

PELATIHAN DISTRIBUSI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL UMKM KEMIRI RT 07 LK II KELURAHAN SUMBER AGUNG BANDAR LAMPUNG

Indah Lia Puspita^{*1}, Hardini Ariningrum², Kusnadi³, Muhammad Luthfi⁴,
Harmani Harun⁵, Apip Alansori⁶

^{1,2,3,4,5,6}) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen,
Universitas Malahayati Bandar Lampung

Email: indahliapuspita@malahayati.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pemasaran melalui media sosial UMKM Kemiri di Kelurahan Sumber Agung agar bisa meningkatkan pendapatan masyarakat. Pelatihan ini difokuskan pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk pemasaran agar produk lebih dikenal oleh semua kalangan masyarakat terutama di Bandar Lampung. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara, serta sesi pelatihan yang dilakukn secara interaktif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para peserta memiliki antusiasme tinggi dalam memahami materi yang diberikan. Mereka kini lebih sadar akan pentingnya distribusi pemasaran dalam memperkenalkan produk yang dimiliki serta untuk melihat jangkauan pemasaran yang telah dilakukan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM kemiri dapat berkembang lebih pesat, meningkatkan penjualan, serta meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kata kunci: Pelatihan, Media Sosial, UMKM Kemiri

Abstract

This community service activity aims to improve marketing through social media for Kemiri MSMEs in Sumber Agung Village in order to increase community income. This training focuses on utilizing social media as a means of marketing so that products are better known by all levels of society, especially in Bandar Lampung. The implementation methods used include field observation, interviews, and training sessions that are carried out interactively. The results of this activity show that the participants have high enthusiasm in understanding the material provided. They are now more aware of the importance of marketing distribution in introducing their products and to see the marketing reach that has been carried out. With this activity, it is hoped that Kemiri MSMEs can develop more rapidly, increase sales, and increase community income.

Keywords: Training, Social Media, Kemiri MSMEs

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah berperan penting dalam meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat. Kriteria Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh Undang Undang No 20 tahun 2008. Besarnya omset dan aktiva akan menentukan kriteria mana usaha yang dilakukan apakah masuk kedalam usaha mikro,kecil ataupun menengah. Mengelola usaha sangat penting dilakukan agar perusahaan tetap eksis,berkembang dan mampu bersaing dengan para pelaku UMKM yang lain. Mengelola usaha yang baik akan dilihat bagaimana usaha tersebut dapat berkembang dan menjadi usaha yang terus mengalami peningkatan.

Salah satu hasil kinerja suatu usaha akan terlihat bagus apabila usaha tersebut mengalami kenaikan omset dari waktu ke waktu . Dalam hal ini distribusi pemasaran menjadi salah satu ujung tombak dalam meningkatkan omset suatu usaha. Promosi dan pemasaran produk yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan metode yang tepat akan membantu meningkatkan omset suatu usaha.

Permasalahan pemasaran produk menempati tingkat teratas dalam pendampingan ke pelaku usaha hal ini disebabkan pemasaran produk yang dilekukan oleh pelaku usaha masih banyak yang mengandalkan pemasaran konvensional. Masih rendahnya kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran disamping sarana pemasaran digital lainnya menyebabkan daerah pemasaran menjadi terbatas jangkauan pemasaran konvensional yang selama ini dilakukan pelaku usaha hanya di daerah sekitar saja.

Solusi yang ingin ditawarkan tim pengusul adalah penyuluhan atau pelatihan yang perlu dilakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi situasi persaingan dimasa yang akan datang,disamping itu memberitahu mereka pengetahuan berwirausaha yang mempunyai etika bisnis,menangani keluhan pelanggan dan cara mengelola keuangan yang baik.(Ivan & Fachrudin,2018).

Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya dapat diidentifikasi terkait UMKM Kemiri di Desa Sumber Agung Rt 07 Lk II Kelurahan Sumber Agung adalah:

1. Masih kurangnya pengetahuan tentang distribusi pemasaran
2. Masih kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media social yang belum optimal

METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan

NO		Bulan					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Perencanaan						
2	Workshop						
3	Pelatihan						
4	Pendampingan						
5	Pelaporan						

Pada tanggal 20 maret 2023 melakukan pembagian topik atau materi pelatihan kelompok. Kemudian ditanggal 30 maret 2023 mulai menyiapkan bahan untuk kegiatan pengabdian masyarakat. Pada tanggal 5 april terjun untuk observasi lapangan yang bertempat di Rt 07 Lk II Sumber Agung Kelurahan Sumber Agung. Pada tanggal 15 tim mengadakan workshop pengelolaan UMKM. Pada tanggal 30 april tim mulai melakukan pelatihan usaha UMKM. Dari bulan mei-agustus melakukan pelatihan sekaligus pendampingan kepada peserta terkait dengan materi distribusi pemasaran melalui media sosial, kemudian 2 minggu berikutnya tim melakukan survey perkembangan peserta.

Kegiatan ditutup dengan acara puncak penyampaian materi pembukuan sederhana bagi pelaku UMKM yaitu pada tanggal 20 agustus 2023 jam 14.00. Kegiatan diawali mendatangi tempat UMKM Kemiri. Sesi wawancara dan penyampaian mengenai pelatihan distribusi pemasaran UMKM Kemiri Rt 07 Lk II Kelurahan Sumber Agung dan kemudian melakukan sesi dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada hari sabtu 20 agustus 2023 yang bertempat di Rt 07 Lk II Kelurahan Sumber Agung. Kegiatan sosialisasi atau wawancara ini dilakukan oleh Prodi Akuntansi. Tim pengabdian sebagai panitia penyelenggara dan narasumber mempresentasikan materi yang disampaikan. Materi fokus pada pelatihan distribusi pemasaran melalui media sosial. Pertanyaan yang diajukan oleh audiens cukup banyak, pelatihan ini ditekankan pada keberhasilan peserta dalam menyerap materi khususnya melalui sesi Tanya jawab. Rasa keingin tahuan peserta cukup tinggi, hal tersebut tergambar dari beberapa pertanyaan yang mereka ajukan.



Gambar 1. Bahan Baku dan Proses Pembuatan Kemiri

Kemiri yang sudah menjadi bahan setengah jadi dijual mulai harga Rp 30.000 sedangkan yang masih ada kelopaknya mulai harga Rp 7.000/kg . Selain sebagai rempah rempah, kemiri juga dapat diolah untuk diambil minyaknya. Minyak kemiri dikenal bermanfaat bagi kesehatan rambut. Proses produksi kemiri memakan waktu beberapa hari. Kondisi cuaca juga mempengaruhi proses produksi. Saat musim hujan, waktu yang diperlukan untuk mengeringkan biji kemiri bisa lebih lama dari biasanya.

UMKM ini mengupas atau menghancurkan kemiri masih tergolong tradisional dengan menggunakan alat yang mereka sebut congkelan kemiri. Kemudian proses pengeringan UMKM ini menggunakan sinar matahari dan juga open untuk berjaga-jaga menyangrai ketika musim hujan tiba. Dan mereka menyebutkan cangkangnya pun bisa dimanfaatkan untuk arang. Proses pemasaran UMKM ini sudah sampai ke Pulau Jawa karena mereka mempunyai relasi/jaringan distribusi pemasaran kemiri. Jadi Pengabdian kali ini sangat tepat dengan UMKM ini karena mereka belum menggunakan media sosial sebagai alat pemasarannya. Hanya hanya produksi ketika ada pesanan dari pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan semacam ini dapat berguna bagi peserta karyawan UMKM Kemiri di Rt 07 Lk II Kelurahan Sumber Agung. Materi yang diberikan dapat bermanfaat memberikan wawasan dan pengetahuan mereka dalam memasarkan produk melalui media sosial. Peserta juga sangat antusias untuk mengikuti pelatihan pengembangan ini dari awal hingga akhir acara. Kegiatan ini telah memberikan karyawan motivasi dan manfaat penting mengembangkan kewirausahaan agar menjadi lebih berkembang dan maju

Saran

Diharapkan kegiatan ini dapat dilakukan setiap tahunnya dengan sosialisasi di bidang akuntansi lainnya agar pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan di bidang akuntansi terutama pembukuan sederhana.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Malahayati atas dukungan, fasilitas, dan kesempatan yang telah diberikan sehingga kegiatan sosialisasi ini dapat terlaksana dengan baik. Tanpa adanya dukungan institusi, kegiatan ini tidak akan berjalan secara efektif dan memberikan manfaat langsung kepada masyarakat.

Kami yakin bahwa sinergi antara perguruan tinggi, pelaku UMKM, dan masyarakat merupakan kunci utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Semoga kegiatan ini dapat menjadi langkah awal bagi terwujudnya UMKM yang tangguh.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Fitrah Nurrizka,(2016). Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial.Jurnal Analisa Sosiologi
- Abdul Halim,(2020).Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro,Kecil,dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju.Jurnal Ilmiah EkonoI dan Pembangunan
- Tati Handayani, Mira Rahmi, Suharyati (2021). Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuliner. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Jakarta
- Kevin Aufa Ramadhan,Salsabila Chaelani,Yulianti,Abdul Rahman.(2021). Pemberdayaan UMKM Jahe Merah Buntik Dengan Penggunaan Instagram Marketing. Jakarta Selatan. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ
- Devi Krisnawati,(2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi UMKM di Indonesia. Jakarta Timur. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana