

Pemanfaatan media sosial serta peningkatan produksi dalam upaya peningkatan penjualan usaha K2R

Kadek Tirta Yasa¹, IGede Krisna Fhareza Putra², Gusti Putu Eka Kusuma³, Anak Agung Ngurah Restu Gautama^{4s}

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

Kadektirtayasa0702@gmail.com¹, krisnafharezap@gmail.com², ekakusuma700@gmail.com³, gautamarestu@gmail.com⁴

Kata kunci:
Umkm, K2R,
Pengabdian
Masyarakat.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah penggerak perekonomian pada suatu daerah, dan sekarang ini mulai dianggap sebagai pilar penggerak perekonomian dari sebuah Negara. Walaupun dikategorikan sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah karena modalnya cenderung tidak banyak, produksi dan penjualan dan tidak besar, serta pangsa pasar atau informasi total penjualan bisnis yang cenderung lebih sempit. Melihat dari dampak pandemi Covid-19 tersebut banyak masyarakat pelaku UMKM mengangkat potensi sumber daya alam yang ada di setiap daerah masing masing. Salah satu contohnya yaitu UMKM K2R Desa Pedawa yang menggunakan talas sebagai bahan utama olahan. Tujuan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan produksi dalam upaya peningkatan penjualan. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan secara teori dan praktek dengan berbagai tahapan pelaksanaan.

Keywords:
MSMEs, K2R,
Community Service..

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are an economic driver in a region, and are now starting to be considered as pillars of economic driving of a country. Although categorized as Micro, Small and Medium Enterprises because the capital tends to be not much, production and sales and not large, as well as market share or total business sales information that tends to be narrower. Seeing from the impact of the Covid-19 pandemic, many MSME actors raised the potential of natural resources in each respective region. One example is the Pedawa Village K2R MSMEs which use taro as the main processed material. The purpose of this community service is carried out to increase production in an effort to increase sales. The method used in this community service is theoretical and practical assistance with various stages of implementation.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu alat pelopor pada suatu daerah, seperti pada saat ini umkm dianggap menjadi pilar penggerak perekonomian di sebuah negara. Meskipun UMKM di kategorikan sebagai usaha menengah karena memiliki modal yang cenderung tidak banyak, produksinya dan penjualannya tidak besar serta pangsa pasar atau informasi total penjualan bisnis yang tidak luas. Namun apabila umkm disatukan maka jumlah produksi dan penjualannya bisa mengimbangi perusahaan.

Melihat dari dampak pandemi Covid-19 tersebut banyak masyarakat pelaku UMKM mengangkat potensi sumber daya alam yang ada di setiap daerah masing masing. Salah satu contohnya yaitu Desa Pedawa, Desa Adat Pedawa merupakan salah satu desa adat tua yang berada di Kabupaten Buleleng Bali. Desa Adat ini mempunyai sejarah yang panjang. Namun catatan sejarah panjang Desa Adat Pedawa ini tidak tertuang dalam prasasti ataupun lontar-lontar secara khusus, Sejarah panjang ini sebagian besar hanya berdasarkan cerita turun temurun, meski juga tertuang sedikit pada beberapa lontar dari luar desa.

Desa Pedawa juga memiliki makanan (kuliner) khas, misalnya jaje (jajan) buah bunut, sate keladi, ada bandut dan sebagainya, orang Pedawa minum kopi bersama dengan makan gula aren. Gulanya dimakan, bukan dimasukkan kedalam cangkir kopi. Ada juga makanan ketela pohon keladi.

Melihat dari potensi bahan baku yaitu Keladi, sehingga mendorong salah satu pelaku UMKM dari Desa Pedawa yaitu K2R untuk mengangkat Keladi sebagai olahan.

Cemilan yang disatukan dengan salah ciri khas Desa Pedawa yaitu Gula Pedawa. Usaha ini telah di rintis oleh Bapak Guci Adnyana selaku masyarakat asli Desa Pedawa usaha ini telah dikembangkan sejak tahun 2019 dengan terus melakukan inovasi dan pemasaran seiring dengan perkembangan globalisasi, Kemudian dampak dari pandemi dan seiring berkembangnya jaman mempengaruhi pemasaran dan produksi yang terus menambah sesuai dengan permintaan konsumen dan sulitnya persaingan.

METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di UMKM K2R yang beralamat di Desa Pedawa Kecamatan Banjar Buleleng Bali. Tujuan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan produksi dalam upaya peningkatan penjualan. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan secara teori dan praktek dengan berbagai tahapan pelaksanaan. Sembari melakukan pendampingan dan observasi juga menelaah mengenai tahapan pembuatan produk yang berupa cemilan dari awal produksi hingga proses pengemasan,serta membantu dan observasi langsung dalam hal penjualan di acara festival. Kegiatan ini dilakukan selama sebulan dan menganalisis mengenai permasalahan yang ada di Usaha K2R . Adapun tahapan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut:

1.Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini yang pertama dilakukan oleh tim pengabdi adalah meminta izin kepada pihak umkm,, setelah diizinkan, kemudian mengadakan wawancara dengan pemilik usaha Bapak Guci Adnyana serta melakukan observasi.

2.TahapPelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, tim pengabdi mulai melakukan pembinaan tentang aspek produksi serta aspek pemasaran dimana tim pengabdi membantu melakukan pendampingan dalam mengenalkan alat serta inovasi terbaru terkait produksi dan kemasan produk serta memberikan pengenalan dan pelatihan teknologi kepada pemilik untuk mengembangkan kinerja dalam hal memanfaatkan media sosial yang tengah trend di era globalisasi ini untuk pemasaran produk, dengan begitu K2R mampu mengikuti perkembangan teknologi yang ada, sehingga K2R dapat mempromosikan produk lewat media sosial seperti Whatsapp, Intagram, Tiktok danFacebook.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1.Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, tim pengabdi mengkoordinasikan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dengan pemilik usaha bapak guci adnyana,untuk menentukan pelaksanaan praktek kerja lapangan yaitu: tanggal dan waktu dimulainya praktek kerja lapangan,mempersiapkan surat ijin pelaksanaan kegiatan, merencanakan kegiatan yang dilakukan selama praktek kerja lapangan ini berlangsung. Pada tanggal 10 Agustus 2023 tim pengabdi dating secara langsung ke lokasi usaha K2R yang berada di wilayah desa Pedawa, Kec. Banjar, Kab Buleleng, Bali bersama dosen pembimbing untuk melakukan kordinasi langsung dengan pemilik UMKM K2R. Serta memberikan surat izin praktek kerja lapangan kepada pemilik UMKM K2R bahwa pengabdi akan melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di usaha ini.



Gambar 1. Penyerahan Surat Permohonan Izin

Pada tanggal 10 Agustus 2023 tim pengabdian melakukan observasi dimana tim pengabdian melakukan observasi terkait UMKM ini dimulai dari awal berdirinya usaha ini hingga menelaah mengenai tahapan pembuatan produk keripik dari awal produksi hingga proses pengemasannya, mengamati kebiasaan apa saja yang diterapkan. Tim pengabdian juga melakukan wawancara terhadap pemilik usaha ini yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi secara lebih detail serta memberikan rekomendasi untuk memecahkan masalah tersebut. Dari hasil wawancara tersebut ditemukan permasalahan yaitu aspek produksi berupa sulitnya melakukan produksi dengan menggunakan mesin serta aspek pemasaran yang belum maksimal dimana pemasaran yang dilakukan masih di lingkup PemKab saja belum adanya pemasaran yang mencakup market atau penjualan pada toko/warung.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan ini dimulai pada Tanggal 13 Agustus 2023 pertama-tama yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah membantu proses kegiatan-kegiatan pemasaran berupa membuat desain promosi guna memberi informasi kepada masyarakat bahwa K2R akan membuka Stand pameran di dalam acara Buleleng Development Festival yang akan berlangsung selama 10 hari.



Gambar 2. Hasil desain panplet promosi

Selanjutnya, pada Tanggal 15 Agustus 2023 sampai dengan 24 Agustus 2023 tim pengabdian mulai melakukan pemasaran secara langsung di dalam acara BDF sehingga secara langsung tim pengabdian melakukan riset lapangan dengan tujuan mengetahui bagaimana minat konsumen terhadap produk yang di hasilkan serta melakukan riset terkait panplet informasi yang dibuat serta di posting di media social.



Gambar 3. Kegiatan Pemasaran dalam Acara BDF

Selanjutnya pada tanggal 27 Agustus 2023 memberikan pembinaan mengenai pentingnya penggunaan media social khusus K2R dalam upaya peningkatan penjualan serta peningkatan produksi setelah disetujui oleh pemilik usaha maka selanjutnya penulis membuat media social khusus dengan nama usaha K2R.

Pembahasan

Menurut Hadiprodjo dan Soedarmo Produksi adalah proses untuk menciptakan atau menambah manfaat, bentuk, waktu dan tempat atas faktor produksi sehingga lebih dapat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan manusia. Menurut Irham Fahmi (2012:3), manajemen produksi adalah suatu ilmu yang membahas secara komprehensif bagaimana pihak manajemen produksi perusahaan mempergunakan ilmu dan seni yang dimiliki dengan mengarahkan dan mengatur orang-orang untuk mencapai suatu hasil produksi yang diinginkan.

Dalam situasi yang di hadapi oleh pemilik K2R untuk meningkatkan produksi guna meningkatkan jumlah penjualan penulis memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan pada bagian tahap pertama yaitu pengirisan bahan baku untuk menambah tenaga kerja guna meningkatkan hasil produksi dengan standar ketebalan yang di inginkan. Selain itu juga untuk menanggulangi kesediaan bahan baku penulis juga memberikan solusi agar pemilik usaha K2R bisa bekerjasama dengan masyarakat desa dengan mengarahkan mereka menjadi supplier.

Selanjutnya permasalahan yang kedua yaitu penggunaan media social untuk meningkatkan penjualan dengan memberikan informasi secara luas. Social media marketing adalah suatu proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial media online dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar, yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran dari pada melalui saluran periklanan tradisional. Jadi dapat disimpulkan bahwa sosial media marketing merupakan salah satu bentuk strategi untuk memasarkan berbagai jenis produk, melakukan promosi melalui saluran media online sehingga bisa berkomunikasi dengan komunitas yang jauh lebih besar agar produk atau layanan produksi K2R Mekluh Pedawa bisa dikenal banyak orang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pemaparan laporan Praktik Kerja Lapangan diatas, dapat tim peneliti sampaikan bahwa pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan merupakan kegiatan yang wajib diikuti oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja untuk mempersiapkan diri terjun ke lingkungan kerja yang lebih nyata nantinya. Selain itu Praktik Kerja Lapangan dapat memberikan dampak yang positif kepada mahasiswa karena akan menambah pengalaman di dunia kerja.

SARAN

Saran yang dapat berikan oleh tim peneliti yaitu, dengan adanya pembinaan UMKM ini, diharapkan pemilik UMKM K2R lebih bisa memanfaatkan media sosial yang ada, apalagi di zaman modern seperti saat ini semua pasti sudah memakai smartphone, jadi alangkah baiknya memanfaatkan teknologi yang ada untuk melakukan pemasaran terhadap UMKM K2R agar bisa lebih dikenal masyarakat luar sehingga bisa bersaing dengan minimarket lainnya

DAFTAR RUJUKAN

- Assauri, Sofian. 2016. Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi Revisi. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia. Jakarta
- Gunelius. (2011). "Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menurut Para Ahli".
- Inza Putra. (2021). UMKM Halal dan Ketahanan Ekonomi Indonesia, (diakses pada tanggal 13 desember 2021)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller.(2016). "Marketing Management,15th Edition.Pearson

Education, Inc.

M.Prawiro.(2020). Pengertian Pemasaran, Ruang Lingkup, Fungsi, tugas dan jenis-jenisnya. (diakses pada tanggal 9 oktober 2022) Menurut Para Ahli”.