

Pentingnya Penggunaan *Media Social* Dalam Pemasaran Produk Di UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali)

Gusti Made Oka Astana¹, Komang Sintha Tri Utami², Putu Yunita Pratiwi³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja¹²³

Kata kunci: Tradisional, budaya, kerajinan tangan, menarik, generasi	ABSTRAK Pengabdian Masyarakat merupakan suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Desa Nagasepaha merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng Bali, Desa Nagasepaha memiliki berbagai tradisi, budaya dan kerajinan tangan yang sangat menarik untuk diteliti. Kami memilih sentra kerajinan sebagai tempat untuk kami melakukan Pengabdian Masyarakat. Kerajinan yang ada di Desa Nagasepaha bersifat turun temurun dari tahun ke tahun, serta dari generasi ke generasi. Dari data di atas kami memilih untuk melakukan Pengabdian Masyarakat di salah satu pengrajin lamak dan tatakan dulang yang beralamat di Dusun Dajan Margi Desa Nagasepaha Kabupaten Buleleng Bali. UMKM yang kami pilih adalah UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali). Metodologi yang digunakan dalam pengabdian ini ada 2 di mulai dari persiapan hingga pelaksanaan. Di temukan bahwa media social sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan suatu bisnis.
Keywords: Traditions, culture, handicraft, interesting, generation. .	ABSTRACT <i>Community Service is an activity that aims to help certain communities in several activities without expecting rewards in any form. Nagasepaha Village is a village located in Buleleng District, Buleleng Regency, Bali, Nagasepaha Village has various traditions, cultures and handicrafts that are very interesting to study. We chose the craft center as a place for us to do Community Service. The crafts in Nagasepaha Village are hereditary from year to year, as well as from generation to generation. From the above data, we chose to conduct community service in one of the lamak and tatakan dulang craftsmen located in Dajan Margi Hamlet, Nagasepaha Village, Buleleng Regency, Bali. The UMKM that we chose is Mrs. Mona Craft UMKM (Cenigan Bali). The methodology used in this service is 2 starting from preparation to implementation. It was found that social media is very important to support the success of a business.</i>

PENDAHULUAN

Menurut (Saefudin, 2018) UMKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Menurut Tambunan, 2012 (dalam Arliani, 2019) di Indonesia, UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997 yang mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut.

UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 Undang-undang mengatur bahwa usaha mikro adalah usaha produksi milik perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro menurut ketentuan peraturan perundang-undangan.. Usaha kecil adalah suatu usaha ekonomi produktif mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau sebagian, langsung atau tidak langsung, dari usaha mikro atau perusahaan besar untuk memenuhi kebutuhan usaha kebutuhan standar.

Perusahaan menengah adalah suatu perusahaan ekonomi produksi yang berdiri sendiri, dijalankan oleh orang perseorangan atau badan hukum, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan yang dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan tersebut, atau merupakan bagian langsung atau tidak langsung dari perusahaan mikro. Usaha kecil atau perusahaan - perusahaan besar, memenuhi kriteria perusahaan menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan adalah kualitas sumber daya manusia khususnya perilaku pelaku ekonomi, dan modal perusahaan. Suatu usaha dapat dikatakan berhasil apabila pelaku usaha mempunyai sifat kepribadian jujur, kreatif, dan

inovatif sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen.. Semakin termotivasi dan berperilaku baik suatu badan usaha, maka semakin besar pula peluang UMKM untuk berkembang.

Kekuatan modal juga dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Modal suatu usaha mutlak diperlukan untuk menjalankan kegiatannya. Oleh karena itu diperlukan sejumlah modal tertentu sebagai dasar pengukuran keuangan suatu badan usaha. Modal usaha dapat berasal dari modal sendiri, dukungan pemerintah, lembaga keuangan, bank maupun non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Arliani, 2019).

Menurut I Manik, 2022 berdasarkan data pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi UMKM Kabupaten Buleleng, perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng setiap tahunnya meningkat secara signifikan yaitu pada tahun 2020 sebesar 54.489 usaha, dan pada tahun 2021 sebesar 57.216 sehingga dapat dikatakan bahwa UMKM pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan sebesar 2.727. Dari data tersebut telah disebutkan bahwa Kecamatan Buleleng menjadi Kecamatan dengan jumlah UMKM terbesar ke 2 di Kabupaten Buleleng. Hal ini juga yang mendorong kami untuk melakukan pengabdian masyarakat di Kecamatan Buleleng khususnya Di Desa Nagasepaha. Desa Nagasepaha merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng Bali, Desa Nagasepaha memiliki berbagai tradisi, budaya dan kerajinan tangan yang sangat menarik untuk diteliti. Kami memilih sentra kerajinan sebagai tempat untuk kami melakukan Pengabdian Masyarakat. Kerajinan yang ada di Desa Nagasepaha bersifat turun temurun dari tahun ke tahun, serta dari generasi ke generasi.

Dari data di atas kami memilih untuk melakukan Pengabdian Masyarakat di salah satu pengrajin lamak dan tatakan dulang yang beralamat di Dusun Dajan Margi Desa Nagasepaha Kabupaten Buleleng Bali. UMKM yang kami pilih adalah UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali). Ibu Wayan Redi merupakan seorang ibu rumah tangga biasa. Beliau memulai bisnis kerajinan lamak dan tatakan dulang ini sejak awal tahun 2008. Dengan modal awal sebesar Rp. 500.000. dari modal tersebut Ibu Wayan Redi mulai memberli beberapa perlengkapan serta peralatan yang digunakan untuk pembuatan lamak. Mulanya ia hanya menjual pesanan dari orang-orang (*pree order*) karena beliau hanya bekerja sendiri. Dulunya beliau hanya melakukan pemasaran atau promosi produk dari mulut ke mulut, serta dari rumah ke rumah. Hingga saat ini beliau hanya menyetorkan produk yang ia jual kepada pengepul. Adapun masalah yang dihadapi oleh Bu Mona Craft (Cenigan Bali) yakni terletak pada aspek pemasaran dan msdm. Kurangnya promosi serta pengetahuan atau kelihaan beliau dalam menggunakan media social membuat kami ingin membantu beliau. Misalnya saja dalam pembuatan logo, serta akun media social lainnya seperti, WhatsApp, Tiktok, Instagram, Facebook bahkan hingga Shopee. melihat begitu pentingnya pemasaran melalui media social, kami memutuskan untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan cara memberikan pelatihan terhadap pelaku UMKM Lamak dan Tatakan dulang di Desa Nagasepaha yakni Ibu Wayan Redi, guna membantu mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi seperti kurangnya pemahaman dan pemaksimalan penggunaan *digital marketing* (media sosial) untuk mempromosikan produknya.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan di UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali) meliputi 2 tahapan, mulai dari tahap persiapan hingga pada tahap pelaksanaan, guna pembinaan dapat dilakukan secara optimal maka kami melakukan hal sebagai berikut, yang pertama kami melakukan tahap persiapan, tahap persiapan yang kami lakukan di antaranya dengan menyerahkan surat ijin yang sudah disediakan oleh kampus kepada pelaku UMKM selanjutnya kami melakukan observasi serta wawancara kepada pelaku UMKM guna mengetahui. Kami melakukan observasi secara langsung ke lokasi UMKM guna mengetahui kondisi UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali) baik dari segi tempat, pihak-pihak yang terlibat, alat dan bahan yang digunakan, serta proses lamak dan tatakan dulang itu sendiri. Pada tahap akhir persiapan penulis melakukan wawancara dengan tujuan mengetahui secara lebih detail informasi usaha dan permasalahan yang dihadapi selama menjalankan usaha tersebut. Setelah melakukan wawancara penulis menemukan aspek permasalahan, yakni pada Aspek Pemasaran.

Selanjutnya tahap pelaksanaan, pada tahap pelaksanaan ini, penulis melaksanakan kegiatan memperkenalkan teknologi digital kepada pemilik UMKM sekaligus pelatihan terkait penggunaan sosial media dan *smartphone* tak hanya itu, penulis juga melakuakn pelatihan serta pengarahan terhadap pengambilan foto maupun video produk yang nantinya akan dipromosikan pada sosial media seperti

Facebook, Instagram, whatsapp, toktok shop, hingga shopee. Guna meningkatkan daya Tarik pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan ini, penulis memfokuskannya pada peningkatan pemasaran UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali) guna meningkatkan volume penjualan.

Hasil

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini dilakukan permohonan ijin untuk melakukan pengabdian Masyarakat di kantor perbekel desa nagasepaha, dalam proses ini penulis di terima baik oleh Bapak I Wayan Sumeken, S.Sos. selaku kepala desa di desa nagasepaha, dalam proses permohonan ijin ini penulis secara langsung di damping oleh bapak dan ibu dosen pembimbing.hari selanjutnya koordinasi telah dilakukan dan surat permohonan izin melakukan pengabdian di Bu Mona Craft (Cenigan Bali) telah dibuat dan diserahkan pada hari Selasa tanggal 15 Agustus 2023. Langkah ini diawali dengan menjelaskan tujuan penelitian ini, setelah itu menjelaskan tujuan penelitian ini.. bekerja. Setelah menjelaskan niat baik kami, Ibu Wayan Redi selaku pemilik UMKM akhirnya memberikan izin untuk melakukan penelitian di UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali).



Gambar 1 Proses Permohonan Ijin Pengabdian Di Kantor Desa



Gambar 2. Koordinasi dengan Pelaku Umkm

Tanggal 15 agustus 2023 dilakukan observasi awal. Pada tahap ini dilakukan wawancara mengenai profil perusahaan, dari tahun berdirinya perusahaan serta mengenai kendala-kendala yang dihadapi

selama beroperasinya UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali). Kendala telah ditemukan, terutama dari sudut pandang pemasaran. Pemasaran yang digunakan masih manual, yakni dari mulut ke mulut, karena kurangnya pengetahuan beliau mengenai pentingnya mengikuti perubahan zaman dan pentingnya *teknologi digital* pada masa sekarang. Hal inilah yang membuat kami menjadi tertarik untuk membantu beliau dalam mengembangkan manajemen pemasarannya. Dalam pembinaan UMKM ini diberikan pembinaan dalam aspek pemasaran. Dalam aspek pemasaran, diberikan pembinaan mengenai tata cara pembuatan akun media sosial agar lebih *update*. Ibu Wayan Redi juga kami buat akun *Shopee, Facebook, Instagram* dan *Tiktok* untuk memasarkan produk agar lebih dikenal masyarakat luas.

2. Tahap pelaksanaan

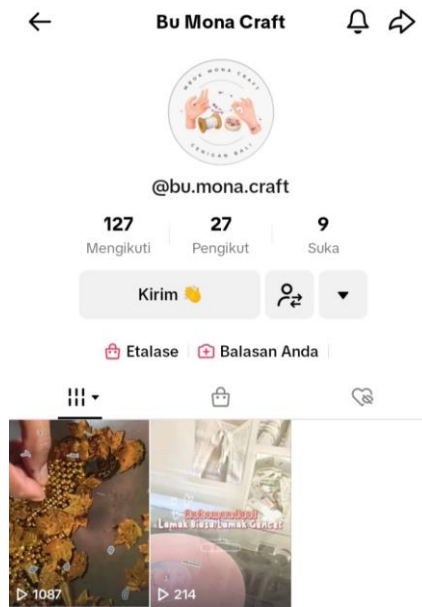
Tahap implementasi akan dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 16 Agustus 2023.. Pada tahap ini dilakukan pelatihan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Bu Mona Craft (Cenigan Bali).. Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Bu Mona Craft (Cenigan Bali), maka diputuskan untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut.. Solusi yang ditawarkan pada aspek review ini adalah dengan memberikan panduan mengenai pembuatan akun *media sosial* untuk mempromosikan produk yang dipasarkan agar tidak kalah saing dengan perusahaan sejenis.. Selain itu, akun jejaring sosial *Shopee, Instagram, Facebook,* dan *Tiktok* juga dibuat sebagai sarana pendukung dalam pemasaran produk.



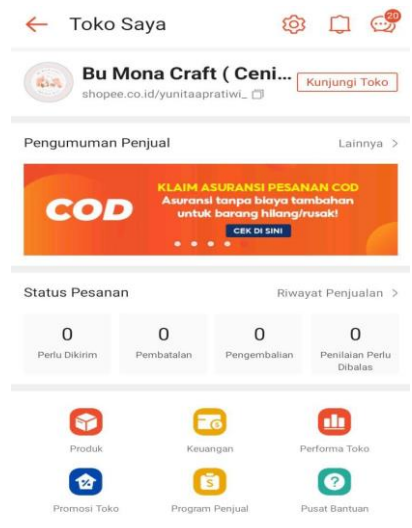
Gambar 3 Melaksanakan Pembinaan Umkm



Gambar 4 LOGO BU MONA CRAFT (CENIGAN BALI)



Gambar 5 Akun Tiktok Bu Mona Craft (Cenigan Bali)



Gambar 6 Akun Shopee Bu Mona Craft (Cenigan Bali)



Lengkapi profil Anda
2 DARI 4 SELESAI

Gambar 7 Akun Instagram Bu Mona Craft(Cenigan Bali)



Gambar 8 Promosi Produk Via Whatsapp

Penulis juga ikut serta dalam pembuatan lamak dan tatakan dulang selama 4 hari berturut turut, agar penulis data merasakan dan mengetahui sendiri bagaimana proses serta kesulitan ataupun kendala yang di alami dalam pembuatan 1 pasang lamak dan 1 lembar tatakan dulang. Proses di awali dengan menyiapkan karton, kain bludru hingga kain dasar tatakan dulang dan juga manik manik yang di perlukan. Tidak lupa juga Selama kegiatan ini berlangsung penulis menyempatkan waktu untuk membuat dokumentasi baik dalam bentuk foto maupun video dari proses pembuatan lamak dan tatakan dulang ini sebagai bahan promosi nantinya, serta sebagai pembuktian bahwa bahwa pembuatan lamak dan tatakan dulang ini benar benar rapi dan benar-benar *handmade* khas Nagasepeha, serta memiliki ciri khasnya sendiri.



Gambar 9 Proses Pembuatan Lamak Di Umkm Bu Mona Craft (Cenigan Bali)



Gambar 10 Proses Pembinaan Dalam Pembuatan Lamak

Selanjutnya penulis melaksanakan kegiatan evaluasi sebagai akhir dari kegiatan yang dilakukan, evaluasi yang dilakukan merupakan evaluasi dari segi aspek pemasaran yang bertujuan untuk memastikan pelatihan yang telah penulis berikan dapat diterima dengan baik oleh pelaku UMKM dan mampu menerapkannya demi keberlangsungan usaha di masa mendatang.

Pembahasan

Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat dan banyak usaha kecil yang memanfaatkan perkembangan ini untuk mengelola operasional bisnisnya (Risa, 2019). Strategi pemasaran dan komunikasi yang tepat tentunya dapat digunakan untuk mencapai target pasar untuk kemungkinan pertumbuhan, penjualan dan keuntungan. Dalam situasi ini, masih terdapat UMKM yang belum memanfaatkan teknologi yang terus berkembang dalam operasional bisnisnya, yaitu UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali).

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh para pemilik UMKM adalah belum melibatkan *digital marketing* dalam memasarkan produknya, para pemilik usaha hanya menggunakan pemasaran produk secara offline termasuk pemasarannya. Pasar memberikan donasi langsung kepada pengepul, melalui mulut ke mulut dan mengikuti kegiatan pameran.. Hal ini mengakibatkan rendahnya penjualan UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali) sehingga akan mempengaruhi target pasar. Pemasaran digital merupakan salah satu media yang populer di masyarakat untuk mendukung kegiatan berbagi yang akan dilakukan, pemasaran digital, komunikasi atau kegiatan pemasaran dapat dilakukan kapan saja dan diseluruh dunia.. Media sosial juga menjadi peluang bagi UMKM untuk mengembangkan pasarnya, yang hanya bisa dilakukan melalui ponsel pintar milik pemilik usaha.. Keberadaan jejaring sosial saat ini terus merambah kehidupan manusia. Dalam perkembangannya, media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari menjalin pertemanan, mengkampanyekan program tertentu (pendidikan, sosial, keagamaan, lingkungan, kesehatan, dll), hingga mempromosikan pemasaran produk atau layanan tertentu.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam rangkaian ini, kami telah memberikan gambaran komprehensif tentang UMKM Bu Mona Craft (Cenigan Bali), sebuah bisnis yang telah tumbuh dan berkembang dengan tekad dan dedikasi. Melalui upaya kolektif dari pemilik UMKM, karyawan dan juga kami, kami berhasil mencapai pencapaian signifikan dalam hal pemasaran, ekspansi pasar yang meluas dan keuntungan

yang meningkat sehingga ada saat yang sama, kami juga menghadapi sejumlah tantangan yang memerlukan pemecahan masalah dan adaptasi cepat. Namun, kami yakin bahwa dengan pendekatan yang tepat, kami akan terus melampaui hambatan-hambatan ini.

Kami sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kami selama perjalanan ini, termasuk tim internal, pelanggan setia kami, dan pihak-pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnis kami. Dalam tahun-tahun mendatang, kami berkomitmen untuk terus berkembang dan meningkatkan kualitas layanan kami. Kami melihat masa depan dengan optimisme dan tekad yang kuat untuk meraih pencapaian yang lebih besar lagi.

Saran

Kami menyarankan untuk meningkatkan kehadiran online pemasaran digital, termasuk media social dalam melaksanakan pemasaran hal ini bertujuan guna mencapai lebih banyak pelanggan potensial.

DAFTAR RUJUKAN

- Lia Arliani, L. I. (2019). Pengaruh Perilaku Pelaku Usaha dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM di Desa Tukad Sumaga Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Saefudin, A. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PRODUK, DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PENJUALAN PADA UMKM PENGRAJIN KAYU DI GILINGAN KOTA SURAKARTA.
- Seftiandy, S. &. (2018). Strategi Rebranding E-Commerce Blanja.com Meningkatkan Brand Awareness melalui Iklan Televisi. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Jurnal Isip*.
- Dantes, Nyoman. 2019. Metodologi Penelitian . Singaraja : Pasca Sarjana Undiksha Singaraja.
- Sudati Nur Sarfiah, H. E. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Untidar*.