkan produk melalui media sosial.

Dengan adanya kegiatan peningkatan inovasi dalam mengembangkan produk bakso dan peningkatan memasarkan produk melalui media sosial ini diharapkan dapat, meningkatkan pertumbuhan dan pengembangan perusahaan khususnya di bagian pemasaran produk (Bakhri, S. 2020). Karena dengan adanya kegiatan ini usaha kuliner UMKM Bakso Super Gile dapat mengembangkan produk bakso dengan baik dan dapat memasarkan produknya dengan baik. Agar produk bakso dapat di distribusikan ke daerah yang jauh dari toko, dengan pengembangn produk siap saji dalam kemasan frozen. Serta dapat menarik pelanggan dengan adanya pemasaran melalui media sosial sehingga, pendapatan perusahaan Bakso Super Gile akan bertambah.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, di perusahaan Bakso Super Gile maka rumusan masalah yang dapat diajukan antara lain :

1. Masih kurangnya inovasi dalam pengembangan produk bakso.
2. Pelaku belum menggunakan aplikasi e-commerce untuk mendistribusikan produknya.
3. Belum optimalnya penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Peningkatan inovasi dalam pengembangan produk bakso dan peningkatan pemasaran melalui media sosial dilaksanakan dengan :

1. Memberikan edukasi pengembangan produk bakso berupa bakso siap saji dalam kemasan frozen dan tentunya menggunakan protocol Kesehatan.
2. Memberikan edukasi penggunaan aplikasi e-commerce seperti Go-food, Grabfood dan yang lainnya untuk mendistribusikan produk.
3. Sosialisasi cara memasarkan produk melalui sosial media, seperti FaceBook, Instagram, dan Whatsaap.

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam kegiatan kali ini Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar yang di prakarsai oleh Ibu Ni Wayan Eka Mitariani, SE.MM sebagai Pembina dan Dewa Gede Bagus Saraswita sebagai pelaksana kegiatan melakukan kegiatan Peningkatan kemampuan untuk memasarkan produk melalui media sosial. Adapun metode yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan memasarkan produk adalah pelatihan, pendampingan dan evaluasi (Syaeful Bakhri 2020). Ketiga metode ini dipilih dalam pelaksanaan program kerja karena ketiga metode ini lebih mudah untuk diaplikasikan. Metode ini digunakan agar para pengusaha UMKM dapat memahami dan memiliki inovasi dalam mengembangkan produknya, serta dapat memasarkan produk melalui media sosial sehingga dapat menarik konsumen.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di Perusahaan Kuliner UMKM Bakso Super Gile yang terletak di Jalan Monkey Forest, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali.

Pelaksanaan peningkatan inovasi pengembangan produk dan pemasaran produk melalui media sosial, memberikan

respon yang positif terhadap perkembangan dan kemajuan perusahaan khususnya dibidang pemasaran. kurangnya inovasi dalam mengembangkan produk bakso dan kurangnya pengetahuan tentang aplikasi e-commerce untuk mendistribusikan produknya. Serta, kurang optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan, pendampingan dan evaluasi yang telah dilakukan selama kegiatan ini berlangsung. Pemilik usaha UMKM merespon sangat baik adanya pelatihan, pendampingan dan evaluasi ini, karena kegiatan ini akan dapat meningkatkan inovasi dalam mengembangkan produk bakso dan kemampuan memasarkan produk melalui sosial media. Selain itu karyawan dan pemilik usaha menyetujui dan memberikan tanggapan positif terhadap perencanaan kegiatan ini, dimana pemilik usaha mempraktekkan teori yang di dapatkan selama kegiatan pelatihan, dengan sangat baik. Tentunya dengan adanya kegiatan ini pengusaha UMKM sangat terbantu dalam pengembangan produk bakso serta memasarkan produk agar menarik pelanggan. Melalui pelatihan, pendampingan dan evaluasi ini Pengusaha UMKM sadar akan arti pentingnya pemasaran dan pengembangan produk bagi suatu perusahaan, karena dengan adanya kegiatan

ini para pengusaha UMKM akan dapat mengembangkan produknya dan memasarkan produknya melalui sosial media ataupun aplikasi e-commerce. Hasilnya, diharapkan dengan adanya kegiatan pelatihan, pendampingan dan evaluasi ini pengusaha UMKM akan bisa mengembangkan produknya dan memasarkan produknya dengan baik, agar dapat menarik pelanggan dan meningkatkan penghasilan.



Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan memasarkan produk melalui media sosial



Gambar 2. Pelatihan dalam mengembangkan produk bakso.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Peningkatan kemampuan dalam mengembangkan produk dan memasarkan produk melalui media sosial ini di perusahaan Bakso Super Gile telah berhasil

dilaksanakan dengan baik melalui program kerja nyata, pelatihan dan pendampingan.

Dari hasil pengabdian yang dilakukan di perusahaan Bakso Super Gile, kemampuan pemilik usaha dalam memasarkan produk dan mengembangkan produk telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan, pendampingan dan evaluasi.

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diterima dari berbagai pihak, penulis mencoba memberi saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan. Yaitu kemampuan dalam mengembangkan produk dan memasarkan produk melalui media sosial sangat amat diperlukan dalam suatu bisnis, dan juga perlu ditingkatkan. Agar usaha UMKM khususnya dapat berkembang dan banyak diketahui dan diminati oleh konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

"A brief history of marketing" (dalam bahasa Inggris). Bournemouth University. Diakses tanggal 25 Mei 2015.  
<https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>

Alesandro, Fillipi. (2019). Laporan Praktek Kerja Lapangan pada PT. Multi Terminal Indonesia. Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Amri, A. 2020 Dampak covid – 19 terhadap UMKM.

Bakhri, S. (2020). Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah). Yogyakarta:K-Media.

BP-KKN. 2016. Petunjuk Teknik dan Petunjuk Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Lampung Periode Januari Tahun 2016. Lampung: Universitas Lampung.

Syaeful Bakhri, 2020. Pendampingan dan pengembangan manajemen pemasaran produk UMKM melalui teknologi digital di masa pandemi covid – 19.

Unmas.(2020). Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata Denpasar.

Unmas.(2020). Panduan KKN Alternatif Denpasar