

PERLUASAN PROMO PRODUK UMKM KULINER MAKANAN RINGAN STIK UBI UNGU DESA PADANG BUJUR BERBASIS MEDIA SOSIAL

Kasmudin Harahap^{1*}, Yulia Ulpa², Nursakina³

^{1*.2.3} Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas IPS dan Bahasa
Institut Pendidikan Tapanuli Selatan

*Email: kasmudinhrp@gmail.com

Abstrack

The purpose of this community service is to help UMKM actors in marketing their products by utilizing social media in Padang Bujur Village, Sipirok Tapanuli Sealatan District. This is done because UMKM actors so far have not used social media, which is currently very popular with many people, ranging from children, teenagers, adults to parents, even though many use social media, the greater the opportunity for the products they market. on social media many people order. In the initial socialization, the PKM team had the goal of mutual communication about how to expand social media-based snack promotions in Padang Bujur Village, Sipirok District, South Tapanuli Regency. The socialization activity was then continued with the provision of materials and training on how to market products on social media.

Keywords: socialization, social media, market expansion

Abstrak

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk yang mereka miliki dengan memanfaatkan media sosial di Desa Padang Bujur Kecamatan Sipirok Tapanuli Sealatan. Hal ini dilakukan karena para pelaku UMKM selama ini tidak memanfaatkan media sosial yang sekarang ini sangat di gandrungi oleh banyak orang mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa hingga orangtua sekalipun banyak yang menggunakan media sosial, maka semakin besar peluang produk yang mereka pasarkan di media sosial banyak dipesan orang. Dalam sosialisasi awal, tim PKM memiliki tujuan agar terjadi komunikasi timbal balik tentang bagaimana perluasan promo makanan ringan berbasis media sosial di Desa Padang Bujur Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan. Kegiatan sosialisasi kemudian dilanjutkan dengan pemberian materi dan pelatihan tentang bagaimana memasarkan produk di media sosial.

Kata Kunci: sosialisasi, media sosial, perluasan pasar

1. PENDAHULUAN

Ubi ungu adalah salah satu jenis tanaman yang berasal dari akar dan sangat mudah tumbuh diberbagai daerah yang ada di Indonesia. Ubi Ungu dapat dibuat dan diolah menjadi berbagai jenis makanan, baik diolah menjadi makanan pokok seperti tuil atau makanan ringan seperti keripik dan stik .Ubi ungu mulai banyak diminati konsumen yang peduli akan kesehatan karena mempunyai komposisi gizi yang baik dan memiliki fungsi fisiologis tertentu bagi kesehatan tubuh. Keberadaan senyawa antosianin pada ubi ungu yaitu pigmen yang terdapat pada ubi ungu berfungsi antioksidan, antikanker, antibakteria, perlindungan terhadap kerusakan hati, penyakit jantung dan stroke. Selama ini olahan ubi jalar ungu sudah banyak, namun perlu ada inovasi untuk membuat harga jual ubi ungu menjadi meningkat, salah satu caranya yaitu dengan membuat suatu produk salah satunya adalah stik ubi ungu. Stik ubi ungu ini terkenal sebagai makanan yang sangat merakyat sehingga sangat cocok untuk dinikmati bersama keluarga. Sehingga olahan makanan ringan ini dapat memberikan peluang usaha stik ubi ungu yang bisa mendatangkan keuntungan menunjang aktifitas yang dapat memberikan nuansa menyenangkan penggunaanya.

Keripik Ubi jalar merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari konsumen. Rasanya yang renyah dan murah harganya yang ditawarkan menjadikan produk tersebut sebagai alternatif tempat untuk menemani waktu santai anda bersama rekan dan keluarga. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen, kini keripik ubi jalar mulai diinovasikan seperti stik ubi ungu. Meskipun stik ubi ungu tersebut belum lama dikenal masyarakat luas, namun perkembangannya sudah sangat pesat, sehingga banyak produsen keripik ubi ungu jalar mulai beralih jalur dengan menambahkan stik ubi ungu pada produk keripik diciptakannya. Selanjutnya, produk keripik stik ubi ungu bukan barang baru bagi masyarakat Indonesia. Namun dengan menambahkan sedikit inovasi dalam hal peningkatan inovasi yang ditawarkan, kini keripik tersebut banyak dicari konsumen dan menjadi salah satu peluang bisnis menarik yang menjanjikan untung besar bagi pelakunya.

Namun dalam pemasarannya pelaku UMKM stik ubi ungu masih mengalami kendala dikarenakan pasar dari para pelaku UMKM stik ubi ungu yang sempit yaitu hanya di kedai-kedai tempat warga berjualan atau kadang kala membawanya langsung ke pasar tradisional untuk dijual langsung. Dengan adanya pelatihan terhadap pelaku UMKM yaitu bagaimana cara memasarkan produk yang mereka miliki mempunyai pasar yang lebih luas yaitu dengan memanfaatkan teknologi saat ini yaitu yang berbasis media sosial. Melalui pasar yang berbasis media sosial para pelaku UMKM dapat lebih mudah memasarkan produknya dengan lebih mudah dan dengan pasar yang lebih luas. Ubi jalar ungu menurut para ahli adalah: Menurut Supadmi, (2009) Ubi jalar merupakan tanaman ubi-ubian dan tergolong tanaman semusim. Tanaman ini tumbuh menjalar pada permukaan tanah, dengan panjang tanaman yang dapat mencapai 3 meter. Pada dasarnya akar ubi jalar ungu dibedakan menjadi dua tipe, yaitu akar penyerap hara di dalam tanah disebut akar sejati (akar serabut) dan akar tunggang warna putih, penyimpan energi hasil fotosintesis, yang dapat membesar membentuk ubi atau akar lumbung. Sarwono, (2005). Batang ubi jalar ungu tidak berkayu (banyak mengandung air) dan banyak percabangannya. Bentuk batang ubi jalar ungu bulat dengan bagian tengah terdiri dari gabus. Batang itu memiliki ruas sepanjang 1-3 cm, setiap batang terdapat ruas (buku), tumbuh daun. Batang ubi jalar memiliki 3 tipe yaitu batang besar untuk menjalar, batang sedang untuk tanaman tipe agak tegak (semak) dan batang kecil untuk tipe merambat. Neltriana, (2015). Bunga ubi jalar ungu termasuk bunga majemuk, yang berbentuk terompet diketiak daun, kelopak bentuk lonceng, bertaju lima, daunnya berwarna hijau, panjang daunnya 3-5 cm dan lebar bagian ujung antara 3-4 cm. Daun melekat pada mahkota, mahkota bunga bentuk coron yang berwarna putih atau lembayung muda, ungu dibagian dalam tabungnya.

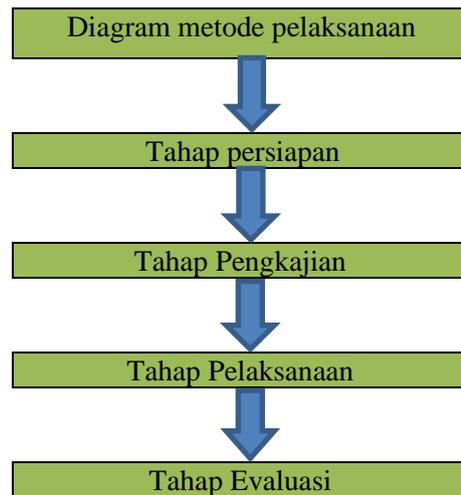
Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lain, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet. Tujuan dari adanya media sosial sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna dan cakupan wilayah yang sangat luas. Agar penggunaan media sosial (medsos) lebih mudah dan cepat, dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan cepat. Anda tidak perlu lagi menghubungi orang lain melalui kabel telepon atau alat komunikasi forum, diskusi bersama, mengunggah aktivitas keseharian anda, dan lain sebagainya.

Pegertian media sosial adalah sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh. Media sosial menurut para ahli adalah Menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar (2012). Media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain. (Baca : Teknik Dasar Fotografi – Macam-macam Komposisi Fotografi – Macam-macam Lensa Kamera). Mark Hopkins (2008). Sosial media adalah istilah yang tidak hanya mencakup berbagai platform Media Baru tetapi juga menyiratkan dimasukkannya sistem seperti FriendFeed, Facebook, dan lain-lain yang pada umumnya dianggap sebagai jejaring sosial. Idenya adalah bahwa berbagai platform media yang memiliki komponen sosial dan sebagai media komunikasi publik. P.N. Howard dan M.R Parks (2012). Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan

untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri.

2.METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan sosialisasi penggunaan media social dengan bijak untuk masa depan yang lebih baik pada Desa padang bujur ini melalui beberapa tahapan yang telah dilaksanakan adapun tahapan pelaksanaannya sebagai berikut:



1. Tahap persiapan
Tim pengusul melakukan peninjauan lokasi dan observasi awal kelapangan untuk melihat langsung kondisi dan permasalahan yang dihadapi mitra. Tim pengusul melakukan koordinasi dengan Bapak Parmonangan Siregar selaku kepala Desa padang bujur terkait dengan rencana kegiatan. Kemudian tim pengusul melakukan observasi awal dengan bersosialisasi dengan masyarakat padang bujur.
2. Tahap pengkajian
Tim pengusul mengkaji permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dengan mengidentifikasi permasalahan dan solusi yang dibutuhkan. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data dan analisis informasi yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh mitra yaitu kurangnya kemampuan masyarakat memasarkan produk UMKM yang mereka punya ke pasar yang lebih luas yang berbasis media sosial.
3. Tahap pelaksanaan program
Tim pengusul terbuka menawarkan solusi permasalahan mitra dan mitra terlihat aktif dalam merumuskan solusi atas permasalahan yang terjadi. Solusi yang ditawarkan akan diimplementasikan kepada mitra. Adapun solusi yang ditawarkan direncanakan dengan melakukan program : 1. Diberikan media dan metode meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memasarkan produk berbasis media sosial, 2. Pendampingan proses pelatihan sesuai dengan metode dan ide yang ditawarkan.
4. Tahap monitoring dan evaluasi
Pelatihan dan pendampingan evaluasi serta monitoring dilakukan secara periodik untuk mengecek keberhasilan kegiatan sesuai dengan target yang ditetapkan.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Di bawah ini adalah identifikasi hasil yang dicapai dalam program:

1. Perluasan Promo Produk Umkm Kuliner Makanan Ringan Stik Ubi Ungu Desa Padang Bujur Berbasis Media Sosial

Sosialisasi telah dilaksanakan pada hari selasa tanggal 16 April 2022. Dengan peserta sosialisasi adalah masyarakat Desa Padang Bujur terutama bagi para pelaku UMKM. Antusias dari para peserta sosialisasi sangat perlu diapresiasi sebab mereka bahkan sudah ada di tempat diadakannya sosialisasi sebelum sosialisasi dimulai, padahal hari di mana diadakannya sosialisasi adalah pada saat kita semua sedang melaksanakan ibadah puasa ramadhan tetapi hal itu tidak menjadi penghalang atau pun menurunkan semangat masyarakat tersebut, mereka begitu antusias untuk mengetahui ilmu baru tentang penggunaan media sosial dengan bijak agar dapat menjadi pasar yang luas bagi produk mereka punya, sosialisasi berjalan dengan lancar. Hal ini tentunya tak luput dari perhatian para peserta sosialisasi dalam menerima setiap materi yang diberikan oleh tim PKM, antusias yang tinggi menambah semangat tim PKM dalam menyalurkan ilmu-ilmu bermanfaat seputar perluasan pemasaran berbasis media sosial. Dalam sosialisasi ini, selain menyampaikan pentingnya menjadi pengguna media sosial yang bijak oleh tim PKM melalui metode pelatihan, peserta sosialisasi juga diberikan materi mengenai pentingnya menjadi pengguna media sosial yang bijak yang di bagikan melalui grup *Whats App*. Dalam sosialisasi ini peserta juga ditanyai apa yang menjadi masalah dan kendala mereka dalam menggunakan media sosial, lalu dari situ tim PKM kemudian memberikan solusi mengenai masalah yang tengah mereka hadapi.

2. Terbentuknya perluasan pasar

Setelah terlaksananya sosialisasi bersama masyarakat di Desa Padang Bujur Kecamatan Sipirok diharapkan dapat meningkatkan usaha yang mereka lakukan dengan salah satu caranya yaitu rajin memposting barang dagangan, mencari kata kunci atau caption semenarik mungkin tetapi dengan menyesuaikan dengan permintaan masyarakat, memberikan promosi bagi konsumen seperti gratis ongkos kirim dengan minimal pembelian seharga Rp 30.000 atau dengan potongan harga dengan diskon. Selain itu, penggunaan gadget dengan bijak juga mempengaruhi pemakaian media sosial para penggunanya, hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Haifa (2021: 205), yaitu media sosial dapat memberikan dampak bagi sikap penggunanya menjadi antisosial, apatis, dan lain sebagainya. Namun jika dalam bermedia sosial dilakukan dengan bijak akan menimbulkan karakter positif bagi remaja, seperti karakter kreatif, karakter percaya diri, karakter santun, dan karakter peduli.

3. Terbentuknya masyarakat yang hidup sejahtera

Program perluasan promo produk umkm kuliner makanan ringan stik ubi ungu desa padang bujur berbasis media sosial ini merupakan program yang memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM zaman sekarang dengan cara seperti yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya agar masyarakat tetap dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sehingga terwujudnya masyarakat yang sejahtera serta menjadikan masyarakat tidak gagap teknologi lagi serta mengikuti zaman dengan baik tetapi tetap dibarengi dengan berbagai batasan, peraturan, dan kebijakan.

4. KESIMPULAN

Khalayak sasaran program pengabdian ini adalah masyarakat pelaku UMKM di, Desa Padang Bujur, Kecamatan Tapanuli Selatan, Kabupaten Tapanuli Selatan. Pengabdian ini dilakukan melalui beberapa langkah yang terdiri dari persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Yang bertujuan untuk mengoptimalkan proses selama melaksanakan program tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pelatihan dan tanya jawab. Yang pasti kegiatan tersebut memberikan informasi kepada para masyarakat yang mempunyai produk UMKM mengenai bagaimana caranya memperluas promo produk yang mereka punya melalui media sosial.

Kegiatan ini memperoleh beberapa kesimpulan yakni para masyarakat tersebut semakin pandai memasarkan produk yang mereka punya. Keberhasilan program ini terbukti dari meningkatnya nilai jual masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- M, Astawan dan Widowati S. 2005. *“Evaluasi Dan Indeks Glikemik, Ubi Jalar Sebagai Dasar Pengembangan Pangan Fungsional*. Bogor. IPB.
- Widjarnarko, S. 2008. *“Efek Pengolahan Terhadap Komposisi Kimia Dan Fisik Ubi Jalar Ungu Dan Kuning”*. Di akses tanggal 02 Mei 2008
- Ardiana . fitria . 2009. *“Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Industry Kecil Dan Menegah Berbasis Industry Kreatif”*. Di Kabupaten Magelang. (Skripsi, Universitas Negeri Bandung).
- Akifa P Nayla. 2004. *“Komplet Akuntansi Untuk Ukm dan Waralaba”*. Jakarta Selatan : Laksana
- Iswanto dkk. (2021). *Pelatihan Bijak Bermedia Sosial Sebagai Upaya Pendidikan Karakter Pada Remaja*, 25(2), 197-206
- Menurut Supadmi.(2009).*Ubi jalar merupakan tanaman ubi-ubian dan tergolong tanaman semusim.*
- Menurut Sarwon. (2005). *Batang ubi jalar ungu tidak berkayu (banyak mengandung air) dan banyak percabangnya.*
- Menurut Neltriana,(2015). *Bunga ubi jalar ungu termasuk bunga majemuk, yang berbentuk terompet.*
- Menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar.(2012). *Media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring.*
- Menurut Mark Hopkins,(2008). *Sosial media adalah istilah yang tidak hanya mencakup berbagai platform Media Baru.*