

PEMASARAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK PADA USAHA HOME INDUSTRY BERAS SIGER PEKON BUMI RATU

Dwi Puastuti¹, Novia Anggraeni², Muhammad Muslihudin³,
Citrawati Jatiningrum⁴

^{1,2,3,4}Prodi Sistem Informasi STMIK Pringsewu Lampung

^{1,2,3,4}Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu Lampung, Indonesia

Email : noviaanggraeni149@gmail.com, puastutidwi29@gmail.com,
muslihudinweb@gmail.com, citrawati1980@gmail.com

Abstrak

Media sosial facebook bukanlah hal yang baru dalam dunia modern sekarang ini. Peran media sosial memang dirasa sangat membantu bagi pelaku home industry. Media sosial saat ini bertransformasi menjadi sebuah media untuk menciptakan sebuah fenomena baru dalam dunia ekonomi, diantaranya sebagai media promosi hingga transaksi jual beli, hal ini menjadi sebuah kekuatan baru dalam dunia ekonomi dimana kita bisa memangkas biaya pemasaran dengan tidak mengurangi pemasukan bahkan pemasaran bisa lebih efektif. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar fungsi media sosial khususnya facebook dalam perkembangan e-commerce di Pekon Bumi Ratu. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman bagaimana memasarkan produk makanan berbasis digital. Dari kegiatan ini para anggota yang memiliki usaha home industry dapat memasarkan produk dengan cepat, tepat dan aman sehingga pelanggan dapat memberikan kenyamanan bagi para pelanggan.

Kata Kunci :facebook, beras siger,home industry,pemasaran.

Abstract

Social media Facebook is nothing new in today's modern world. The role of social media is indeed very helpful for home industry players. Social media is currently transforming into a medium to create a new phenomenon in the economic world, including as a promotional media to buying and selling transactions, this has become a new force in the economic world where we can cut marketing costs by not reducing income even marketing can be more effective . The purpose of this paper is to find out how big the function of social media, especially Facebook, is in the development of e-commerce in Pekon Bumi Ratu. This Community Service activity aims to provide an understanding of how to market digital-based food products. From this activity, members who have a home industry business can market their products quickly, precisely and safely so that customers can provide convenience to customers.

Keywords:facebook, siger rice, home industry, marketing.

I. PENDAHULUAN

Globalisasi dan pasar bebas menjadi tantangan bagi Usaha Kecil home industry untuk terus bertahan. Derasnya arus informasi dan semakin bebasnya

kompetisi telah meningkatkan kesadaran konsumen dan pelanggan akan banyaknya pilihan produk barang dan jasa yang dapat dipilih. Apabila usaha home industry tidak segera membenahi diri, maka akan terancam kalah bersaing dan gulung tikar. Untuk itu, usaha home industry perlu membenahi diri dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan pelanggan. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah potensi teknologi informasi. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi usaha home industry untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya. Selain itu juga meningkatkan kesempatan untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan angat berpotensi untuk mendorong kinerja adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis (Swasta Priambada. 2015). Hingga saat ini, masih jarang publikasi tentang penggunaan media sosial pada home industry dan manfaat penggunaan media sosial bagi home industry di pekon Bumi Ratu. Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi usaha kecil dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu pendampingan tentang media sosial. Pendampingan ini bertujuan untuk memahami manfaat pengelolaan media sosial dilakukan agar para pelaku home industry paham bagaimana membuat sebuah promosi produk melalui media sosial terlihat menarik dan tepat sasaran, hal tersebut dikarenakan banyak dari para pelaku home industri belum memahami bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai sarana media promosi Kegiatan pelatihan pemasaran produk Home Industry dilakukan oleh TIM PKM STMIK Pringsewu pendampingan yang dilakukan memberikan pelatihan penggunaan media social Facebook sebagai sarana untuk promosi dengan hasil pengabdian memiliki jangkauan yang luas dalam pemasaran sehingga secara otomatis menambah sasaran konsumen yang akan berpengaruh pada omset penjualan. Berdasarkan data yang di dapat disimpulkan bahwa ibu-ibu KWT pekon Bumi Ratu ingin mengembangkan para aggotanya untuk memahami dan mengimplemantasikan penjualan berbasis mobile commerce. Dalam upaya meningkatkan pemasaran produk dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan hasil produk guna mempermudah pemasaran sehingga dengan ini mampu memberikan nilai tambah produk dan meningkatkan pendapatan bagi ibu-ibu KWT di pekon Bumi Ratu. Berdasarkan hal tersebut maka Tim Pengabdian Masyarakat STMIK Pringsewu mengadakan pendampingan terhadap ibu- ibu Kwt pekon Bumi Ratu.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Pelatihan

Pelatihan adalah proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir. Pelatihan didefinisikan sebagai praktek jalan manusia yang fokus adalah mengidentifikasi menilai melalui pembelajaran yang direncanakan membantu pengembangan kompetensi kunci yang memungkinkan orang untuk melakukan pekerjaan saat ini atau masa depan. Pelatihan sebagai bagian dari pendidikan yang mengandung proses belajar

untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan waktu yang relatif singkat dan metode yang lebih mengutamakan praktek dari pada teori.

2.2 Pemasaran Online

Marwan (1991:15) Pemasaran online adalah sebuah usaha perencanaan strategi penjualan. Usaha tersebut mengarah pada strategi pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menghasilkan laba penjualan. Oleh karna itu, prinsipnya hampir sama seperti strategi penjualan pada umumnya. Namun, pada pemasaran online kepuasan pelanggan lebih diperhitungkan lagi karena konsumen hanya mengetahui produk lewat gambar.

2.3 Home Industry

Home industry yaitu usaha rumahan yang dilakukan di tempat tinggal serta merangkap sebagai tempat usaha, baik itu berupa usaha jasa, kantor hingga perdagangan. Semua pelaku home industry yang mempunyai desain ini adalah kalangan enterpreneur dan profesional, yang sekarang mulai meluas pada kalangan umum. Istilah home industry adalah pelaku kegiatan ekonomi yang dapat berbasis di rumah ini adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang di sekitarnya sebagai karyawannya.

2.4 Media Sosial

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan berada dimanapun. Sosial media sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk (Merril T,dkk, 2011).

2.5 Pemberdayaan Masyarakat

(Silvi Novri Yanti, 2019) Istilah pemberdayaan berasal dari kata daya yang berarti kekuatan atau kemampuan. Pemberdayaan adalah suatu upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh suatu masyarakat sehingga mereka dapat mengaktualisasikan jati diri, hasrat, dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan dirinya secara mandiri. Shardlow Melihat bahwa berbagai pengertian yang ada mengenai pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka. Dengan demikian, pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan, sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah.

2.6 Pengertian Beras Siger

Beras siger adalah beras yang terbuat dari bahan dasar singkong, yang di kenal dengan sebutan oyek, Beras siger memiliki sifat fungsional dapat mencegah terjadinya obesitas dan pengendali diabetes mellitus, jika dibandingkan dengan beras biasa beras siger lebih mahal. Beras siger dapat dikatakan sebagai sejenis beras modifikasi dari tiwul yang biasanya membutuhkan waktu sampai 8 hari dalam pembuatannya. Waktu 8 hari tersebut dihitung dari awal mulai pengupasan, perendaman, sampai pengeringan. Dalam pembuatannya beras siger ini juga membutuhkan waktu yang cukup lama, sehingga membutuhkan ketelatenan. Biasanya dalam satu kali produksi beras siger dengan bahan 50 kg singkong, setelah dikupas dan dibersihkan bobot singkong berkurang menjadi 30 kg. Dan setelah melewati proses pengeringan menjadi gaplek, beratnya menjadi 13 kg. Kemudian pada proses pembuatan menjadi beras siger bobotnya akan berkurang lagi menjadi 9 kg. Setelah melalui tahap produksi beras siger ini memiliki terbagi dalam dua jenis yaitu beras yang memiliki warnan coklat muda dan beras yang memiliki warna hitam. Warna hitam dari beras tersebut didapatkan dari proses fermentasi dari beras siger. Untuk penjualan, beras siger ini dijual dengan harga sekitar Rp12.000 per kilo.

III. METODE PELAKSANAAN

3.1 Penyusunan Jadwal

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, pertama melakukan penyusunan rencana metode yang akan dilakukan selama proses awal pelatihan dan rencana selama kegiatan berlangsung. Adapun dalam sosialisasi awal, terlebih dahulu mendatangi Kantor Pekon Bumi Ratu dan kunjungan kepada ketua KWT pekon Bumi Ratu untuk melakukan kegiatan yang akan dilaksanakan. Hal ini memiliki tujuan agar warga bersedia ikut serta dalam kegiatan ini, kegiatan ini dilaksanakan pada 28 juli 2020 bertempat di dusun 4 Pekon Bumi Ratu, kegiatan dilaksanakan pada pukul 09.00 sd Selesai. Adapun jadwal kegiatan sebagai berikut:

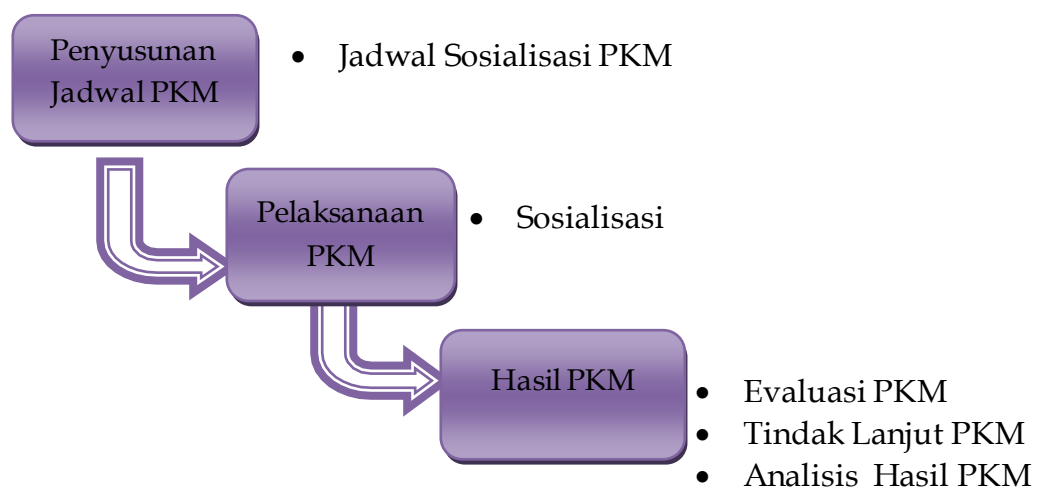
Tabel 1.0 Jadwal kegiatan PKM

| Waktu | Kegiatan |
|-------------------|---|
| 28 Juli 2020 | Rapat bersama membahas tentang kegiatan PKM |
| 10 Agustus 2020 | Meminta izin kepada ketua KWT pekon Bumi Ratu |
| 25 Agustus 2020 | Melakukan kunjungan di tempat pembuatan beras siger |
| 31 Agustus 2020 | Meminta izin kepada pegawai pekon Bumi Ratu untuk meminjam tempat. |
| 01 September 2020 | Mempersiapkan tempat dan membagi tugas untuk acara pelatihan bersama ibu Kwt pekon Bumi Ratu. |

| | |
|-------------------|---|
| 02 September 2020 | Acara dilaksanakandalam 2 hari Memberikan pelatihan berupa: Bagaimana Cara memasarkan produk beras siger melalui media sosial facebook, instagram, twetter, dan whatsapp. |
| 03 September 2020 | Memberikan Pengarahan bagaimana cara pengemasan agar lebih menarik sehingga membuat produk tersebut diminati oleh konsumen. |

3.2 Alur Pelaksanaan PkM

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, pertama melakukan penyusunan rencana metode yang akan dilakukan selama proses awal pelatihan dan rencana selama kegiatan berlangsung. Alur proses pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar 1 yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1.0 Alur Pelaksanaan PkM

IV. PELAKSANAAN DAN HASIL

4.1 Model Pelatihan

Model pelatihan yang digunakan pada kegiatan Tim PKM STMIK Pringsewu adalah melakukan penyuluhan dan pendampingan. Melalui metode ini diharapkan sasaran akan dapat bekerja sama dan merasa saling memiliki dan tanggung jawab terhadap kelangsungan kontinuitas, baik selama kegiatan ini berlangsung maupun setelahnya. Pola pelaksanaan kegiatan ini akan dijalankan secara bertahap, yakni meliputi:

1. Survei, Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk survey melalui pendekatan sosial. Metode pendekatan dan penggalian masalah ini dilakukan dengan menciptakan suasana kekeluargaan melalui dialog

formal atau non formal tentang proses pembuatan beras siger, hingga pengemasan produk dan kendala dalam memasarkannya.

2. Kegiatan Pendampingan. Kegiatan yang dilakukan meliputi Pendampingan Pemasaran menggunakan sarana Media Sosial dalam proses pendampingan pemasaran dilakukan pelatihan menggunakan media sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Twitter sebagai media promosi yang mudah, murah, dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan meliputi :
 - a. Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran
 - b. Pendampingan Pemasaran

4.2 Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan pendampingan dilakukan selama 2 hari yaitu dari tanggal 02- 03 September 2020. Kegiatan dilaksanakan di Pekon Bumi Ratu dengan jumlah pelaku Home Industry binaan sebanyak 17 pelaku Home Industry. Kegiatan yang dilakukan meliputi pendampingan pemasaran menggunakan media sosial, dalam proses pendampingan pemasaran dilakukan pelatihan menggunakan media sosial Facebook, Instagram, twitter, dan Whatsapp, sebagai media promosi yang mudah, murah, dan dapat terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

4.3 Pelaksanaan PkM

Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat dilakukan dalam 1 tahapan yang dilakukan pada tanggal 25 Agustus 2020. Pada tahap pertama yaitu mengikuti proses pembuatan beras siger oleh tim PkM STMIK Pringsewu.



Gambar 4.1 proses penggilingan singkong yang akan menjadi tepungnantinya akan menjadi beras siger



Gambar 4.2 proses pengayakan dan pembentukan beras siger



Gambar 4.3 proses penjemuran beras siger



Gambar 4.4 proses penjemuran beras siger



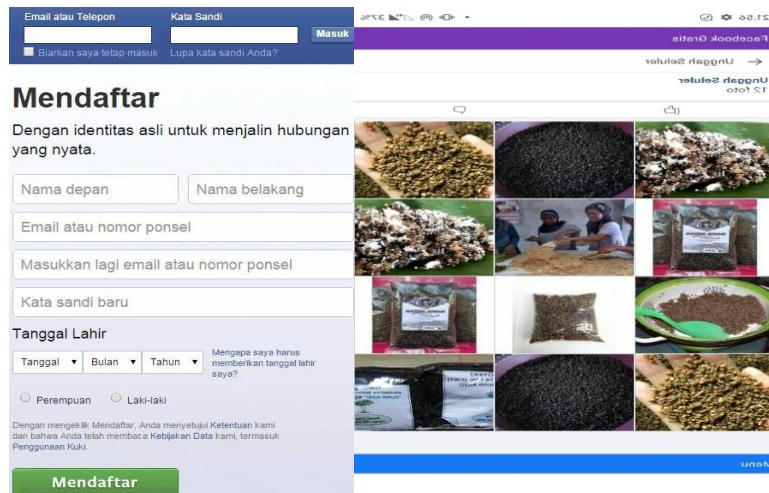
Gambar 4.5 beras siger yang sudah kering tadi harus melewati proses pengukusan

Selanjutnya yaitu kegiatan mengenai pelatihan pemasaran online bagi usaha home industry beras siger di Pekon Bumi Ratu dengan menjelaskan apa saja media sosial yang cocok untuk menjualkan produk tersebut kepada masyarakat. Dan memberikan pelatihan mengenai pemasaran dengan kemasan yang baik agar dapat menarik perhatian masyarakat mengenai beras siger yang sudah jarang ditemukan di era moderen ini.

4.4 Pendampingan Pemasaran

Dalam proses pendampingan pemasaran dilakukan pelatihan dalam menggunakan media sosial Facebook, sebagai media promosi yang mudah, murah, dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Pendampingan pengelolaan media sosial dilakukan agar para pelaku home industry paham bagaimana membuat sebuah promosi produk melalui media sosial terlihat menarik dan tepat sasaran, hal tersebut dikarenakan banyak dari para pelaku home industri belum memahami bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana media promosi. Hasil dari pendampingan ini berupa contoh promosi produk menggunakan berbagai media sosial dan kalimat promosi yang baik agar tepat sasaran, dalam hal ini para pelaku home industri diberikan pemahaman lebih lanjut mengenai media sosial yang sedang *trend* dikalangan masyarakat yang dapat dijadikan sebagai sarana promosi produk

1. Facebook



Gambar 4.0 Pemasaran Via Facebook

Facebook merupakan aplikasi media sosial yang dapat dikatakan lengkap karena kita dapat berkomunikasi dengan orang lain, berbagai video, membuat suatu grup atau perkumpulan, membuat jadwal bersama dan sebagainya.

4.5 Analisa Hasil PkM

Beras Siger Sebelum dikemas penjualannya masih menggunakan media plastic biasa yg ditimbang setelah ada yg membeli.



Gambar 4.1 Beras sebelum dikemas

Beras Siger yang telah dikemas menarik penjualannya lebih mudah, cepat, dan hemat waktu.



Gambar 4.2 beras siger yang telah dikemas

Dari hasil kegiatan Pengabdian pada Masyarakat yang dilakukan oleh STMIK Pringsewu, dari hasil Analisa dan wawancara terhadap pelaku usaha home industry beras siger, penjualan produk mengalami peningkatan. Dengan pemasaran melalui media sosial dapat membuat sistem jual beli dan promosi lebih mudah karena penjual, pembeli melakukan dapat membeli produk yang diinginkan kapan saja dan dimana saja melalui media sosial mereka pribadi.

Berikut ini adalah hasil dari analisa peningkatan penjualan beras siger menggunakan media promosi facebook :

Tabel 4.3 peningkatan penjualan beras siger

| No | Bulan | Terjual | | Presentase |
|----|-----------|---------|---------|------------|
| | | Sebelum | Sesudah | |
| 1. | Maret | 18 Kg | - | 18 % |
| 2. | April | 25 Kg | - | 25 % |
| 3. | Mei | 30 Kg | - | 30% |
| 4. | Juni | 40 Kg | - | 40 % |
| 5. | Juli | 37 Kg | - | 37% |
| 6. | Agustus | - | 75 Kg | 75 % |
| 7. | September | - | 90 Kg | 90% |

V. KESIMPULAN

Dari uraian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan satu tahap dapat di ambil kesimpulan bahwa Pelatihan dan praktek pemasaran digital dengan menggunakan sosial media memiliki dampak yang positif bagi ibu-ibu kwt pekon Bumi Ratu. Diperlukan sosialisasi yang lebih gencar mengenai pemasaran mengenai media sosial agar masyarakat lebih paham bahwa memasarkan produk dapat mudah dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui media sosial. Kemudahan Teknologi Informasi dapat dimanfaatkan untuk hal apapun baik

pemasaran, tutorial, dan informasi antar pengusaha produk dan konsumen. Transaksi dapat dipermudah dengan adanya media social bagi Pengusaha produk dan konsumen agar lebih mudah transaksi jual beli. Masyarakat Bumiratu masih sangat membutuhkan bimbingan pemasaran onlin agar mempermudah dalam melakukan promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pemateri, Dosen Pembimbing Lapangan, STMIK Pringsewu, ibu-ibu KWT Pekon Bumi Ratu dan para staf pekon Bumi Ratu yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini.

REFERENSI

Suraya Kafi Syahpura, Zulfahmi. 2019, Peningkatan Kualitas Beras Siger Berbasis Teknologi ASUH (Aman, Sehat, Utuh, dan Halal).

Leny Munihor, dkk. 2018 “ Pelatihan Pemasaran Secara Online Pada Umkm Tas Di Bojong Rangkas Ciampea Kabupaten Bogor.

Silvi Novri Yanti. 2019, Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga Melalui Home Industri Sulam Usus Di Desa Margodadi Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan.

Swasta Priambada. 2015, Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm).

<https://googleweblight.com/i?u=https://nathangondohartono.com/bisnis-online/pengertian-pemasaran-online-menurut-para-ahli/&hl=id-ID>

https://scholar.google.co.id/scholar?q=merril,dkk.2011+social+media&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart