

**PENINGKATAN PEREKONOMIAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH DENGAN MEMAKSIMALKAN TEKNIK PEMASARAN
MELALUI MEDIA SOSIAL PADA MASYARAKAT DESA KENDALREJO
KECAMATAN SRENGAT KABUPATEN BLITAR**

Tri Endrawati ¹, Ahmad Alamul Iman Al Hakim ², Meilinda Dwika Puspari ³,
Aan Dwi Ardiawan ⁴

¹⁻⁴ *Fakultas Pertanian, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi*

Email: ¹ *triendrawati7@gmail.com*

ABSTRAK

KKN merupakan salah satu bentuk kerja nyata di lingkungan masyarakat pedesaan dimana dirancang oleh mahasiswa bertujuan sebagai pemberdayaan masyarakat. Kegiatan KKN dengan tema “ Pemulihan Ekonomi Berbasis Teknologi” dilaksanakan di Desa Kendalrejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. Kegiatan KKN berlangsung 1 bulan. Dalam upaya memulihkan ekonomi pasca pandemi adalah dengan mengembangkan produk UMKM melalui perkembangan teknologi dengan cara melalui media sosial sebagai media pemasaran. Kegiatan seminar dan pendampingan penerapan penggunaan media sosial adalah upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan pelaku UMKM untuk mengembangkan produk UMKM yang dimiliki. Hasil dari kegiatan seminar dan pendampingan yaitu dengan melaksanakan sosialisasi “ Metode Pemasaran Melalui Media Sosial” dan juga dilakukan pemotretan pada produk UMKM di Desa Kendalrejo yaitu pada produk Kacang Atom dan Stik Sledri. Dengan dilaksanakan program ini diharapkan pelaku UMKM di Desa Kendalrejo dapat merubah pola pikir atau wawasan perihal peningkatan kesadaran akan pemanfaatan teknologi dalam berwirausaha. Dan hasil dari pemberdayaan masyarakat ini yaitu adanya perubahan mengenai pola berfikir atau wawasan perihal peningkatan kesadaran akan pemanfaatan teknologi dalam berwirausaha. Kesadaran akan tampilan produk dan layanan sosial media pun mulai timbul karena hal tersebut menjadi salah satu pondasi yang kuat dalam menarik minat pelanggan.

Kata kunci: kkn; ekonomi; umkm; media sosial.

ABSTRAC

KKN is a form of real work in the community environment for empowering rural communities designed by students. KKN activities with the theme "Technology-Based Economic Recovery" were held in Kendalrejo Village, Srengat District, Blitar Regency. KKN activities lasted 1 month. In an effort to restore the post-pandemic economy, it is by developing MSME products through technological developments by means of social media as a marketing medium. Seminars and mentoring activities for the application of the use of social media are efforts made in empowering MSME actors to develop their MSME products. The results of the seminar and mentoring activities were by carrying out socialization "Marketing Methods Through Social Media" and also taking photos of MSME products in Kendalrejo Village, namely Atom Nuts and Celery Sticks. By implementing this program, it is hoped that MSME actors in Kendalrejo Village

can change their mindset or insight regarding increasing awareness of the use of technology in entrepreneurship. And the result of this community empowerment is a change regarding patterns of thinking or insight regarding increasing awareness of the use of technology in entrepreneurship. Awareness of the appearance of social media products and services has also begun to arise because this has become a strong foundation in attracting customer interest.

Keywords: *kkn; economy; umkm; social media.*

PENDAHULUAN

Teknologi pada saat ini merupakan kunci berkembangnya peluang-peluang dalam kehidupan. Adanya teknologi banyak merubah sistem diberbagai sector sehingga dapat menjadi peluang tersedianya lapangan pekerjaan bagi pengguna teknologi. Perubahan teknologi ini terjadi diseluruh dunia tidak hanya di Indonesia saja. Perubahan inovasi dapat merubah adanya pasar baru dan membuat pasar lama berkurang peminatnya. Pasar baru cenderung memberikan produk yang lebih menarik dibandingkan pasar lama (M.Sc, 2019).

Perkembangan ekonomi dipengaruhi juga dengan adanya perkembangan internet. Semua transaksi penjualan yang hanya bisa dilakukan secara tatap muka, melalui email atau telepon kini menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan secara online. Adanya perkembangan teknologi membuat perdagang menjadi luas dan tidak terbatas ruang dan waktu. Adanya persaingan dalam perdagang merupakan konsekuensi yang harus diterima oleh semua pihak yang bergerak dalam bidang perdagangan terutama sebagai pihak yang menjadi produsen. Pelaku bisnis perlu berhati-hati untuk menentukan strategi pemasaran supaya produk yang dipasarkan diminati oleh konsumen. Mengatasi adanya persaingan dalam dunia perdagangan perlu adanya pengetahuan tentang kondisi pasar dan bagaimana merancang stategi yang tepat untuk menyediakan dan memasarkan produk yang diminati konsumen. Periklanan merupakan salah satu strategi yang digunakan untuk memasarkan produk, sehingga disinilah proses bertemunya konsumen dan produsen.

Indonesia yang selama ini berkomitmen mengembangkan inovasi melalui pengembangan ekonomi digital, kini mendapat tekanan masif dari penyelenggara negara. Peran sebagai fasilitator dan akselerator dimiliki oleh pemerintah, dimana berperan sebagai pendorong percepatan pembangunan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Hal ini menyebabkan perlunya regulasi yang lebih efisien untuk kepentingan masyarakat. Apalagi integrasi provinsi dan kota di Indonesia semakin mudah (KOMINFO, t.t.). Indonesia merupakan negara dengan geografis kepulauan terbesar di dunia pentingnya pembangunan ekonomi yang dimungkinkan secara digital

menjadi terobosan paling efektif untuk program percepatan pemerataan. Distribusi pembangunan kebaikan bersama saat ini. Hal ini dibuktikan dengan bermunculannya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang semakin kompetitif di banyak platform media dan marketplace online. Ada berbagai media dalam kehidupan kita yang tertata dengan baik, beberapa di antaranya seringkali menjadi kontroversi di masyarakat. Penggunaan teknologi yang tidak menghasilkan apa-apa dan menimbulkan masalah sosial tampaknya telah menjadi bumerang bagi masyarakat. Karena dampak pendidikan, ekonomi, sosial, budaya, dll sangat terasa (Zaifudiddin, 2022).

Manfaat internet sebagai kontribusi dari perkembangan teknologi dalam bidang ekonomi salah satunya yaitu sebagai media pemasaran. Dalam era digitalisasi internet berperan sangat penting untuk memberikan kemudahan dalam transaksi perdagangan. Internet dapat diakses 24 jam penuh setiap hari, sehingga internet sangat membantu sekali dalam perdagangan. Dengan adanya internet, pedagang dapat menekan biaya untuk pemasaran sehingga bisa menurunkan harga produk dan meningkatkan minat pembeli.

Media social sebagai *platform* yang digunakan untuk mempromosikan produk ke konsumen belum sepenuhnya dirasakan masyarakat, salah satunya masyarakat di Desa Kendalrejo. Masyarakat desa kendalrejo masih cenderung untuk bertransaksi jual beli secara konvensional. Tentunya hal tersebut sangat disayangkan karena banyak konsumen yang sudah mulai berpindah untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Mahasiswa Universitas Islam Balitar (UNISBA) yang sedang melakukan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kendalrejo berinisiatif untuk membantu meningkatkan perekonomian pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan cara mengenalkan peluang usaha dengan memanfaatkan media social ini.

KKN merupakan bentuk kerja bakti masyarakat untuk memperkuat masyarakat desa, dimana mahasiswa di bawah bimbingan dosen diberdayakan baik dalam pemanfaatan ilmunya maupun kemampuannya dalam memahami situasi masyarakat sekitar dan memberikan solusi. menjadi individu yang utuh untuk mengatasi berbagai permasalahan masyarakat, ekonomi, kesehatan, pendidikan, politik, dll sesuai dengan bidang keilmuannya (Aliyyah, et al. 2018). KKN berarti penerapan langsung ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi di tengah masyarakat. KKN merupakan kegiatan intrakurikuler yang menggabungkan pelaksanaan tridharma perguruan tinggi dan metode pemberian pembelajaran dan pengalaman praktis terhadap mahasiswa sebagai kegiatan penguatan masyarakat. Dimana kegiatan ini yang memberikan kekuatan dan pengalaman nyata kepada mahasiswa adalah Kuliah Kerja Nyata. Program KKN merupakan mata kuliah ekstra

kurikuler yang wajib ditempuh oleh mahasiswa program sarjana Universitas Islam Balitar Blitar (Syardiansah. 2019).

Kegiatan KKN dengan tema peningkatan perekonomian usaha mikro kecil menengah (UMKM) ini bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat desa Kendalrejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar mengenai bagaimana perkembangan teknologi pada sistem jual beli, bagaimana peluang media social sebagai media pemasaran, bagaimana memasarkan produk UMKM di media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Unisba yang KKN di desa Kendalrejo terdiri atas kegiatan seminar dan pendampingan penerapan penggunaan media. Hal ini dilaksanakan dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat terutama pelaku UMKM di desa Kendalrejo Kecamatan Srengat. Mitra dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang ada di desa Kendalrejo.

Kegiatan seminar dan pendampingan penerapan penggunaan media dilaksanakan berawal dari permasalahan masyarakat di desa Kendalrejo yang belum memahami bagaimana memanfaatkan social media menjadi *platform* jual beli. Kegiatan seminar UMKM dengan tema “Metode Pemasaran Melalui Media Sosial” dilakukan dalam rangka mengenalkan dan menjelaskan bagaimana proses pemasaran sebuah barang atau jasa di media sosial.

Selanjutnya mahasiswa KKN melakukan pendampingan pelaku UMKM sebagai bentuk kelanjutan dari proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Pendampingan tersebut dilakukan dalam proses pembuatan konten sebagai media pengiklanan dalam media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan bagian dari metode pekerjaan sosial, yang bertujuan meningkatkan kualitas masyarakat dengan pendayagunaan sumberdaya yang ada dengan menekankan pada prinsip partisipasi sosial (Suharto. 2005). Merujuk pada hasil observasi di desa Kendalrejo kecamatan Srengat akan kurangnya pengetahuan masyarakat pada pemanfaatan teknologi sebagai *platform* dalam memasarkan produk. Maka bentuk pemberdayaan yang dilakukan mahasiswa kelompok KKN 8 Universitas Islam Balitar pada desa Kendalrejo yaitu seminar yang memiliki indikator peningkatan ekonomi dengan sasaran pelaku UMKM setempat, sehingga terbentuklah tema yaitu “Metode Pemasaran Melalui Media Sosial” yang bertujuan

mengenalkan dan menjelaskan bagaimana proses pemasaran sebuah barang atau jasa di media sosial.

Sosialisasi merupakan proses mempelajari norma, peran, nilai serta semua persyaratan lainnya yang mana dibutuhkan dalam berpartisipasi dengan efektif dalam kehidupan sosial (Maclever. 2013). Sosialisasi “Metode Pemasaran Melalui Media Sosial” pada pelaku UMKM desa Kendalrejo di laksanakan pada Jum’at 26 Agustus 2022 di balai desa, desa Kendalrejo Kecamatan Srengat. Dengan 20 orang pelaku UMKM di desa Kendalrejo sebagai peserta dalam sosialisasi kegiatan tersebut di hadir oleh bapak kepala desa Kendalrejo kecamatan Srengat. Sosialisasi tersebut menghadirkan narasumber yaitu Bapak Yufi Priono Susanto, S.T., M.M., selaku Dosen UNISBA dan pelaku usaha yang bergerak di *digital marketing*. Materi yang disampaikan meliputi pondasi *digital marketing*, *Platform digital* serta analisis dan otomatisasi. Respon peserta sangat baik dengan memperhatikan materi yang di sampaikan oleh narasumber sehingga pada saat berlangsungnya pembahasan materi peserta memberikan pertanyaan yang relevan dengan masalah yang ada pada UMKM yang di miliki.



Gambar 1. Kegiatan Seminar UMKM

Bentuk dari perealisasiannya pasca seminar sebagai bentuk tindak lanjut dari penerapan materi yang di berikan yaitu pemotretan pada produk UMKM di desa Kendalrejo yaitu pada produk Kacang Atom dan Stik Sledri. Melalui proses koordinasi antara Mahasiswa KKN 8 UNISBA dengan pelaku UMKM dengan melakukan kunjungan sebagai bentuk dari proses observasi pada produk lalu di tindak lanjuti dengan eksekusi yaitu proses pemotretan pada produk Kacang Atom dan Stik Sledri.



Gambar 2. Hasil Foto Produk

Salah satu dampak atau hasil yang di dapat dari pelaksanaan kegiatan seminar tersebut sebagai bentuk dari pemberdayaan masyarakat yang di lakukan Kelompok KKN 8 UNISBA yaitu adanya perubahan mengenai pola berfikir atau wawasan perihal peningkatan kesadaran akan pemanfaatan teknologi dalam berwirausaha. Tampilan produk dan layanan sosial media sebagai pondasi kuat untuk menarik pelanggan. Pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha akan menimbulkan dampak komunikasi dua arah yang menjadikan konsumen ikut dalam berpartisipasi, kolaborasi, iteraksi, yang pada intinya konsumen bukan lagi sebagai subyek (Indoworo. 2006).

KESIMPULAN

Peningkatan kemampuan masyarakat dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat berbasis digital. Strategi pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi ini bertumpu pada event sebuah pelatihan yang berkelanjutan. Metode pemberdayaan berbasis digital KKN kelompok 8 Unisba menggunakan sistem seminar dimana peserta seminar diberikan edukasi terkait penggunaan media social sebagai *platform* untuk bertransaksi. Kemudian dilakukan pendampingan terhadap para pelaku UMKM sebagai bentuk tindak lanjut dari seminar sehingga para pelaku UMKM dapat benar-benar memahami dan menggunakan media social sebagai salah satu wadah untuk memasarkan produk mereka.

Dampak dari kegiatan ini dapat dilihat dari adanya perubahan mengenai pola berfikir atau wawasan perihal peningkatan kesadaran akan pemanfaatan teknologi dalam berwirausaha. Kesadaran akan tampilan produk dan layanan sosial media pun mulai timbul karena hal tersebut menjadi salah satu pondasi yang kuat dalam menarik minat pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyyah, R. R. et al., (2018), *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani 2(2), 355–371.
- Indoworo, H. E. (2016), *Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media*, Jurnal Informatika Upgris 2(1), 45–55.
- KOMINFO, P. (t.t.), *Terobosan Pemerintah untuk Percepat Ekonomi Digital Indonesia*, Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. Diambil 24 Oktober 2020 dari http://content/detail/15975/terobosan-pemerintah-untuk-percepat-ekonomi-digital-indonesia/0/berita_satker
- MacIver, Robert Morrison, 2013, *The Modern State London*: Oxford University Press.
- M.Sc, P. D. S. A., S. E. (2019), *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suharto, T. (2005), *Konsep dasar pendidikan berbasis masyarakat*, Cakrawala Pendidikan, (3).
- Syardiansah, S. (2019), *Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Samudra Kkn Tahun 2017*, Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam), 7(1), 57-68.
- Zaifuddin, Z. (2022), *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Online Marketing: Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa Berbasis Digital*, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat. 10(1), 31-40.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima Kasih kepada Seluruh Masyarakat Desa Kendalrejo, khususnya Bapak Kepala Desa dan Perangkat yang telah membantu selama kegiatan KKN yang dilaksanakan oleh dan menjadikan mahasiswa Universitas Islam Balitar dan membimbing sepenuh hati. Kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang kepada Ibu Dr. Tri Endrawati, S.P., M.P selaku Dosen Pembimbing Lapangan program KKN yang tulus dan ikhlas membimbing kelompok 8, serta ucapan terima kasih kepada pihak yang telah membantu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh anggota KKN kelompok 8 Desa Kendalrejo telah dengan kompak dapat bekerjasama selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini. Semoga ilmu yang didapat selama kegiatan KKN dapat bermanfaat.