

PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PROMOSI OLAHAN UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN PADA ERA NEW NORMAL PADA DAERAH LINGKAR TAMBANG (STUDI KASUS DESA TOROKEKU KECAMATAN TINANGGEE KABUPATEN KONAWA SELATAN)

Wd. Rizky Awaliah¹, Rizal Adi Saputra², Erwin Anshari¹, L.M.Bahtiar Aksara²

¹Teknik Pertambangan, ²Teknik Informatika,

^{1,2}Universitas Halu Oleo

Email: wdkiki.awaliah@uho.ac.id, rizaladisaputra@uho.ac.id, erwin_anshari@uho.ac.id, bahtiar.aksara@uho.ac.id

Korespondensi : Wd. Rizky Awaliah

RINGKASAN

Kegiatan penambangan yang dilakukan oleh perusahaan selain memberikan *multiply effect* yang cukup besar bagi perusahaan dan warga sekitar, juga turut merubah kondisi sosial ekonomi masyarakat seperti : adanya lapangan kerja baru (sebagai pegawai diperusahaan pertambangan tsb), peningkatan ekonomi masyarakat, dan meningkatnya usaha mikro masyarakat. Di daerah sekitar wilayah pertambangan, beberapa UMKM hadir sebagai bentuk adaptasi terhadap keberlangsungan kondisi sosial ekonomi. UMKM menjadi pilihan mata pencaharian alternatif bagi masyarakat dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam (SDA) yang ada. Sumber daya Alam yang potensial inilah memacu beberapa pihak untuk memberikan pelatihan dan penyuluhan yang tepat bagi masyarakat seperti percontohan kebun bibit rumput laut, pelatihan olahan rumput laut seperti bakso, nugget, dan mie. Untuk mendukung daya jual produk UMKM tersebut, maka dilaksanakan pelatihan pemanfaatan media sosial dan marketplace di Desa Torokeku dengan materi berupa mobile photography untuk menghasilkan foto produk yang menarik, membuat desain pamflet (e-flyer) produk, menyusun narasi promosi, dan membuat toko online di marketplace. Hal ini diharapkan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penghasilan pada masa new normal Covid-19 khususnya pada wilayah lingkaran tambang.

Kata kunci: fotografi, desain produk, marketplace, UMKM, lingkaran tambang

A. Analisis Situasi

Kegiatan penambangan yang dilakukan oleh perusahaan selain memberikan multiply effect yang cukup besar bagi perusahaan dan warga sekitar, juga turut merubah kondisi sosial ekonomi masyarakat seperti : adanya lapangan kerja baru (sebagai pegawai diperusahaan pertambangan tsb), peningkatan ekonomi masyarakat, dan meningkatnya usaha mikro masyarakat. Di daerah sekitar wilayah

pertambahan, beberapa UMKM hadir sebagai bentuk adaptasi terhadap keberlangsungan kondisi sosial ekonomi. UMKM menjadi pilihan mata pencaharian alternatif bagi masyarakat dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam (SDA) yang ada. Sumber daya Alam yang potensial inilah memacu beberapa pihak untuk memberikan pelatihan dan penyuluhan yang tepat bagi masyarakat seperti percontohan kebun bibit rumput laut, pelatihan olahan rumput laut seperti bakso, nugget, dan mie. Untuk mendukung daya jual produk UMKM tersebut, maka dilaksanakan pelatihan pemanfaatan media sosial dan marketplace di Desa Torokeku dengan materi berupa mobile photography untuk menghasilkn foto produk yang menarik, membuat desain pamflet (e-flyer) produk, menyusun narasi promosi, dan membuat toko online di marketplace. Hal ini diharapkan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penghasilan pada masa new normal Covid-19 khususnya pada wilayah lingkaran tambang.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Tempat dan Waktu

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 21 September 2021 di Balai Desa Torokeku Kecamatan Tinanggea Kabupaten Konawe Selatan. Pelatihan dibagi menjadi 3 sesi, yakni sesi pertama : materi mobile photography dan desain pamflet, sesi kedua : materi membuat toko online pada *marketplace* dan menyusun narasi promosi, serta sesi ketiga adalah praktek dan sesi tanya jawab.

2. Sasaran Kegiatan

Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM, perangkat dan warga desa Torokeku. Sedangkan pelaksana kegiatan adalah TIM Pengabdian Kemitraan Masyarakat Internal Universitas Halu Oleo didukung oleh sejumlah mahasiswa dari Fakultas Teknik Pertambangan dan Teknik Informatika serta pemateri tambahan dari CV. Konsultan Indonesia.

3. Realisasi Pemecahan Masalah

Metode pengabdian yang digunakan dalam pelatihan ini yaitu dengan memperkenalkan dan membimbing pelaku UMKM dalam memotret produk hasil UMKM

dengan menggunakan smartphone, merancang desain logo dan juga informasi produk pada kemasan, membuat akun toko pada marketplace tokopedia serta mengunggah produk hasil UMKM ke dalam marketplace tokopedia. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan hasil pemasaran dari produk UMKM yang sudah dibuat oleh pelaku UMKM di Desa Torokeku. Secara keseluruhan, tahapan kegiatan pelatihan ini adalah:

- 1) Tahapan persiapan merupakan tahapan pembuatan proposal, perijinan serta koordinasi dengan stakeholder terkait yakni LPPM UHO dan Kepala Desa Torokeku dan Pelaku UMKM Desa Torokeku
- 2) Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan melakukan ceramah dan presentasi dengan menggunakan media laptop, praktik langsung memotret produk, mendesain dan membuat akun, serta tanya jawab.
- 3) Monitoring dan Evaluasi dilakukan dilakukan untuk memantau pelaksanaan kegiatan dan merupakan upaya untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah yang dijumpai di lapangan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan di Desa Torokeku Kecamatan Tinanggea Kabupaten Konawe Selatan. Dilaksanakan di pelataran balai desa yang dihadiri oleh perangkat dan warga desa yang merupakan pelaku UMKM didesa setempat. Kegiatan dipandu oleh TIM PKMI UHO yang terdiri dari dosen Fakultas Ilmu dan Teknologi Kebumian dan Fakultas Teknik juga didukung oleh sejumlah mahasiswa dari kedua fakultas tersebut. Hadir sebagai narasumber desain dan fotografi ponsel adalah Muhammad Primus Prasetya, freelance desainer sekaligus konsultan IT dari CV. Konsultan Indonesia sedangkan materi pemasaran digital dibawakan oleh Rizal Adi Saputra, S.T., M.Kom, dosen kewirausahaan dan multimedia Jurusan Teknik Informatika UHO. Keseluruhan materi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dasar pelaku UMKM dalam melakukan promosi daring dimasa new normal.



Gambar 1 Pembukaan Pelatihan oleh Ketua Tim PKMI

Dalam sesi pertama pada materi mobile photography peserta pelatihan mendapatkan transfer pengetahuan tips dan trik pengambilan gambar produk dengan baik dan menarik meskipun hanya menggunakan *smartphone* berfitur standar. Diakhir sesi peserta pelatihan menyaksikan langsung proses pengambilan gambar produk yang dilakukan oleh pemateri dan dibantu oleh panitia. Selanjutnya peserta juga mempraktikkan langsung materi yang telah diberikan. Setelah materi mobile photography dilanjutkan dengan membuat desain pamflet produk untuk bahan promosi. Dalam materi ini diajarkan dasar-dasar desain pamflet seperti ornament yang digunakan, pemilihan font, pemilihan skema warna, pengaturan tata letak / layout, serta kesesuaian fokus materi pamflet dengan produk yang akan dipasarkan.



Gambar 2 Materi pertama Pelatihan desain dan Fotografi Ponsel

Pada sesi kedua adalah materi pembukaan toko online pada *marketplace*. Dalam materi ini diberikan informasi mengenai data apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum membuka toko online, serta langkah-langkah pembukaan toko online tersebut. Selain itu juga diperagakan bagaimana promosi produk dapat dilakukan diberbagai media sosial. Sebagai materi penutup disajikan pula pembahasan penyusunan narasi promosi yang baik dan benar dan mampu menarik calon konsumen untuk mendapatkan produk yang dipasarkan.

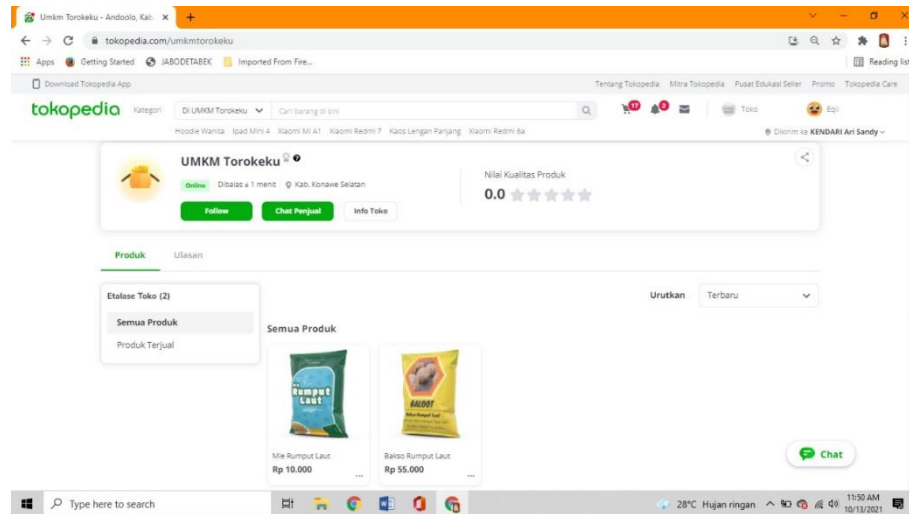


Gambar 3 Materi Kedua Pemasaran Digital

Dari serangkaian materi dan pemaparan diakhiri dengan praktek, sesi tanya jawab, dan sharing dari peserta dan panitia. Keseleruhan materi diharapkan dapat membuat produk olahan Desa Torokeku dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen dalam wilayah yang lebih luas serta mampu meningkatkan daya saing produk UMKM dari Desa Torokeku. Pada Gambar 4 merupakan tampilan pemasaran digital setelah pelatihan.



Gambar 4 Tampilan UMKM Torokeku pada Platform Tokopedia melalui Mobile



Gambar 5 Tampilan UMKM Torokeku pada Platform Tokopedia melalui Desktop

D. KESIMPULAN

Melalui pelatihan ini diharapkan dapat menjadi solusi permasalahan rendahnya daya jual produk UMKM Desa Torokeku. Dengan pelatihan yang diberikan oleh TIM PKMI Universitas Halu Oleo diharapkan kedepannya pelaku UMKM dapat lebih kreatif dalam mengemas dan memotret hasil produknya. Strategi pemasaran digital yang diajarkan juga dapat menjadi salah satu strategi pemasaran yang mampu menjangkau lebih banyak konsumen sehingga para pelaku UMKM pun mampu mendapatkan keuntungan lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., Bunyamin, Buana, T., Wianti, N.I., Suriana, Wunawarsih, I.A., Nasser, G.A. (2021). Alternatif Peningkatan Pendapatan Masyarakat Nelayan Melalui Olahan Bakso Ikan Rumput Laut Sebagai Inovasi Makanan Sehat Dan Rendah Lemak Di Desa Torokeku Kecamatan Tinanggea Kabupaten Konawe. *Anoa : Jurnal Pengabdian Masyarakat FISIP UHO*.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi Umkm Di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, 1-10.

- Badan Pusat Statistik. (2017). Provinsi Sulawesi Tenggara Dalam Angka 2017. <https://sultra.bps.go.id/publication/2017/08/11/79c2c2873633252d4e3eef2d/provinsi-sulawesi-tenggara-dalam-angka-2017.html>
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents And Consequenc-Es. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol, 19(3), 187-196.
- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*, 2015.
- Selegi, Ceceng., Sahrn., Batara,S.B. (2018). Dampak Aktivitas Pertambangan Nikel Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Tinanggea Kabupaten Sulawesi Tenggara. *Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Haluoleo*.
- Setiawan, Budi. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Ukm) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri Volume Vol 2 No 2 November 2018 EISSN : 2598-425X*.
- Sholeh, M., Triyono, J., & Rachmawati, R. Y. (2020). Pendampingan Kelompok Informasi Masyarakat Dengan Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 7(2), 158-164.
- Zikrullah, Z., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2020). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada CSR PT. Amman Mineral Nusa Tenggara). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 454-465.