

Pelatihan Penggunaan Media Sosial (Medsos) dalam Mempromosikan Produk Lokal di Kecamatan Bunut

LIVIAWATI¹; GUSMARILA EKA PUTRI²; JENI WARDI³

^{1,2,3} Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 08 Rumbai Telp. (0761) 52581
E-mail : watilivia9@gmail.co.id

Abstract: Based on the results of natural potential excavation conducted in Bunut District, information was obtained that in the village there is potential in the form of kelubi (forest bark), rubber, oil palm, sweet potatoes, etc. which are commonly found in Kriung Village. The results of the exploration of cultural potential obtained information that there is also a pangian silat that is developing and is a silat from Pangian Taluk Kuantan Village. As a result of creative exploration, many people make handicrafts by utilizing the raw materials available in their village such as pandan mats, plates made of palm sticks, making miniature boats, etc., the products of which are only marketed during exhibitions. The community has difficulty marketing their products which in the end this creativity is no longer continued. In addition to the production of handicrafts, in Bunut District there are also tourist campgrounds that have not been oged. Then there is the Tetedropan Tetanan agro-tourism which is cultivated by private individuals but because it is not exposed enough so that its existence is not known by the people around Bunut District, let alone people outside the sub-district. Bunut District is not an area that is difficult to reach because the connecting road between the district and Bunut District is a good asphalt road. Bunut District is also a sub-district that is passed by tourists who will visit to see and surf in Bono Waves. Nowadays, social media such as Instagram, Facebook, Market Place, etc. are not new to the public. Because of the problems above, we are interested in doing community service by using social media in promoting local products and tourism in Bunut District. The results achieved in this community service are only increasing knowledge while other targets such as increasing skills have not been achieved because the implementation is only through online such as youtube.

Keywords: *Social Media, Products, Local Tourism*

Pada bulan november tahun 2017, tim desa Universitas Lancang Kuning pernah melakukan treat need analisis, dimana tim turun bersama-sama dengan tim dari balai latihan masyarakat (Balatmas) propinsi riau. Tujuan tim kami turun dan Balatmas adalah mencari pelatihan-pelatihan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat desa dalam rangka meningkat kesejahteraan masyarakat. Ada 5 desa yang menjadi sasaran TNA yaitu desa petani, kriung, merbau, lubuk mas, lubuk mandian gajah serta beberapa orang perangkat dikecamatan bunut. Kami menganalisis kebutuhan berdasarkan instrumen yang dimiliki oleh Balatmas sendiri. Walaupun begitu Kami juga berusaha menggali potensi-potensi dan permasalahan yang ada disana. Berdasarkan hasil penggalan potensi alam diperoleh bahwa didesa

tersebut memiliki potensi alam berupa salak hutan (kelubi) yang banyak ditemukan didesa kriung, karet, sawit, ubi dll. Hasil dari penggalan budaya diperoleh bahwa disana berkembang pula silat pangian yang merupakan silat dari desa pangian taluk kuantan. Selain itu dikecamatan bunut juga mempunyai bumi perkemahan yang selama ini tidak terlirik.

Selain itu ada beberapa desa dikecamatan BUNUT tersebut, masyarakatnya banyak membuat kerajinan tangan dengan memanfaatkan bahan baku yang ada didesa mereka seperti tikar pandan, piring dari bahan baku lidi sawit, pembuatan miniatur kapal dll yang mana hasil produksi tersebut hanya dipasarkan pada saat ada pameran saja. Masyarakat kesulitan memasarkan produknya yang

pada akhirnya kreatifitas ini tidak lagi diteruskan.

Dibawah ini ada foto produk dan tempat wisata yang ada di bunut :



Gambar 1 Produk wisata yang ada di bunut



Gambar 2 Tempat wisata yang ada di bunut

Produk yang cantik dan tempat wisata yang indah yang ada di bunut belum dikenal oleh orang luar bahkan masyarakat setempat pun tidak semuanya tahu bahwa di bunut ada kerajinan dan tempat wisata yang indah. Sebenarnya banyak sekali potensi alam dan potensi kebudayaan yang bisa menarik pengunjung untuk mendatangi kecamatan bunut akan tetapi tidak terekspos sehingga tidak diketahui oleh masyarakat luar. Kecamatan bunut ini pun bukanlah kecamatan yang susah dijangkau karena jalan penghubung antara kabupaten dengan kecamatan bunut merupakan jalan aspal yang bagus. Kecamatan bunut ini pun merupakan kecamatan yang dilalui oleh wisatawan yang akan berkunjung untuk melihat dan berselancar di ombak bono.

Pada masa sekarang ini media sosial seperti istagram, face book, market place dll bukanlah hal yang baru lagi bagi

masyarakat. Mulai masyarakat bawah sampai masyarakat atas sudah mengenal media sosial yang disebutkan diatas.

Oleh karena permasalahan diatas maka kami tertarik untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan judul penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk dan wisata lokal dikecamatan bunut.

Berdasarkan analisa situasi diatas maka kami merumuskan permasalahan mitra sebagai berikut: Sulitnya memasarkan produk lokal; sulitnya memasarkan tempat-tempat wisata yang ada dikecamatan bunut; tidaknya adanya promosi tentang produk lokal dan tempat wisata dikecamatan bunut sehingga masyarakat yang ada dikecamatan bunut khususnya dan masyarakat luar pada umumnya tidak tahu apa yang ada di bunut. Padahal tempat wisata dan produk-produk lokal yang ada dikecamatan bunut tidak kalah cantik dengan yang ada diluar bunut.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini akan ditawarkan solusi bagi permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan di atas yaitu sebagai berikut: Memberikan peningkatan pengetahuan tentang arti pentingnya promosi dalam memasarkan produk dan jasa; Memberikan keterampilan bagaimana mempromosikan barang dan jasa di media sosial seperti instagram, market place facebook dan lain-lain; Memberikan keterampilan bagaimana menjual produk dan jasa di media sosial, mulai dari pembuatan akun sampai dengan mengupload foto produk dan jasa yang akan dijual di media sosial yang dituju.

METODE

Metode yang akan dilakukan oleh tim selama kegiatan pengabdian bagi masyarakat dengan utusan masyarakat dari 5 desa yang ada dikecamatan dikecamatan Bunut : Memberikan pengetahuan bagaimana mempercantik produk dan jasa yang mereka jual contohnya bagaimana

cara agar produk yang mereka jual kelihatan cantik dan menarik; Memberikan sedikit pengetahuan bagaimana cara mengurus PIRT khusus untuk produk makanan yang mereka hasilkan agar pembeli yang akan membeli tersebut yakin mengkonsumsi produk makanan yang dijual; Memberikan keterampilan bagaimana cara mempromosikan dan menjual produk mereka dimedia sosial. Dengan terlebih dahulu tim memberikan pengetahuan bagaimana membuat foto produk yang menarik dan menarasikannya. Kemudian bagaimana menjadi anggota market place atau bagaimana buat akun di instagram.

Adapun rencana kerja yang akan dilakukan dalam program ini adalah: Menghubungi pendamping desa, yang merupakan penghubung tim dengan kelompok masyarakat yang ada di setiap desa dikecamatan bunut; Menghubungi ibu camat bunut, untuk minta ijin mengenai tempat pelaksanaan PKM; Memberikan pengetahuan bagaimana mempromosikan dan menjual barang dan jasa melalui media sosial; Memberikan pengetahuan tentang pentingnya kemasan untuk produk- produk yang dihasilkan; Memberikan pengetahuan tentang bagaimana proses pengajuan PIRT dan membuatnya sehingga produk makanan yang dihasilkan masyarakat desa tidak diragukan konsumen dalam konsumsinya; Memberikan keterampilan bagaimana membuat foto produk, tempat wisata yang akan di promosikan serta menarasikannya sehingga menarik pembeli untuk membelinya sampai kepada cara membuat akun di media sosial yang dituju sebagai tempat mempromosikan dan menjual barang

Prosedur kerja yang akan dilakukan adalah: Memberi penjelasan mengenai trik-trik bagaimana mempromosikan barang dan jasa dimana didalamnya termasuk memberikan penjelasan mengenai arti pentingnya kemasan yang cantik untuk barang-barang yang dijual; Memberikan keterampilan bagaimana membuat akun pada media sosial yang akan dituju sebagai tempat promosi dan penjualan barang dan jasa; Memberikan pengetahuan tentang bagaimana

pengurusan PIRT untuk produk makanan agar produk tersebut bisa diperjual belikan dan pembeli pun tidak was-was lagi untuk mengkonsumsi produk makanan yang dihasilkan.

Dalam hal ini partisipasi mitra sangat diharapkan agar program ini dapat terlaksana yaitu dengan cara menunjukkan kesediaan ibu camat dan pendamping desa sebagai jembatan tim dalam menghubungi utusan masyarakat terutama masyarakat yang memiliki home industry dan tempat wisata yang ada di desa petani, kriung, lubuk mas, pemandian gajah dan desa merbau sebagai mitra dalam pelaksanaan PKM ini.

Kegiatan ini melibatkan unsur masyarakat, diantara adalah : Camat BUNUT; Pendamping desa yang ada dikecamatan BUNUT; masyarakat yang menjadi utusan dari setiap desa diatas dalam hal dimintakan 5 orang saja dari setiap desa dengan syarat 5 orang tersebut adalah masyarakat yang memiliki home industry ataupun yang memiliki tempat wisata; Kepala desa petani, kriung, lubuk mas, pemandian gajah dan merbau; 3 orang staf dari kantor camat; BALATMAS; Tenaga ahli dibidang komputer.

Evaluasi dilakukan setelah kegiatan pembekalan materi dan praktek. Evaluasi dilakukan setelah memberikan pengetahuan tentang promosi, kemasan, pembuatan PIRT dan memberikan keterampilan bagaimana membuat akun dimedia sosial untuk mempromosikan serta menjual barang dan jasa serta tempat-tempat wisata yang ada, maka tim akan memberikan kuesioner yang akan dijawab oleh peserta sehingga tim bisa mengetahui pemahaman peserta tentang apa dibicarakan dan diskusikan. Pada saat materi yang harus diikuti dengan praktek misalnya mengenai pembuatan akun di market place, pembuatan IG dan lain-lain maka untuk alat evaluasinya tim akan memberikan kasus untuk dipraktikkan sehingga tim bisa menilai apakah peserta bisa memahami cara menghitungnya.

Adapun yang menjadi tolok ukur keberhasilan kegiatan ini adalah :

Tingginya jumlah pertanyaan yang mampu dijawab peserta; Tingkat Partisipasi; Keberhasilan dalam penguasaan dan praktek terhadap materi yang telah disampaikan.

HASIL

Pada tahun ini Indonesia dilanda wabah virus corona yang dikenal virus COVID 19 yang membuat semua orang tidak bisa bebas berkumpul dan bertemu. Kita diharuskan menjaga jarak agar wabah ini bisa dikendalikan sehingga tidak banyak berjatuh korban yang diakibatkan oleh virus corona ini. Oleh karena hal tersebut, maka pengabdian masyarakat ini hanya bisa dilaksanakan secara virtual melalui zoom meeting dan video call. Untuk pengisian koesionernya kami menyediakan link : https://s.id/kuesioner_medsos sedangkan untuk bahan pengabdian yang sudah kami sediakan, kami buat dalam bentuk you tube agar bisa dimengerti oleh peserta. Link you tube untuk bahan yang kami ajarkan kepada peserta adalah : <https://www.youtube.com/watch?v=hL7WvRuoA0&list=PLAROM2B6OqjqLb1CjeySrbPA7GNkz3v&index=1>

Peserta yang ikut pada pengabdian masyarakat kali ini ada 18 peserta yaitu 5 orang laki-laki dan 13 orang perempuan. Metode pelaksanaannya, pada awalnya kami membuat group whatshap yang mana pesertanya kami ambil dari group whatshap yang pernah ada pada waktu kami melakukan pengabdian masyarakat dengan balatmas tentang kewirausahaan. Ada 9 peserta yang masih aktif kemudian tim minta bantu dengan sdri Rina bekas mahasiswa kita dulu untuk menghubungi beberapa orang sehingga diperoleh peserta pengabdian berjumlah 18 orang. 18 peserta tersebut kami kumpulkan pada satu group whatshap tersendiri. Kemudian kami memperkenalkan diri serta menjelaskan maksud dan tujuan kami membuat group whatshap tersebut. Kemudian kami melakukan vidiocall dengan whatshap untuk lebih mendekatkan diri serta memberikan arahan gimana mengisi koesioner dengan menggunakan link. Ternyata setelah kami praktekkan banyak anggota group yang

belum terbiasa dengan penggunaan link, akhirnya kami meminta bantuan salah seorang anggota untuk membantu anggota lainnya dalam pengisian koesioner tersebut.

Sebelum tim memberikan materi pengabdian masyarakat, tim pengabdian memberikan koesioner awal untuk melihat sejauh mana pengetahuan peserta terhadap media sosial seperti facebook dapat berfungsi sebagai sarana promosi dan memasarkan produk dan jasa yang ada didesa mereka. Berdasarkan hasil koesioner diatas terlihat bahwa mereka sebagai penduduk tempatan tahu ada produk kerajinan atau objek wisata didesa mereka dari mulut ke mulut. Peserta hanya tahu media sosial hanya sebagai alat komunikasi. Peserta juga belum terbiasa dan belum mengetahui bagaimana menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan jasa yang mereka hasilkan, apalagi untuk memasarkan produk melalui media sosial, Peserta juga belum pernah berbelanja secara online. Peserta selama ini memasarkan produk melalui whatshap keteman-teman yang mereka kenal saja. Masih sifatnya terbatas. Pada umumnya peserta menggunakan whatshap bisa bahkan sebagian peserta sudah mempunyai akun facebook akan tetapi belum mengetahui menggunakan market place pada akun facebook untuk memasarkan dan mempromosikan produk dan jasa serta objek wisata yang mereka miliki.

Langkah kedua yang dilakukan tim setelah peserta mengisi koesioner di link https://s.id/kuesioner_medsos tim menshare you tube yang telah dibuat tim bagaimana cara mempromosikan dan memasarkan produk dengan media sosial. Di you tube tersebut ada tutorial mempromosikan dan memasarkan produk lewat market place.

Langkah ketiga membagikan koesioner setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat untuk mengukur progres dari apa yang diajarkan tadi. Apakah partisipan sudah bisa memahami atau belum.

Berdasarkan hasil rekap koesioner yang dibagikan setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat kita jelaskan

bahwa partisipan baru mengetahui bahwa dengan media sosial mereka bisa mempromosikan dan memasarkan produk, jasa dan objek wisata yang ada di desa mereka. Memang selama ini sebagian besar partisipan juga belum pernah mencoba berbelanja secara online seperti di bukalapak, mau mencoba pun partisipan banyak yang ragu karena mereka beralasan bahwa semua foto kelihatan cantik, pas barang sampai di tempat ternyata barangnya jelek. Semoga apa yang tim perbuat dengan keterbatasan yang ada dapat partisipan laksanakan sehingga apa yang telah diusahakan tim pengabdian dapat bermanfaat bagi partisipan.

PEMBAHASAN

Tim berharap setelah mendapatkan pengetahuan tentang mempromosikan dan memasarkan produk, jasa dan objek wisata yang ada dikecamatan bunut dapat dilakukan menggunakan media sosial agar apa yang ada kecamatan bunut bisa diketahui oleh orang luar. Tim juga berharap para pengrajin lokal yang sudah ada dikecamatan bunut bersemangat membuat produk-produk yang mereka hasilkan karena omset yang diperoleh semakin bertambah dari hari ke hari bukan lagi mengharapkan adanya pameran atau pesanan-pesanan masyarakat setempat saja.

Harapan yang diharapkan oleh tim pengabdian masyarakat ini memang harapan yang agak tinggi karena melihat dari hasil koesioner setelah pelaksanaan terlihat bahwa sebagian besar yaitu sebesar 80 persen partisipan masih gagap teknologi dengan penggunaan media sosial walaupun sudah ada tutorialnya. Jadi pada pengabdian masyarakat kali ini ke bunut luaran yang dicapai tim hanya berupa peningkatan pengetahuan peserta bahwa media sosial bisa digunakan sebagai sarana promosi dan memasarkan produk yang mereka hasilkan walaupun mereka belum bisa menggunakan atau mengunggah foto produk mereka ke market place atau histogram.

SIMPULAN

Pada umumnya peserta pengabdian masyarakat tentang penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan memasarkan produk tidak mengetahui bahwa media sosial seperti facebook dan histogram bisa dijadikan sarana untuk mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa yang mereka hasilkan.

Setelah dilakukan pelatihan melalui chanel youtube tentang bagaimana mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa di media sosial seperti market place, agak sedikit membuka wawasan partisipan hal ini terlihat dari hasil koesioner bahwa mereka mau mencoba mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa di media sosial.

Karena keterbatasan keterampilan partisipan menggunakan teknologi online ini maka hanya sedikit partisipan mau mencobanya, hal ini terlihat dari hasil jawaban partisipan pada koesioner yang diberikan setelah partisipan menonton tutorial tentang bagaimana cara promosi dan memasarkan produk dan jasa di market place.

DAFTAR RUJUKAN

- Belch, George E., Belch dan Michael A, *Advertising And Promotion an Integrated Marketing Communication Perspective*, Sixth Edition, 2003, The Mc Graw Hills Companies
- Kertajaya, Hermawan, *New Wave Marketing*, 2008, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, *Principle of Marketing*, 15th edition, 2014, New Jersey, Pearson Prentice hall
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 2009, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

Arief, Giri maulana dan Heppy Miliyani,
Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram terhadap Minat Beli konsumen Sugar Tribe. 2015, Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Telkom

Internet :

Andrian Permana, 2019 *Pemasaran melalui media sosial : solusi Pemasaran Digital bisnis*,
[Https://seonaksholeh.com](https://seonaksholeh.com)

Novianto, 2020, *Promosi Usaha Melalui Media sosial*,
[Https://koinworks.com](https://koinworks.com)