

## PENGEMBANGAN PROMOSI PRODUK *HOME INDUSTRY* MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL DI DESA PENARUNGAN

Pande Ketut Ribek<sup>1)</sup>, Ni Luh Gede Putu Purnawati<sup>2)</sup>, Ni Nyoman Wida  
Sugiantari<sup>3)</sup>, Ni Komang Ayu Trisna Wiryantari<sup>4)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [pandeketutribek@unmas.ac.id](mailto:pandeketutribek@unmas.ac.id), [purnawati0505@gmail.com](mailto:purnawati0505@gmail.com),  
[widasugiantari18@gmail.com](mailto:widasugiantari18@gmail.com)

### ABSTRAK

Penggunaan *digital marketing* dalam pemasaran merupakan bentuk *marketing* dengan *sosial media* dalam mempromosikan sebuah barang dan jasa. Salah satu UMKM yang terdapat di Desa Penarungan dalam pengabdian kali ini yaitu pada UMKM Kue Bawang “Sari Nadi”. UMKM ini bergerak pada bidang penjualan camilan dan produknya dipasarkan secara langsung ke *mini market* atau warung-warung terdekat serta menerima pesanan dari masyarakat sekitar desa. Namun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini adalah dalam menjalankan usahanya yaitu pada perkembangan usahanya di daerah. Mengenai kendala tersebut terkait pemasaran produk melalui media *online*.

Tujuan dalam pengabdian masyarakat menggunakan promosi pada media sosial baik itu *instagram* maupun *facebook* adalah untuk meningkatkan omset penjualan serta hasil dari kegiatan ini adalah diharapkan pelaku UMKM mampu memahami dan memanfaatkan media sosial *facebook*, dan *instagram* untuk menarik konsumen dan dapat meningkatkan omset penjualan serta pelaku UMKM mampu mengaplikasikan media sosial dalam promosi *online* yang baik dan benar sesuai kebutuhan saat berjualan. Metode yang digunakan pada program pengabdian masyarakat yaitu sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran *online* melalui *platform* media sosial untuk meningkatkan profit penjualan produk *home industry* dan pendampingan kepada pelaku umkm dalam kegiatan promosi melalui media sosial *facebook* dan *instagram* produk *home industry* “Kue Bawang Sari Nadi”. Hasil dari pengabdian ini dengan menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya, UMKM sari bawang ini mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan bisnisnya.

Kata Kunci: UMKM, Produk, Digital Marketing, Promosi

### ANALISIS SITUASI

Desa Penarungan merupakan Desa dengan wilayah Keseluruhan Desa Penarungan adalah 468 ha. Dengan luas wilayah pertanian yaitu 303 ha yang Memiliki 3 subak yaitu subak guming, subak abian dan subak penarungan dengan luas sebesar 268 ha yang terdiri dari 5 munduk. Penduduk Desa Penarungan terdiri dari 3.129 laki-laki dan 3.375 perempuan dengan sex ratio 92. Di Desa Penarungan sendiri terdapat banyak sekali UMKM, yaitu sekitar 162 UMKM seperti UMKM pada alat-alat upacara, kerajinan berupa anyaman bambu, dan pada bidang makanan atau kuliner. Dengan adanya banyak UMKM tersebut menandakan di Desa Penarungan banyak masyarakatnya yang membuka usaha sendiri. Seperti yang telah kita ketahui bahwa dalam perekonomian Indonesia UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis

ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi masyarakat dalam kemajuan perekonomian secara umum. Penyerapan tenaga kerja yang banyak dapat membantu masyarakat yang kurang mampu dalam bidang ekonomi, dan juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama di daerah sekitarnya. Pada UMKM ini masih menggunakan secara tradisional atau konvensional baik dibidang produksi maupun pemasarannya sehingga kurang maksimal dalam peningkatan kinerja usahanya. Sesuai dengan pengabdian masyarakat yang semakin marak dilakukan sehingga para pengusaha UMKM mampu dalam penggunaan teknologi secara tepat Penggunaan teknologi sudah menjadi hal yang harus dilakukan sehingga dapat menghasilkan produk dengan baik, efektif dan efisien serta mampu untuk berkelanjutan.

Menurut Purwana *et al.*, 2017 menyatakan bahwa dalam kegiatan mempromosikan produk secara efektif dan efisien dapat memanfaatkan berbagai sarana seperti media sosial atau digital marketing secara maksimal. Dalam penerapan teknologi digital dan media digital untuk menciptakan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan layanan dapat memberikan nilai tambah (Dave Chaffey dan PR Smith, 2017). Keberadaan dunia internet yang sudah lama berkembang tidak mampu digunakan secara maksimal dilihat dari masyarakat yang banyak tidak mengetahui penggunaan media sosial sehingga peningkatan dalam memasarkan produknya masih manual dan tidak ada peningkatan penjualan.

Hasil Analisa setelah melakukan observasi pada UMKM yang berada di Desa Penarungan, terdapat salah satu UMKM yang masih tergolong *home industry* (usaha rumahan). Banyak usaha yang ada di masyarakat yang dikelola oleh keluarga dengan tujuan meningkatkan taraf hidup dan peningkatan perekonomian namun tidak diimbangi dengan pemanfaatan teknologi secara maksimal, hal ini dipersepsikan dengan *home industry*. *home industry* juga disebut dengan industri rumah tangga karena termasuk dalam kategori usaha kecil dengan pengelolaan keluarga dan modal yang kecil (Afiyah, dkk (2015). Salah satu UMKM *home industry* “Sari Nadi” yang berada di Br. Dajan Peken, Desa Penarungan merupakan usaha turun temurun sebagai penghasil produk kue bawang. Dalam meningkatkan kualitas produk, kue bawang diproduksi dengan bahan baku pilihan, dan diproses menjadi kue bawang dengan cita rasa yang gurih dan nikmat. Dalam memasarkan hasil produksinya, *home industry* “Sari Nadi” hanya memasarkan produknya secara langsung ke *mini market* atau warung-warung terdekat dan menerima pesanan dari masyarakat sekitar desa. Sehingga hal ini membuat UMKM ini menghadapi persaingan yang cukup ketat. Karena banyaknya UMKM yang sudah mengenal pemasaran melalui media sosial. Kurangnya pemahaman dan pengetahuan mitra mengenai promosi secara digital serta bagaimana cara memasarkan dan memperkenalkan produk di dengan teknologi melalui *platform* media sosial menjadi masalah utama yang dihadapi. Pengabdian

masyarakat dari tema kegiatan berwirausaha adalah terkait pengembangan promosi produk *home industry* melalui platform media sosial.

### PERUMUSAN MASALAH

Sesuai hasil pengamatan lingkungan dan hasil wawancara dengan mitra secara, maka permasalahan yang ditemui sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman mitra mengenai pemasaran *online* melalui *platform* media sosial. Dimana dengan melakukan pemasaran *online* mitra dapat meningkatkan profit penjualannya
2. Kurangnya pemahaman mitra mengenai kegiatan promosi dengan menggunakan teknologi. Dimana dengan teknologi dalam memasarkan produk dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan memudahkan mitra dalam berkomunikasi dengan pelanggannya.

### SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah hasil dari observasi dan wawancara, adapun beberapa solusi dalam menghadapi permasalahan adalah sebagai berikut

1. Memberikan sosialisasi kepada mitra mengenai pemasaran *online* melalui *platform* media
2. Melakukan pendampingan kepada mitra dalam kegiatan promosi melalui media sosial.

### METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program kegiatan UMKM Kue Bawang “Sari Nadi” di Desa Pendarungan dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

#### 1. Tahap Awal Persiapan

Tahap awal persiapan ini dilakukan dengan mempersiapkan berbagai hal dalam melaksanakan kegiatan dimasa mendatang, seperti menjalin komunikasi yang baik dengan mitra serta mendengarkan keluhan yang dihadapi oleh mitra dengan itu pelaksana dapat mencari solusi yang tepat untuk UMKM Kue Bawang “Sari Nadi”.

#### 2. Pelaksanaan

Pelaksanaan ini mampu memberikan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran *online* melalui sosial media dan pelatihan dalam kegiatan promosi melalui sosial media baik itu *instagram* maupun *facebook* untuk meningkatkan omset penjualan.

#### 3. Tahap Evaluasi dan Pendampingan

Pada tahap evaluasi ini dilakukan agar mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan oleh mitra serta pelaksana sudah sesuai dengan harapan atau tidak, apakah kegiatan yang sudah dilakukan menghasilkan peningkatan atau tidak sehingga dapat diketahui apa saja yang belum terlaksana dengan baik dan pada tahap pendampingan ini dilakukan bertujuan untuk memantau dan memastikan apakah

kegiatan yang dilakukan sudah tepat sasaran, jika sudah kegiatan ini bisa dilanjutkan kedepan oleh mitra yang bersangkutan.

### HASIL KEGIATAN PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di UMKM Kue Bawang “Sari Nadi” yang terletak di Desa Penarungan, Mengwi. Kegiatan pengembangan promosi produk *home industry* melalui *platform* media sosial pada UMKM Kue Bawang “Sari Nadi” di Desa Penarungan telah berhasil ditingkatkan melalui sosialisasi dan pendampingan. Pencapaian program kerja dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Memberikan penyuluhan pelaku UMKM mengenai pemasaran dengan penggunaan teknologi berdasarkan *platform* a sosial media seperti *facebook* dan *instagram*. Kegiatan pertama dilakukan pada tanggal 28 Maret 2023 yaitu memberikan sosialisasi kepada mitra mengenai pemasaran *online* melalui *platform* media sosial untuk meningkatkan profit penjualan dengan media power point beserta video mengenai pentingnya pemasaran *online*. Berikut adalah saat sosialisasi dengan pemilik usaha



Gambar 1. Sosialisasi kepada mitra mengenai penggunaan teknologi berbasis sosial media *instagram* dan *facebook*

2. Melakukan pendampingan kepada mitra dalam kegiatan pemasaran dengan teknologi sosial media baik itu *facebook* maupun *instagram*, dan membantu mitra dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Kegiatan kedua dilakukan pada tanggal 29 Maret 2023 yaitu melakukan pendampingan dalam pengaplikasian akun pada aplikasi facebook dan instagram ini meliputi pendaftaran/pembuatan akun di media sosial facebook dan instagram, memperkenalkan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi, memotret produk yang baik dan benar, serta bagaimana cara mengupload foto serta menata foto produk semenarik mungkin dan membuat promosi yang menarik.



Gambar 2. Pendampingan kepada mitra dalam kegiatan penggunaan teknologi tepat guna sebagai alat promosi yang efektif dan efisien serta membantu mitra dalam penggunaan aplikasi tersebut

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pengabdian di masyarakat pada usaha kue bawang “Sari Nadi” yang bertempat di Desa Penarungan, Mengwi dilaksanakan selama 5 minggu dari tanggal 28 Februari s/d 14 April 2023 secara keseluruhan terlaksana dengan baik dan lancar. Simpulan didapat dari pelaksanaan program Pengembangan Promosi produk *Home Industry* Melalui *Platform* Media Sosial Di Desa Penarungan yaitu pelaku UMKM sasaran telah berhasil memasarkan produknya secara *online* di media sosial baik itu *instagram* maupun *facebook* melalui pelatihan yang telah diberikan, dengan membantu memasarkan produk melalui media sosial dapat membantu meningkatkan omset penjualan mitra. Serta mitra dapat mengetahui

mengenai pentingnya pemasaran secara *online* di zaman teknologi yang semakin canggih, dimana hal tersebut dapat memudahkan mitra untuk menjangkau secara luas konsumen sarannya. Selain itu juga, mitra lebih memahami dan mengetahui

mengenai fitur sosial media seperti *instagram* dan *facebook* dalam menggunakannya untuk promosi dengan menarik, sehingga banyak konsumen membeli produk kue bawang.

Program pengabdian kepada masyarakat pada usaha kue bawang “Sari Nadi” yang bertempat di Desa Penarungan, Mengwi, Badung terealisasi 100%. Diharapkan kesadaran dan kepedulian masyarakat di Desa Penarungan terutama terhadap UMKM agar bisa lebih memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dibuat agar bisa mempertahankan pendapatan UMKM sendiri dan mampu mempertahankan konsumen yang ada.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Abidatul, and Dwiatmanto Muhammad Saifi. Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home Industry* (Studi Kasus pada *Home Industry* Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar). Brawijaya University, 2015.
- Dave Chaffey dan PR Smith (2017). “*Digital Marketing* Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Purwana, Dedi. 2017. “Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat 1*.
- Zilfania, D.V., (2014). Pengaruh *Media Marketing Twitter* Terhadap Terbentuknya *Brand Image* Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. Universitas Riau. Hal:17