

## **Pengembangan UMKM Berbasis Online untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Desa Bubulak Kecamatan Bogor Barat**

### **(Online-based MSME Development to Increase Marketing Reach in Bubulak Village, West Bogor District)**

**Muhammad Agung Sedayu<sup>1\*</sup>, Sugeng Heri Suseno<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Departemen Ilmu dan Teknologi Kelautan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

<sup>2</sup> Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

\*Penulis Korespondensi: sedayu95@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Bubulak RW 06 yang sebagian besar penduduk berprofesi sebagai pedagang dan pengusaha kecil (usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)). UMKM yang ada dapat dijadikan sebagai pemberdayaan ekonomi masyarakat dan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap, namun pesatnya pertumbuhan jumlah UMKM tidak dibarengi dengan tingginya angka penjualan. Salah satu masalah yang dihadapi dalam penjualan adalah jangkauan daerah pemasaran, sehingga diperlukan pengetahuan untuk mengetahui cara menganalisis kesempatan pasar, cara memilih target pasar, dan cara mengelola usaha pemasaran yang efektif yang didukung dengan efektifitas komunikasi pemasaran itu sendiri. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dan memberikan keterampilan kepada pemilik UMKM dalam memanfaatkan media sosial dalam rangka meningkatkan jangkauan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dengan pemberian materi dan praktik dengan pemanfaatan media sosial. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini didukung oleh faktor-faktor sebagai berikut : 1) Adanya dukungan dari perangkat Desa Bubulak RW 06, 2) Adanya dukungan dari masyarakat setempat, khususnya para pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06, 3) Semua peserta menyadari sepenuhnya kepentingan dan manfaat penyuluhan ini dalam rangka meningkatkan kemampuannya dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM khususnya di Desa Bubulak RW 06, 4) Sarana prasarana yang disediakan paguyuban pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06. Penyuluhan yang dilaksanakan oleh Tim SUIJI – SLP dapat mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatnya pengetahuan para pemilik UMKM khususnya dalam hal pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM.

Kata Kunci: Media Sosial , Pemasaran, UMKM

#### **ABSTRACT**

This activity was carried out in Bubulak Village RW 06, where most of the residents work as traders and small entrepreneurs (micro, small and medium enterprises (MSMEs)). The existing MSMEs can be used as community economic empowerment and the number of workers that can be absorbed, but the rapid growth in the number of MSMEs is not accompanied by high sales figures. One of the problems faced in sales is the reach of marketing areas, so knowledge is needed to find out how to analyze market opportunities, how to choose target markets, and how to manage effective marketing efforts that are supported by the effectiveness of marketing

communication itself. This activity aims to provide knowledge about the use of social media as marketing media and provide skills to MSME owners in utilizing social media in order to increase marketing outreach. Community service activities are carried out in the form of training by providing materials and practices using social media. The success of this community service activity is supported by the following factors: 1) There is support from the Bubulak Village RW 06 apparatus, 2) There is support from the local community, especially MSME owners in Bubulak Village RW 06, 3) All participants are fully aware of the need attention and benefits of this counseling in order to increase its ability in the use of social media to increase the range of marketing of MSME products, especially in Bubulak Village RW 06, 4) Infrastructure facilities provided by the MSME owner community in Bubulak Village RW 06. Counseling conducted by The SUIJI - SLP team can achieve the expected goals, namely increasing the knowledge of MSME owners, especially in terms of utilizing social media to increase the reach of MSME product marketing.

Keywords: Marketing, MSME, social media

## PENDAHULUAN

Desa Bubulak merupakan salah satu desa di Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor, Jawa Barat. Desa Bubulak memiliki lokasi yang tidak terlalu jauh dari Institut Pertanian Bogor dengan jarak 5,4 km dan waktu tempuh  $\pm 15$  menit. Desa Bubulak memiliki total penduduk yang berjumlah 25.431 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 4.963 jiwa/km<sup>2</sup>. Desa ini memiliki jumlah total Rukun Warga (RW) sebanyak 13 RW. Kegiatan SUIJI - SLP tahun 2019 berpusat di Desa Bubulak RW 06 dengan total penduduk 600 jiwa, karena sebagian mayoritas penduduk yang bermukim disana berprofesi sebagai pedangang dan pengusaha kecil maka pada daerah tersebut dapat ditemukan beberapa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Sektor usaha kecil dan menengah memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Hal ini terutama bila dikaitkan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat dan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh usaha kecil dan menengah tersebut. Selain memiliki arti strategis bagi pembangunan, usaha kecil menengah juga berfungsi sebagai sarana untuk pemeratakan hasil-hasil pembangunan yang telah dicapai (Sariwaty *et. al.* 2019). Pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia cukup pesat dan mampu menyerap hampir 97,2% tenaga kerja dari total angkata kerja yang ada. Namun, pesatnya pertumbuhan jumlah UMKM tidak dibarengi dengan tingginya angka penjualan. Realita menunjukkan UMKM hanya bertahan beberapa saat, selanjutnya mengalami kebangkrutan dikarenakan sepiunya angka penjualan produk yang berimbas pada matinya kegiatan produk (Sariwaty *et. al.* 2019).

Salah satu langkah yang dilakukan untuk melakukan perluasan pemasaran produk, UMKM harus mengetahui cara menganalisis kesempatan pasar, cara memilih target pasar, dan cara mengelola usaha pemasaran yang efektif didukung dengan efektifitas komunikasi pemasaran itu sendiri. Berdasarkan pemaparan dari pemilik UMKM salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha adalah terkait dengan jangkauan pemasaran. Jangkauan daerah pemasaran sampai saat ini hanya terfokus di sekitar daerah Desa Bubulak. Padahal di era teknologi seperti sekarang ini jaringan internet terutama media sosial memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM (Oktarina *et. al.* 2019). Sehingga dengan jangkauan pemasaran yang luas, pendapatan dari pemilik UMKM akan lebih optimal. Adapun rincian jumlah dan jenis UMKM yang ada di Desa Bubulak RW 06 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Daftar UMKM Desa Bubulak RW 06

NO	Jenis	Lokasi	Jumlah
1	Syrup Pala	Desa Bubulak RW 06	1
2	Yoghurt	Desa Bubulak RW 06	1
3	Peyek	Desa Bubulak RW 06	1
4	Pengrajin Tas	Desa Bubulak RW 06	1

Kondisi masyarakat saat ini semakin berkembang, terutama akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju. Akibatnya masalah-masalah yang dihadapi pun semakin kompleks, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi ini berimbas pada berbagai aspek kehidupan, seperti agama, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya (Mardani *et. al.* 2019).

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM dalam pengoprasian media sosial dalam hal pemasaran menyebabkan keuntungan penjualan produk yang dihasilkan tidak optimal. Oleh karenanya perlu adanya pelatihan yang diberikan kepada pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06 tentang pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran, antara lain adalah web, blog, facebook, instagram, twitter, pinterest, linkedin, dan youtube (Oktarina *et. al.* 2019). Media sosial membuka peluang bagi pemilik UMKM untuk memperluas jaringan daerah pemasaran. Sehingga, akan membuka peluang lebih banyak orang melihat produk-produk UMKM yang biasanya tidak dapat dijangkau oleh media peniklan lainnya. Intinya adalah dengan penggunaan jaringan internet diharapkan pemilik UMKM mempunyai peluang untuk berkembang dan menjalin hubungan baik dengan konsumen yang potensial dengan terus aktif dalam media tersebut, sehingga pendapatan dari pemilik UMKM dapat meningkat. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pemilik UMKM dengan memanfaatkan jaringan internet untuk memperluas jangkauan daerah pemasaran.

## METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

### Tempat, Waktu, dan Peserta

Kegiatan dilaksanakan di Desa Bubulak, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 1 Maret 2019. Peserta yang mengikuti kegiatan adalah petani di Desa Bubulak.

### Metode Pelaksanaan

Metode yang dipakai dalam kegiatan ini adalah :

- *Focus Group Discussion* (FGD)
- Pengamatan (berpartisipasi dan pasif)
- Wawancara (terstruktur menggunakan kuisioner atau semi terstruktur dengan bantuan pertanyaan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Tim SUIJI - SLP dari Institut Pertanian Bogor di Desa Bubulak RW 06 berupa pemberian materi dengan cara mewawancarai dan berdiskusi dengan para pemilik UMKM, diikuti oleh para pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06 (Gambar 1). Dalam kegiatan ini mahasiswa berdiskusi dengan masyarakat terkait permasalahan pemasaran yang terjadi dan memberi solusi dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media pemasaran.



Gambar 1 Kegiatan diskusi bersama pemilik UMKM

Peserta kegiatan ini merupakan para pemilik usaha dengan produknya yang berupa makanan dan bahan makanan, seperti syrup pala, manisan pala, yoghurt, dan makanan ringan lainnya. Selama ini cara pemasaran yang mereka gunakan masih secara konvensional tanpa memanfaatkan media sosial. Selanjutnya mahasiswa memberikan saran untuk dilakukannya pemasaran dengan media sosial. Media sosial yang digunakan meliputi WA Group, Facebook, Instagram, Blog, Web, dan Youtube.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim SUIJI - SLP telah berhasil dalam meningkatkan pengetahuan pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06 dalam pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Hal ini dapat kita lihat dari antusiasme pemilik usaha dalam menerima saran dan berdiskusi dengan tim. Para pemilik usaha dapat menyadari pentingnya media sosial sebagai salah satu media promosi dengan baik. Harapannya dengan bertambahnya pengetahuan dalam pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan produk dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, sehingga pada akhirnya omset penjualan mereka meningkat dan pendapatannya juga meningkat.

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini didukung oleh faktor-faktor sebagai berikut : 1) Adanya dukungan dari perangkat Desa Bubulak RW 06, 2) Adanya dukungan dari masyarakat setempat, khususnya para pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06, 3) Semua peserta menyadari sepenuhnya kepentingan dan manfaat penyuluhan ini dalam rangka meningkatkan kemampuannya dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM khususnya di Desa Bubulak RW 06, dan 4) Sarana prasarana yang disediakan paguyuban pemilik UMKM di Desa Bubulak RW 06.

## SIMPULAN

Penyuluhan yang dilaksanakan Tim SUIJI – SLP dapat mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatnya pengetahuan para pemilik UMKM khususnya dalam

hal pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda AD, Susilwati D. 2017. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis industri kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. 10 (10): 120 - 142.
- Bobanto WS, Lumenta ASM, Najooan X. 2014. Analisis kualitas layanan jaringan internet (studi kasus PT. Kawanaua Internetindo Manado). *E-journal Teknik Elektro dan Komputer*. 80 - 87.
- Cahyono. 2016. Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 9 (1). 140 - 157.
- Murdani, Widayani S, Hadromi. 2019. Pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 23 (2): 152 - 157.
- Oktiarina N, Widodo J, Fachrurrozie. 2019. Penguatan UMKM melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran di Kecamatan Toroh Purwodadi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 23(2): 170 - 174.
- Sariwati Y, Rahmawati D, Oktaviani F, Amran A. 2019. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) calief melalui implementasi komunikasi pemasaran. *Jurnal Abdimas BSI*. 2 (1): 218 - 224.