

Pengembangan UMKM Produk Jagung Popcorn di Era Digital dengan Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media dan Pembaharuan Kemasan Produk

Lydia Sevianti Ananda Utomo

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

Lydiasefianti@gmail.com

Abstrak

Pada masa pandemi ini, saya selaku mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ingin membantu pemilik UMKM berupa Snack Produk Jagung Popcorn, untuk tetap terus mengembangkan usahanya tanpa menyerah meskipun pendapatan mungkin tidak sebanyak saat sebelum pandemi. Saya memiliki ide untuk tetap mengembangkan UMKM Produk Jagung Popcorn tersebut dengan cara meningkatkan strategi pemasaran menggunakan media sosial yaitu Instagram dan Facebook yang saya pilih. Melalui media sosial tersebut, diharapkan dapat membuat usaha UMKM tersebut lebih dikenal banyak orang dan persentase pendapatannya pun dapat meningkat. Program pemulihan ekonomi yang akan dibuat bertujuan membantu warga agar tidak menjadi pengangguran di era kehidupan new normal. Seseorang akan dapat bertahan hidup jika mau bekerja dan berusaha. Untuk awal memulai pendampingan, terlebih dahulu dilakukan sosialisasi atas tujuan yang sebenarnya agar nantinya tidak terjadi salah paham antara warga dan juga mitra.

Kata kunci: UMKM, Pemasaran, Jagung Popcorn, Digitalisasi, Pembaharuan

Pendahuluan

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu bentuk pendidikan dalam perwujudan bentuk pengabdian kepada masyarakat. Dalam pengabdian ini, mahasiswa turun tangan secara langsung ke lapangan untuk turut serta mengerti kondisi dan polemik lapangan yang sedang dihadapi masyarakat terutama pemilik usaha Jagung Popcorn dalam masa pandemi Covid-19. Pengaruh pandemi virus covid-19 cukup memberikan dampak utamanya di bidang Ekonomi, seperti halnya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dengan menurunnya produktifitas usaha, jangankan mendapatkan keuntungan bahkan untuk mengembalikan modal saja belum tentu bisa. Beberapa efek dari wabah Covid-19 antara lain adalah penjualan UMKM mengalami penurunan, kesulitan mendapatkan bahan baku karena kegiatan supply yang dibatasi sehingga berpengaruh pada terhambatnya proses produksi. Salah satu strategi pemulihan ekonomi adalah terhubung dengan ekosistem digital, dengan cara mendigitalisasi pasar agar para pelaku usaha bisa tetap melakukan aktivitas usahanya meskipun ditengah pandemi Covid19. Para UMKM dapat berubah untuk membangkitkan usahanya dan bisa menyusaikan di Era Now dengan cara memanfaatkan Teknologi Informasi di dalam bisnisnya. Upaya pengembangan UMKM dengan ekosistem Digital harus memerlukan keterampilan khusus yang benar-benar dikuasai oleh para Wirausaha tersebut. Untuk itu maka menjadi hal yang cukup penting untuk dilakukan pendampingan kapasitas UMKM dalam peningkatan penjualan melalui strategi pemasaran sosial media. Adanya masalah dari dampak pandemi diatas, hal tersebut mendorong saya mengidentifikasi kemacetan roda perekonomian para usaha UMKM, maka selanjutnya memberi solusi sebagai alternatif penyelesaian tersebut dengan mengembangkan sistem pemasarannya menuju Era Digital melalui media sosial yaitu Facebook dan Instagram, agar lebih dikenal oleh kosumen-konsumen diluar sana dan mempermudah konsumen untuk memesan produk Jagung Popcorn secara online.

Metode

Strategi Pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu dibidang pemasaran barang dan jasa. Dengan perkataan lainnya

strategi pemasaran itu adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan, serta aturan yang memberi arah kepada usaha- usaha pemasaran barang dan jasa. Strategi Pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memproleh suatu hasil yang optimal. Melalui kegiatan KKN ini diharapkan mitra bisa berkembang usahanya dan meningkatkan kualitas produknya yang lebih bagus dari sisi manajemen usahanya dapat memenuhi permintaan pasar dengan meningkatkan jangkauan pemasaran.

Untuk melaksanakan kegiatan dalam rangka menyelesaikan atau mengatasi masalah yang dihadapi oleh mitra, maka untuk metode pelaksanaan yang akan dilakukan meliputi :

1. Tahap 1

Pada pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) akan meliputi tahapan sebagaimana berikut:

- Mahasiswa akan diberikan pembekalan
- Menganalisis permasalahan yang ada disekitar
- Melakukan koordinasi dengan pihak RT setempat dilanjutkan dengan koordinasi kepada pelaku usaha tersebut.
- Menyiapkan sarana maupun perlengkapan.

2. Tahapan yang perlu dalam menjalankan kegiatan pengabdian masyarakat yang perlu diikuti yaitu:

- Analisis situasi masyarakat
- Identifikasi masalah
- Menentukan tujuan kerja
- Rencana pemecahan masalah
- Pendekatan sosial
- Pelaksanaan kegiatan
- Evaluasi kegiatan dan hasil.

3. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) akan berlangsung selama 12 hari dengan kegiatan berikut :

- Memberikan masukan inovasi rasa terbaru dalam pengembangan pada produk
- Memberikan wawasan metode pemasaran secara digital untuk mendapatkan konsumen dan meningkatkan perekonomian
- Memberikan inovasi tentang tempat packaging maupun logo agar menarik perhatian konsumen
- Mengenalkan platform yang akan menjadi wadah untuk menawarkan pada Mitra
- Melakukan Evaluasi

Kegiatan ini akan menghasilkan perbanyak inovasi dan wawasan kepada pemilik usaha untuk meningkatkan atau mengembangkan produknya. Evaluasi dilakukan dengan penilaian terhadap kinerja yang telah dicapai sehingga bisa mengoptimalkan usahanya dan melaksanakan pengelolaan usaha yang lebih professional.

Hasil Dan Pembahasan



UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian masyarakat sehingga dalam pelaksanaanya perlu di optimalkan dan digali kembali potensi – potensi yang ada untuk peningkatan pengembangan ekonomi masyarakat. Salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi di Indonesia adalah pengembangan UMKM di setiap daerah Indonesia. Dalam membantu pengembangan UMKM tersebut dapat dibantu dengan adanya media sosial yang menjadi trend tahun 2022 ini diakibatkan adanya pencegahan Covid19 yang masih tinggi dan perkembangan digital masyarakat. Pada masa pandemi seperti ini tentunya harus banyak-banyak berada dirumah dan menerapkan protokol kesehatan, hal ini tentu saja membuat saja membuat para UMKM menjadi sulit dalam mengembangkan usahanya karena nyatanya masih banyak UMKM yang tergantung pada perjualan secara langsung baik itu di pasar maupun berkeliling, hal itu yang membuat pendapatan dari UMKM ini menjadi menurun. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pesaing lain.

Adapun potensi dan pengembangan yang dilakukan pengusaha Produksi Jagung Popcorn yaitu :

1. Inovasi hasil Produksi
2. Perluasan Jaringan Pemasaran secara Digital
3. Pengadaan sarana dan prasarana Produksi
4. Pembaharuan Kemasan atau Packaging Produk
5. Pembaharuan Logo pada Produk

Popcorn merupakan salah satu makanan sumber antioksidan. Selain dapat dijadikan popcorn, jagung juga bisa diolah menjadi gula jagung, tepung jagung dan lainnya. Seperti yang telah diketahui popcorn tinggi akan serat yang dapat mempertahankan rasa kenyang dan menstabilkan gula darah. Kemudian juga rendah kalori dan rendah kolesterol, baik dikonsumsi bagi yang sedang berdiet. Selain itu makanan ringan berwarna putih ini juga kaya akan antioksidan.

Penggunaan media sosial ini pada UMKM Jagung pocorn di Sidoarjo cukup dirasakan manfaatnya oleh para pengusaha UMKM. Untuk mengidentifikasi seberapa keefektifan dan mengetahui lebih dalam akan potensi media sosial pada era Digital Marketing memasuki era

Industri 4.0. Namun ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam menggunakan media sosial, yaitu profil usaha, bahasa yang menarik, foto, kualitas produk dan kemasan produk dapat diketahui bahwa hal penting yang harus ada dalam media sosial oleh mitra UMKM adalah foto. Foto merupakan hal penting visual dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Gambar yang bisa menarik dalam foto menjadi kunci penting dalam menarik konsumen dalam penjualan yang dilakukan oleh mitra UMKM. Foto produk dari para mitra UMKM dimasukkan ke dalam media sosial yang sering digunakan yaitu WhatsApp.

Kendala dalam pengembangan produksi Jagung Pocorn yaitu :

1. Meningkatnya harga bahan baku

Bahan baku merupakan suatu bahan yang bisa digunakan dalam pembuatan suatu jenis produk yang dapat dihasilkan dengan kreatifitas dan inovasi semaksimal mungkin. Harga bahan baku ini tentu saja mempengaruhi harga penjualan, apalagi bahan baku diperoleh dari supply Jagung Popcorn dari orang lain.

2. Sumber Daya Manusia yang Terbatas

Sumber daya manusia adalah aspek terpenting dalam melakukan sebuah usaha. Dari hasil yang sudah didapatkan yaitu mayoritas ilmu pengetahuan serta keterampilan dalam melakukan produksi usaha hanya diturunkan dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu dari segi kreatifitas mereka kurang bisa mengembangkan kemampuan yang dimilikinya.

3. Kurangnya Akses Pemasaran Produk Jagung Popcorn

Pengusaha UMKM Jagung Pocorn memiliki lokasi yang cukup dekat dengan sekolah-sekolah. Produk yang dihasilkan pun juga sama. Oleh karena itu, persaingan di dalam pemasaran produknya merupakan hal yang wajar terjadi. Tetapi disini pengusaha Jagung Popcorn kurang dapat mengeksplor segala kreativitas yang dimiliki untuk menunjang kemajuan dalam mengembangkan usahanya. Karena dengan adanya persaingan seperti itu mereka akan semakin sulit untuk memasarkan hasil produknya. Inilah yang menjadi kendala mereka di dalam memasarkan hasil produknya.

Kesimpulan

Kegiatan ini diharapkan sebuah perkembangan sehingga dibutuhkan partisipasi aktif dalam berkelanjutan kegiatan. Adapun potensi dan pengembangan yang dilakukan pengusaha Produksi Jagung Popcorn yaitu : Penggunaan media sosial ini pada UMKM Jagung pocorn di Sidoarjo cukup bermanfaat bagi para pengusaha untuk mempermudah mempromosikan produknya di sosial media seperti Facebook maupun Instagram. Kegiatan pelatihan secara virtual dimaksudkan untuk membantu mitra dalam memanfaatkan teknik digital marketing seperti meningkatkan pemasaran melalui media sosial, online advertising, dan branding. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa optimalisasi penggunaan dan pemanfaatan media digital telah mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dan memberikan dampak pada peningkatan pemasaran. Oleh karena itu dari segi kreativitas mereka kurang bisa mengembangkan kemampuan yang diinginkan. Pengusaha UMKM Jagung Pocorn memiliki lokasi yang cukup dekat dengan sekolah-sekolah. Persaingan bisnis

yang sangat kurang sehat dan terhalang oleh ekonomi mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit maupun terbatas.

Ucapan Terima Kasih

Di dalam artikel Ilmiah ini penulis telah banyak memperoleh arahan dan bantuan dari berbagai pihak mulai dari melakukan proses pekerjaan artikel ini hingga selesai, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Artikel Ilmiah dengan baik dan selesai.
2. Bapak Fatkhurrohman, ST.,M.Eng selaku DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) yang telah memberikan banyak inspirasi, motivasi serta kritik dan saran.
3. Bapak Ari, Selaku pemilik UMKM Jagung Popcorn yang telah bersedia membantu maupun peluang dalam menyelesaikan kegiatan KKN.
4. Kedua Orang Tua penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Daftar Pustaka

- Amri, A. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2 (1) hal 123-130
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing . *International Journal of Management*, 8(10), pp 321-339
- Effendi Ishak. 2005. Artikel: Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM. *Kedaulatan Rakyat*. Yogyakarta
- Asmaya, F. (2015). Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap perilaku prososial remaja di kenagarian koto Bangun. *Jom FISIP*, hal 1-15.
- <file:///C:/Users/Compa430/Downloads/756-1684-1-SM.pdf>
- Hanoatubun Silpan. 2020. Dampak Covid -19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal*, Volume 2 Nomor 1 (2020) ISSN Online: 2716-4446.
- <https://food.detik.com/info-sehat/d-1878126/-popcorn-juga-kaya-antioksidan>
- Putri, E. P. (2022, August). PENYULUHAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DESA MINGGIRSARI, KECAMATAN KANIGORO, KABUPATEN BLITAR, PROVINSI JAWA TIMUR. In *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 204-212).