

---

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN MEATBALL DI DESA BERU KECAMATAN SARIREJO LAMONGAN

Heti Nur Ani, Titik Khotiah, Aranta Prista Dilasari, Ninin Nike Pebriyanti, Jihan Faradhilah  
Ramadhani

Program Studi Akuntansi dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan  
Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

[heti1437@gmail.com](mailto:heti1437@gmail.com), [semestajagad02@gmail.com](mailto:semestajagad02@gmail.com), [arantadila8@gmail.com](mailto:arantadila8@gmail.com),  
[nininnikepebriyanti@gmail.com](mailto:nininnikepebriyanti@gmail.com), [jihanfaradhilah@gmail.com](mailto:jihanfaradhilah@gmail.com)

### Abstrak

**Abstrak:** Peran teknologi informasi saat ini berperan sangat penting, banyak manfaat jika kita bisa menggunakannya dengan baik. Untuk memasarkan sebuah produk kita juga bisa memanfaatkan teknologi informasi berupa media sosial untuk membantu memasarkan produk sehingga lebih mudah untuk diketahui atau dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, dalam pengabdian masyarakat di desa Beru ini kami mengadakan program mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran pentol kemasan frozen food. Tujuan dari program pengabdian masyarakat ini yaitu untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pemasaran pentol kemasan frozen food yang bisa dilakukan melalui media sosial. Metode yang dilakukan yaitu dengan diskusi secara langsung dengan pelaku usaha. Hasil yang dapat dicapai dari kegiatan ini yaitu pelaku usaha menjadi lebih paham mengenai pemasaran pentol kemasan frozen food yang bisa dilakukan melalui media sosial.

**Kata kunci:** Pemasaran Media sosial, Makanan Beku, Bisnis

### 1. PENDAHULUAN

Mata pencaharian masyarakat di Desa Beru sebagian besar yaitu petani dan pedagang. Tingkat pendidikannya tergolong baik dari segi informal dan nonformal yang dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan pendidikannya secara antusias diikuti oleh masyarakat sekitar. Kondisi masyarakat di desa Beru relatif tentram dan damai. Dari segi pekerjaan, kebanyakan warga di desa Beru terjun pada aspek pertanian namun juga ada warga yang memiliki usaha rumahan seperti pentol, tauwa, mie ayam, bakso, warung lontong dan lain sebagainya.

Zaman yang serba digital hampir seluruh masyarakat sudah menggunakan *smartphone* sehingga kita bisa memanfaatkan media online tidak hanya digunakan untuk bersenang-senang tetapi bisa untuk memasarkan produk. Menurut (Kotler dan Keller, 2016) media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan image produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan. Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi

dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimana pun mereka berada. Media sosial merupakan media yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merk suatu produk (Merril, 2011). Media sosial ini sangat efektif digunakan untuk promosi karena respon secara langsung dengan para penggunanya. Media social yang biasa digunakan yaitu *facebook, instagram, youtube, WhatsApp*, dan lain sebagainya.

Makanan basah seperti pentol ini bisa dipasarkan melalui media sosial dengan menggunakan kemasan *frozen food*. Metode pembekuan makanan ini bisa dijadikan solusi untuk memperpanjang umur simpan dan daya tahan suatu produk. Pada pengabdian masyarakat ini kami melakukan pengabdian dengan cara memberikan pengenalan kepada warga khususnya yang memiliki usaha yang memiliki potensi untuk dipasarkan di media *online*.

## 2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reaserch*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi di lapangan dan dilakukan dengan jalan untuk melibatkan berbagai metode yang ada. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi, yang diuji keabsahannya dengan menggunakan uji kredibilitas data, triangulasi sumber data, dan triangulasi. Dengan harapan akan bisa mendapatkan data yang kredibel dan mendekati pada titik kebenaran. Wawancara dan observasi dilakukan secara langsung dengan pelaku usaha dan seminar. Dengan melakukan metode ini dapat lebih dekat dengan mitra. Sehingga dengan pendekatan ini dapat mengetahui lebih mengenai permasalahan yang sedang dihadapi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan awal program ini dilaksanakan dengan melakukan kunjungan produksi pentol di rumah Bapak Santoso. Beliau menjual dagangan secara berkeliling menggunakan sepeda motor.



**Gambar 1** Kunjungan Produksi Pentol

Setelah itu kita melakukan koordinasi melalui ijin pelaksanaan kegiatan dan hasil koordinasi dengan pihak mitra mengizinkan melakukan kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Setelah perijinan selesai, selanjutnya dilakukan koordinasi lanjutan dengan pelaku usaha terkait dengan menggunakan media sosial untuk memperluas penjualan. Hal ini dilakukan dengan melakukan sosialisasi untuk berjualan *online*.

Kami juga mengadakan sosialisasi dengan mendatangkan pembicara yang handal dibidangnya agar para pelaku usaha termotivasi dan mendapatkan pengetahuan baru terkait penggunaan media sosial. Hasil dari sosialisasi tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha belum pernah ada yang mencoba berjualan secara *online* namun sudah ada keinginan.



**Gambar 2** Kegiatan seminar

Kegiatan selanjutnya yaitu diskusi dengan pelaku usaha pentol membahas tentang pengemasan produk dengan metode *frozen food*. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha mengalami kebingungan ketika melakukan pengemasan produk mereka. Sehingga kami memberikan contoh cara pengemasan produk yang baik dan benar dengan menggunakan plastik pres agar produk lebih awet dan kedap udara namun karena kendala tidak adanya alat mesin pres, maka bisa digunakan plastik klip tebal dan memastikan agar produk beku di dalam *freezer* agar awet.



**Gambar 3** Kemasan *frozen food*

*Frozen Food* merupakan olahan makanan yang dikemas dan dibekukan untuk diolah kembali dengan cara digoreng. Dengan keterbatasan jarak yang dialami, maka usaha tersebut dirasa memiliki

peluang yang sangat bagus untuk dikembangkan. Sehingga dapat mengurangi tingkat kerugian serta dapat meningkatkan pendapatan.



**Gambar 4** Pentol frozen food

Tujuan dari kegiatan ini yaitu agar pelaku usaha bisa memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran/promosi. Sasaran dari kegiatan ini yaitu pedagang pentol. Kegiatan ini dilakukan di Rumah Bapak Santoso Beru kecamatan Sarirejo Kabupaten Lamongan.



**Gambar 5** Foto Bersama produk frozen

#### **4. KESIMPULAN**

Media sosial sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada. Kami melakukan pengabdian dengan cara memberikan pengenalan kepada warga khususnya yang memiliki usaha yang memiliki potensi untuk dipasarkan di media *online*. *Frozen Food* merupakan olahan makanan yang dikemas dan dibekukan untuk diolah kembali dengan cara digoreng atau dikukus.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Augustinah, F. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang*. Jurnal Dialektika, 4(2).
- Firmansyah, K., Fadhli, K., Noviandy, I. A., & Rini, S. 2020. *Pengenalan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food*. Jurnal Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1, 43-48.
- Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall.
- Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D. 2011. *Sosial Media: e Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks-Reputation, Legal, Operational-Be Mitigated Information*