



Pengembangan UMKM berbasis Sosial Media” Lingkungan Karang Tatah

Deriansyah

Program Studi Manajemen, Fakultas Budaya Manajemen dan Bisnis
Universitas pendidikan Mandalika

Abstrak

tujuan pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk mengembangkan umkm berbasis sosial media. lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yakni dilingkungan karang tatah kecamatan selaparang kota mataram. kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan yakni mengunjungi pelaku usaha (umkm) yang ada dan melakukan kegiatan tukar informasi serta strategi cara bersosial media, kegiatan ini membahas tentang pengembangan umkm (usahamikro,kecil dan menengah) dilakukan secara tatap muka dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. hasil nyata yang didapat dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah a) mendaftarkan atau mempromosikan dagangan ke media sosial dengan system cod (cash on delivery), b) membuat akun media sosial khusus untuk berjualan produk dagangan serta mendaftarkan nomor telepon khusus untuk melayani pelanggan , c) menambahkan promo menarik seperti beli 2 gratis 1 atau gratis ongkir agar menarik pelanggan.

Kata Kunci

UMKM, Social Media

Pendahuluan

Pandemi covid-19 sangat terasa dampaknya diberbagai sektor usaha dan salah satunya sektor ekonomi masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di lingkungan karang tatah . Dari hasil wawancara saya bersama beberapa warga masyarakat disini menunjukkan bahwa banyak warga karang tatah yang berprofesi sebagai pedagang. Contohnya seperti: Menjual sembako,makanan ringan,minuman kekinian dan beberapa jajanan lokal . dalam situasi pandemi covid -19 seperti saat ini masyarakatsecara perlahan mengalami dampak yang sangat serius, hasil penjualan usaha megalami penurunan,beberapa warga kehilangan pekerjaan serta kesulitan mendapatkan pemasukan tambahan. Seperti yang kita ketahui bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemicovid-19.

Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) T MBKM Model Mandiri pada tahun ini saya bekerja sama dengan masyarakat untuk mencari solusi dalam rangka membantu Usaha-usaha mikro kecil menengah di Lingkungan karang tatah sehingga mampu memberikan informasi atau pengetahuan dan bagaimana strategi mereka dalam meningkatkan kinerja dan kompetensi di era pandemi covid-19 yang di kemas dalam sebuah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pengembangan umkm berbasis sosial media”

Kegiatan ini adalah bentuk program yang membantu masyarakat untuk lebih mengenal media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi namun bisa dijadikan tempat untuk menjajahkan dagangan. Permasalahan umum mitra yakni Sulit nya mencari pekerjaan serta mendapatkan pemasukan tambahan setelah pandemi adalah masalah yang dirasa paling penting bagi masyarakat karang tatah karena ada beberapa yang kehilangan pekerjaan serta pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (umkm) yang menurun setelah dilanda oleh pandemi covid-19



Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah dengan memberikan informasi serta strategi cara yang tepat dalam menggunakan social media sebagai tempat untuk memperkenalkan usaha yang telah dirintis. Menggunakan social media sebagai booster untuk usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) bagi masyarakat karang tatah di masa Pandemi Covid-19 ini adalah salah satu solusi yang dirasa sangat tepat dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra. Dimana kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelaku UMKM tentang keahlian, pengetahuan dan pengalaman untuk mengembangkan UMKM pada masyarakat di lingkungan karang tatah dengan memanfaatkan media social sehingga dengan kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi pelaku UMKM di karang tatah. khususnya di bidang media sosial.

Metode Pengabdian

Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan Strategi cara yang tepat menggunakan social media sebagai sarana menjajakan dagangan. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) bagi masyarakat di karang tatah di masa Pandemi Covid-19 adalah:

1. Mengunjungi pelaku usaha (UMKM) yang ada di karang tatah untuk melakukan wawancara mengenai usaha apa yang dilakukan dan apa saja yang menjadi masalah pelaku usaha pada masa pandemic
2. Melakukan kegiatan tukar informasi serta strategi cara bersosial media, Kegiatan ini membahas tentang pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dilakukan secara tatap muka dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan dari pemerintah pada pelaku UMKM di lingkungan karang tatah kelurahan monjok timur kecamatan selaparang kota mataram.

Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil Pelaksanaan kegiatan ini sebagai berikut: Rata rata mata pencaharian masyarakat karang tatah adalah Berdagang (menjual sayur, sembako, aneka gorengan serta usaha kios kecil) selain itu dalam bidang usaha pembuatan kerupuk yang unik yakni dari nasi serta keripik paru.

Adapun Strategi untuk meningkatkan usaha UMKM di masa pandemi covid-19 dengan memanfaatkan media sosial:

- a. Tetap menjaga kebersihan serta menjamin kehygienisan produk yang akan di pasarkan
- b. Inovasi produk makanan dan minuman bagi usaha mikro seperti warung kecil agar dapat menarik minat pembeli Baik untuk sekitar atau di media sosial dengan menjual makanan atau minuman yang unik atau viral namun dengan kualitas rasa yang tetap diutamakan
- c. Mendaftarkan atau mempromosikan dagangan ke media sosial dengan system cod (cash on delivery) atau system antar pesanan bayar ditempat sehingga memiliki peluang besar memiliki pelanggan tetap
- d. Membuat akun media sosial khusus untuk berjualan produk dagangan serta mendaftarkan nomor telepon khusus untuk melayani pelanggan
- e. Menambahkan promo promo menarik seperti BELI 2 GRATIS 1 atau GRATIS ONGKIR agar menarik pelanggan dan juga meminta pendapat serta review tentang produk yang kita jual pada pelanggan guna menambah kualitas produk



dan mengetahui keinginan pelanggan serta sebagai acuan dalam memperbaiki kualitas produk.

Kesimpulan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan pemerintah dalam rangka mengurangi tingkat kemiskinan dan sekaligus sebagai penguatan ekonomi nasional. Sosialisasi tentang pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di lingkungan karang tatah kelurahan monjok timur kecamatan selaparang kota mataram yang dilaksanakan secara langsung dalam bentuk tatap muka semoga dapat dipahami dan semoga setelah adanya kegiatan sosialisasi memanfaatkan media social sebagai penambah booster mendapatkan cuan masyarakat mampu mendapatkan profit yang lebih baik serta bijak menggunakan media social dan semoga masyarakat di lingkungan karang tatah mampu meningkatkan produktivitas serta dapat mengembangkan inovasi, kreatifitas maupun kualitas usaha yang dimilikinya yang dapat memberikan nilai jual dan nilai daya saing untuk meningkatkan usahanya.

Saran

1. Bagi mahasiswa

- b. Meningkatkan kekerabatan dan sosialisasi kepada masyarakat
- c. Lebih meningkatkan disiplin diri dalam kegiatan

2. Bagi masyarakat

Semoga kedepanya masyarakat mampu menciptakan strategi marketing yang baru guna kepentingan usaha agar tetap berjalan dengan lancar.



Daftar Pustaka

- Agustina Prativi Nugraheni, O. L. (2020). STRATEGY OF SMEs IN THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD. Jurnal Akuntansi & Perpajakan, 45-52.*
- Pakpahan, A. K. (n.d.). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Thaha, A. F. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. JURNAL BRAND, 147-153. Lovelock, Christopher., dan Jochen Wirtz, 2015, Services Marketing, Uk:Pearson International edition.
- Panduan KKN-T UNDIKMA MBKM 2021